

Dossiê

Plutocratas, personalistas ou inexperientes: uma revisão sistemática sobre autofinanciamento eleitoral

DOI: <https://doi.org/10.31990/agenda.2022.3.4>

 Bruno Marques Schaefer

Doutor e mestre em Ciência Política pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (IFCH-UFRGS). Professor Adjunto do Departamento de Estudos Políticos do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (IESP-UERJ).

E-mail: brunomschaefer@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5127-7240>

94

RESUMO: Este trabalho realiza uma revisão sistemática do autofinanciamento eleitoral. Esta fonte de recursos é pouco estudada, se comparadas com fontes como recursos públicos ou empresariais. Os objetivos são responder as perguntas: o que explica que candidatos autofinanciem suas campanhas? (1) E, quais são as consequências deste tipo de financiamento? (2). De modo geral, destaco que a literatura sobre autofinanciamento possui dois modelos teóricos básicos: aqueles mais focados em explicações sociológicas do autofinanciamento (percebem que esse tipo de recurso está conectado a formas específicas de recrutamento político); e aqueles mais focados em uma teoria do comportamento estratégico: em que o autofinanciamento é apenas mais um dentre outros recursos utilizados na campanha. Em termos empíricos, os trabalhos encontram que candidatos autofinanciados são, usualmente, ricos, personalistas e/ou inexperientes, enquanto este tipo de recurso tem maior efeito no número de votos conquistados em disputas proporcionais do que majoritárias. Estes achados, bem como as lacunas (ausência de triangulação metodológica, por exemplo), podem auxiliar na elaboração de pesquisas sobre o caso brasileiro e latino-americano.

PALAVRAS-CHAVE: Autofinanciamento eleitoral; Revisão Sistemática; Comportamento estratégico; Financiamento de campanha.

Recebido em: 29/08/2022

Aprovado em: 16/05/2023



Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

1 Introdução

Conforme aponta Alexander (2005) tanto reflexões acadêmicas quanto o debate na mídia sobre o financiamento de campanhas tendem a instituir uma espécie de “escala normativa” do dinheiro envolvido na política. Neste sentido, existiriam boas e más fontes de recursos. De um lado estariam os recursos de indivíduos e públicos e do outro as doações de empresas e o autofinanciamento. Dessas quatro fontes, o autofinanciamento tem sido o menos estudado (STEEN, 2009), no Brasil e no mundo. Em parte, isso se explica pela porcentagem pequena que esses recursos representam na disputa por cargos eletivos, quanto pelo escasso número de candidatos que vencem eleições dependendo exclusivamente de sua própria fortuna. No caso brasileiro, porém, a proibição das doações empresariais em 2015 abriu um flanco para o uso de recursos próprios nas campanhas. Neste sentido, aumentaram as tentativas de regulação legislativa dessa fonte desde 2016, bem como o interesse acadêmico (SCHAEFER & BARBOSA, 2019; REIS & EDUARDO, 2019). Internacionalmente, a eleição de Donald Trump em 2016, com um discurso apoiado no uso de sua própria riqueza como geradora de legitimidade, e a emergência de candidatos autofinanciados competitivos, que também criaram novos partidos (Andrej Babis, República Tcheca; Clive Palmer, Austrália; Ricardo Martinelli, Panamá; Frank Stronach, Áustria; Silvio Berlusconi, Itália; entre outros), ensejaram uma série de estudos acerca do uso de recursos próprios em campanhas eleitorais (GIGLIOLI, 2019; KOPECKY, 2016; BARDNT, 2014).

95 Neste artigo, realizo uma revisão sistemática da literatura sobre autofinanciamento, tendo em vista a resposta de duas questões: o que explica que candidatos autofinanciem suas campanhas? E, quais são as consequências deste tipo de financiamento? Como ressaltai anteriormente, a literatura sobre autofinanciamento é reduzida em comparação aos estudos sobre o financiamento público de campanhas, doações empresariais e contribuições de indivíduos (ANSOLABEHERE et al, 2003). No entanto, já há material considerável para que seja possível uma análise dos estudos e averiguação das principais hipóteses, metodologias, objetos e resultados, bem como as lacunas e desafios. Na consecução desses objetivos, o artigo está organizado como segue: na segunda sessão trato de considerar com maior atenção o método de revisão sistemática aplicado nas pesquisas em Ciência Política; na terceira sessão descrevo o processo de coleta e análise dos dados; na quarta sessão, trato das dimensões formais, metodológicas e substantivas dos artigos selecionados; na quinta, discuto algumas limitações e potencialidades nas abordagens metodológicas e teóricas dos trabalhos; e, por fim, apresento as considerações finais.

De modo geral, destaco que a literatura sobre autofinanciamento possui dois modelos teóricos básicos: aqueles mais focados em explicações sociológicas do autofinanciamento (percebem que esse tipo de recurso está conectado a formas específicas de recrutamento político); e aqueles mais focados em uma teoria do comportamento estratégico: em que o autofinanciamento é apenas mais um dentre outros recursos utilizados na campanha. Em termos empíricos, os trabalhos encontram que candidatos autofinanciados são, usualmente, ricos, personalistas e/ou inexperientes, enquanto este tipo de recurso tem maior efeito no número de votos conquistados em disputas proporcionais do que majoritárias. Estes achados, bem como as lacunas (ausência de triangulação metodológica, por exemplo), podem auxiliar na elaboração de pesquisas sobre o caso brasileiro e latino-americano.

2 Sistematizando evidências: continuum de revisões sistemáticas

O processo de sistematizar literatura, e evidências empíricas, dentro de um campo de pesquisa é uma tarefa que permeia a história das ciências sociais. Usualmente os artigos científicos na área tendem a ter, logo após a introdução, uma sessão sobre debate teórico, framework, revisão de literatura, entre outros nomes. Esta seção trata de introduzir o debate na área e demonstrar de onde a pesquisadora parte em ordem de construir sua pesquisa, qual o desenho metodológico aplicado e quais foram os resultados. Usualmente são empregadas, nestas revisões, ensaios teóricos, revisões narrativas e estados de arte que, majoritariamente, não levam em conta protocolos claros que dão conta de explicar (1) como e por que o pesquisador chegou aos trabalhos específicos que foram incluídos na revisão; (2) e de que forma se avaliou os resultados destes. Ao contrário dessa forma de revisão, tem crescido, nos últimos anos, a utilização do método de revisão sistemática (RS) na Ciência Política como forma de: (a) diminuir os vieses de subjetividade do pesquisador; (b) poupar tempo de pesquisadoras e formuladoras de políticas públicas que não precisariam inventariar todo um campo de estudos a cada momento de início de uma nova pesquisa; (c) possibilitar uma visão geral sobre as evidências em torno de determinada questão de pesquisa; (d) bem como, facilitar a replicabilidade dos resultados (DACOMBE, 2017).

96 A revisão sistemática (RS) se caracteriza como “(...) a method of locating, appraising, and synthesising evidence” (PETTICREW, 2001, p.98). Ou seja, nesta definição, leva-se em conta as fases de uma revisão sistemática: localização de trabalhos relevantes de acordo com a pergunta de pesquisa, avaliação destes trabalhos e sintetização das evidências encontradas. Para Harden & Thomas (2005, p.259): “(...) systematic reviews can be conceptualized as being similar to primary research. They adopt rigorous methods for data collection and draw conclusions only for trustworthy data”. Neste sentido, a RS é, em si, um desenho de pesquisa empírica, levando em conta como “dado bruto” outras pesquisas. Em termos de etapas, a RS parte da (1) definição de uma pergunta clara de pesquisa, (2) protocolo de critérios de coleta dos trabalhos; (3) avaliação dos trabalhos coletados; e (4) análise e síntese dos resultados (DACOMBE, 2017).

A defesa da RS também se erige pelo argumento de que, com critérios objetivos, o estudo poderia também ser replicado com maior transparência. O ensaio narrativo literário, ou os textos sobre estado da arte, teriam em maior ou menor medida o problema do *viés* na seleção de quais textos são representativos de um determinado campo de estudos. A escolha dos trabalhos significativos de um determinado campo do conhecimento esbarraria nos próprios conhecimentos que o pesquisador detém sobre ele. Em termos estatísticos, esse método de trabalho se assemelharia aos casos de amostra por conveniência (FIGUEIREDO FILHO *et al*, 2014). Com a RS, por sua vez, torna-se possível a própria replicabilidade do trabalho empreendido. À medida que os pesquisadores utilizam adequadamente os protocolos aumenta-se a transparência da pesquisa. Replicabilidade e transparência, nesse sentido, são alguns dos ganhos no emprego do método. Outra vantagem da RS

também se dá pelas descobertas de lacunas de um campo de estudos e mesmo no aprimoramento do próprio conhecimento de relações entre variáveis: um exemplo desse processo seria o caso da relação entre Vitamina C e gripe, conforme Petticrew e Roberts (2006). Os autores lembram como uma revisão sistemática empreendida por um grupo de pesquisadores mudou a relação que se sabia entre a relação do consumo de Vitamina C e gripe (KNIPSCHILD, 1994). Por meio da revisão sistemática, pesquisadores observaram que os resultados das pesquisas não sinalizam para um efeito positivo entre o consumo da Vitamina C e a prevenção de gripe, contrariando assim, o que se afirmava sobre o tema.

Na ciência política, revisões sistemáticas têm sido utilizadas para explorar achados com diversas questões de pesquisa: relação entre democracia e crescimento econômico (DOUCOULIAGOS & ULUBAŞOĞLU, 2008), políticas públicas e a ideologia do partido no poder (IMBEAU et al, 2001), financiamento eleitoral e comportamento parlamentar (STRATMANN, 2005), impacto do whatsapp em eleições (SCHAEFER et al, 2019), relação entre diversidade étnica e confiança social (DINESEN et al, 2020), entre outras. Porém, “*nem tudo são flores*”. Dacombe (2017) aponta três críticas ao uso da revisão sistemática como forma de sintetizar evidências: estas seriam extremamente positivistas (a), diminuiriam o valor de estudos qualitativos (b), e seriam teoricamente vagas (c). As duas primeiras críticas estão correlacionadas e dizem respeito a suposta hierarquização do conhecimento na pesquisa em Ciência Política, que daria destaque à estudos quantitativos, em detrimento de estudos qualitativos, focados na interpretação e sentido de casos e fenômenos. No caso da teoria, as críticas giram em torno das revisões sistemáticas não levarem em conta a diversidade teórica das ciências sociais, e focarem exclusivamente nos resultados empíricos.

97

Sobre as duas críticas iniciais, há uma variedade de possíveis respostas. Como apontam Sandelowski & Barroso (2006), evidências qualitativas são, de fato, menos exploradas em revisões sistemáticas. Porém, isso não se deve ao fato de serem mais ou menos relevantes, mas sim com a pergunta de pesquisa que se busca responder, e os resultados que se pretende sintetizar. Dixon-Woods et al (2005), por exemplo, consideram um *continuum* de possibilidades de revisão sistemática desde a meta-análise, centrada na observação do efeito médio de uma variável independente (ou um conjunto de variáveis independentes) sobre uma variável dependente, até a meta-etnografia, centrada em interpretações de terceira ordem: (1) o que interlocutores relatam às pesquisadoras, (2) sentido identificado na pesquisa, e (3) a busca de síntese interpretativa. Entre a síntese de evidências estatísticas até estudos de caso, o caminho é percorrido por outras possibilidades de revisão sistemática: síntese realista (PAWSON, 2002), análise de conteúdo (SILVERMAN, 2001), *case survey* (YIN & HEALD, 1975), entre outras.

É importante ressaltar que a própria divisão entre estudos quantitativo e qualitativo é objeto de discussão (GOERTZ & MAHONEY, 2012). Harden & Thomas (2007, p.266), por exemplo, partem da seguinte definição:

With regard to types of data, we prefer to use the terms numerical and textual rather than qualitative and quantitative. These latter terms are so overlaid with other meanings that their uses tend to obscure rather than illuminate the real nature of these different types of data.

Neste sentido, a distinção entre dados numéricos e textuais, apesar de simplificada, é bastante operacional quando se considera a diversidade de desenhos de pesquisa. Os autores utilizam essa definição para propor revisões sistemáticas que levem em conta a triangulação de resultados (métodos mistos de revisão e síntese). Por exemplo, auferindo tanto a média do efeito (positivo ou negativo) de determinada política pública, quanto a experiência das pessoas afetadas por essa mesma política (HARDEN & THOMAS, 2007, p.258; THOMAS et al, 2004).

Nesta revisão, busco empreender uma RS que leva em conta tanto evidências numéricas quanto textuais sobre o autofinanciamento. Desta forma, trato de decompor os estudos em uma série de variáveis (YIN & HEALD, 1975). Yin e Heald (1975, p.371) utilizam esse método de revisão sistemática ao analisar estudos sobre políticas de descentralização urbana. Os autores notaram que a maioria das pesquisas neste campo tendiam a ser estudos de caso e para superar o problema de validade externa, seria necessária uma estratégia metodológica que agrupasse os estudos a partir de códigos (variáveis) específicas. Eles então formularam um *survey* e o aplicaram em 269 estudos selecionados sobre o tema. A partir desta classificação foi possível estabelecer um corpus teórico que possibilitasse o teste de novas hipóteses e a consideração do que já havia sido realizado em termos do estabelecimento de novas políticas públicas. Essa forma de agrupar achados empíricos é útil quando os estudos sistematizados tendem a partir de perspectivas teóricas e metodológicas distintas, o que impede, por exemplo, a aplicação de uma meta-análise ou mesmo uma análise temática (LARSSON, 1993, p.1516). Como os trabalhos que reviso aqui são heterogêneos nesses dois sentidos, a avaliação dos achados e estratégias metodológicas a partir de uma série de variáveis foi a alternativa encontrada para indicar como que as perguntas sobre o autofinanciamento estão sendo respondidas na literatura.

98

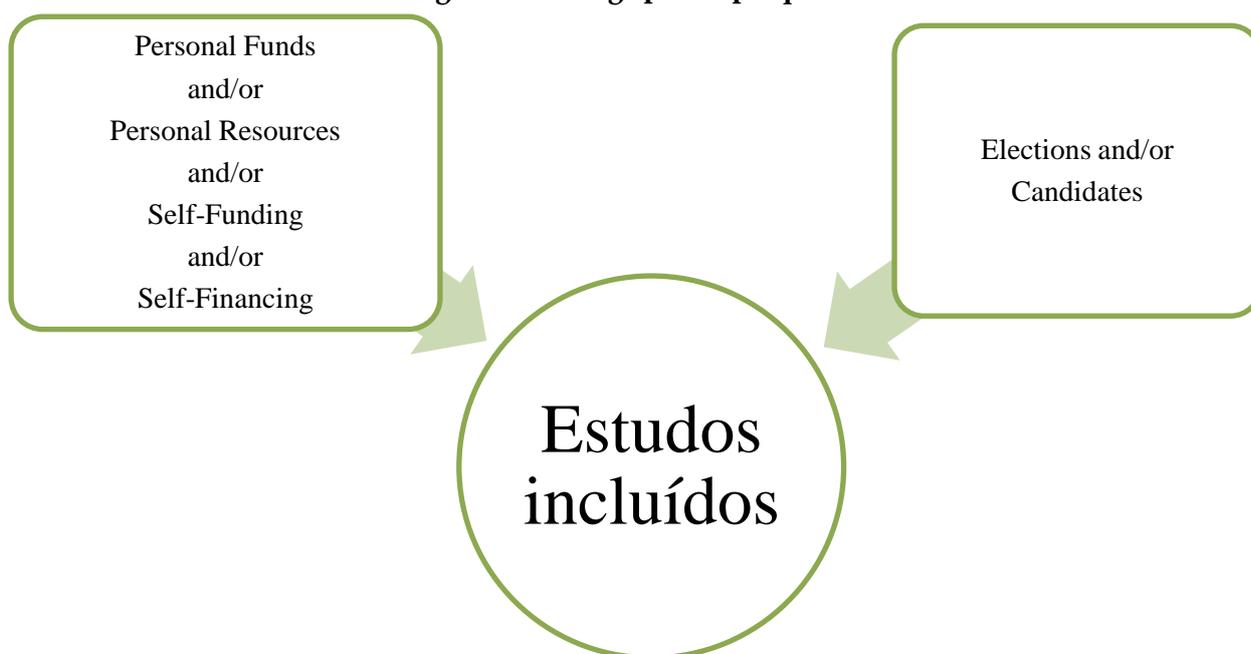
3 Materiais e métodos

A revisão sistemática empreendida aqui, foi constituída de três fases: planejamento, execução e análise dos resultados (GROLLA & NISHIJIMA, 2019; KITCHENAM, 2004). Na primeira fase foi estabelecida a questão de interesse, as variáveis que foram coletadas nos artigos, bem como os critérios de inclusão/exclusão das pesquisas na análise final; na segunda fase a busca foi realizada nos bancos de dados de periódicos de acordo com os critérios definidos; e, por fim, a apresentação dos resultados.

Meu objetivo foi responder duas questões: o que explica que candidatos autofinanciem suas campanhas? E, quais são as consequências deste tipo de financiamento? Entendo aqui consequências de uma maneira ampla: considerando a competição eleitoral, democracia e sistema partidários, mas

trato dos detalhes mais adiante. A partir deste ponto inicial, como exposto na figura 1, a literatura de interesse do trabalho aqui empreendido é aquela em que são mencionados e estudados os dois fenômenos: eleições (candidatos) e autofinanciamento. Após algumas pesquisas iniciais, foi possível observar que os trabalhos tendem a referenciar o uso de recursos próprios de várias formas (investimento pessoal, autofinanciamento, recursos pessoais), mas acabam tratando do mesmo fenômeno. Destarte, as *strings* de pesquisa foram: “*Personal Funds*”, “*Personal Resources*”, “*Personal Investment*”, “*Own resources*”, “*Self-funding*”, “*Self-financing*”, “*Elections*” e “*Candidates*”. O recorte temporal cobriu o período da década de 1979 até 2019.

Figura 1- Strings para a pesquisa



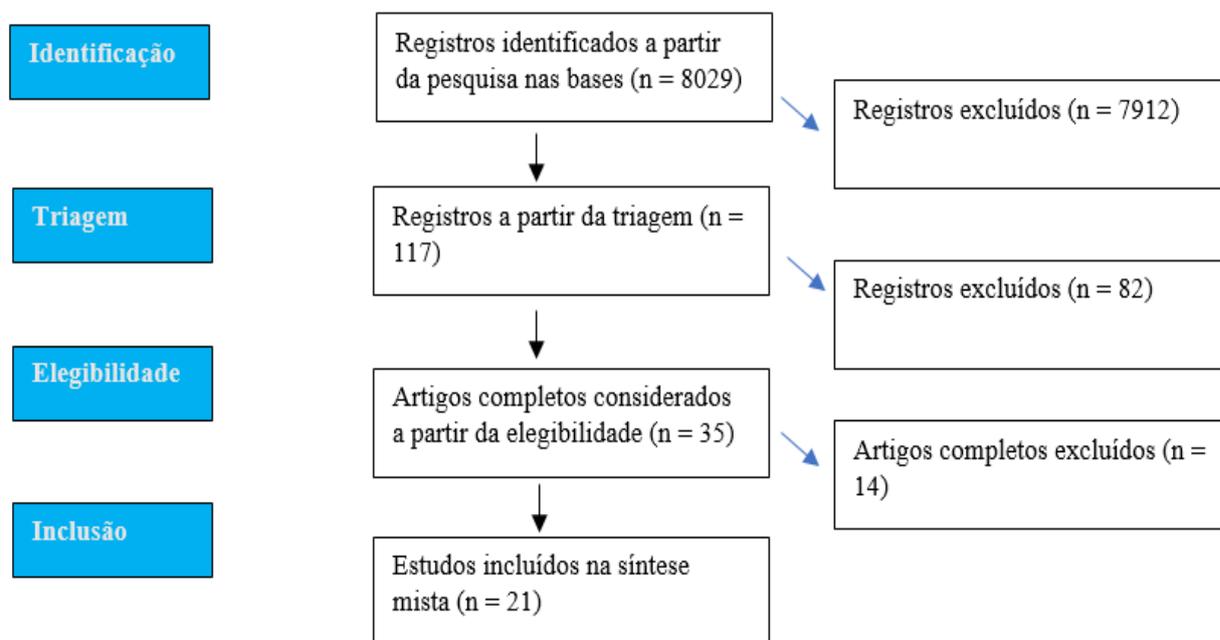
99

Fonte: elaboração do autor.

Apliquei alguns filtros de exclusão para construir banco de dados final. Em primeiro lugar, a busca dos termos de pesquisa foi realizada em quatro bases de dados: Scopus (167), IEEE (16), Web of Science (246) e Google Scholar (7.600), totalizando 8.029 estudos. A partir deste montante, foram excluídas pesquisas publicadas em anais de eventos, capítulos de livros, teses e livros, para que constassem apenas estudos publicados em periódicos (revisados pelos pares), com uma exceção, o trabalho de Steen (2009). Esta se justifica porque o livro da autora é seminal para o entendimento do fenômeno e foca exclusivamente no autofinanciamento. Excluí da base também os estudos duplicados e aqueles que não haviam sido publicados em língua inglesa. Por fim, trabalhos que não foram publicados em periódicos de ciências sociais também foram excluídos. Desta seleção, restaram 117 trabalhos.

Após a leitura dos resumos, foram excluídos 82 estudos que não citavam diretamente as questões de interesse da pesquisa, restando 35. Estes últimos foram lidos na íntegra e apenas aqueles que tinham por objeto de pesquisa o autofinanciamento como fonte de financiamento de campanhas eleitorais foram incluídos. Um exemplo de exclusão é o estudo de Golosov (2002), intitulado: “*Party Support or Personal Resources: factors of success in the plurality portion of the 1999 national legislative elections in Russia*”. A partir da identificação e triagem o artigo cumpria os critérios de elegibilidade, porque considerava as *strings* de busca “recursos pessoais” e “eleições”. No entanto, após a leitura, foi possível perceber que o autor operacionalizou recursos pessoais como a incumbência (busca da reeleição) e não como recursos financeiros dos próprios candidatos (GOLOSOV, 2002, p.32). Desta forma, o artigo foi excluído da análise.

Figura 2- Etapas da revisão sistemática da pesquisa



Fonte: elaboração do autor.

Com a definição dos estudos revisados, aponto uma série de variáveis que foram analisadas nos trabalhos, considerando os modelos aplicados em outras RS (YIN & HEALD, 1975; SCHAEFER et al, 2019; SAMPAIO & FIGUEIREDO FILHO, 2019). As variáveis foram agrupadas em três dimensões: *formal*; *metodológica* e *substantiva*. Com essa divisão, os dados variam desde informações sobre a quantidade de autores(as) e país da universidade dos pesquisadores(as) que publicaram os textos (dimensão formal), até se os textos tinham hipótese, fontes de pesquisa, tipo de inferências realizadas (dimensão metodológica) e resultados alcançados (dimensão substantiva). No quadro 1, resumo as três dimensões de variáveis e as informações que foram coletadas.

Quadro 1- Variáveis coletadas para revisão sistemática

Dimensão	Variável	Descrição	Mensuração
Formal	Título	Indica o título da publicação	Nominal
	Palavras-Chave	Indica as palavras-chave da publicação	Nominal
	Nº de Autores	Quantidade de autores	Discreta
	País da Universidade Primeiro(a) Autor(a)	Indica qual país o primeiro autor está vinculado	Nominal
	Ano	Ano da publicação	Nominal
	Consideração do autofinanciamento	Qual espaço o autofinanciamento ocupa na pesquisa?	0 = VD; 1 = VI e/ou Indicador
Metodológica	Problema de pesquisa identificável?	Problema de pesquisa identificável após leitura do paper	Dummy (1=Sim; 0=Não)
	Problema de Pesquisa	Qual a pergunta de pesquisa	Nominal
	Tipo de Inferência	Indica se a inferência da pergunta de pesquisa é explicativa ou interpretativa	Dummy (1=Causal; 0=Descritiva)
	Hipótese Identificável	Hipótese de pesquisa identificável após leitura do paper	Dummy (1=Sim; 0=Não)
	Qual a hipótese?		
	Metodologia Identificável?	Informação sobre os métodos utilizados no resumo ou na primeira seção do trabalho	Dummy (1=Sim; 0=Não)
	Metodologia	Qual metodologia é empregada	Catégorica (0= Quantitativa; 1=Qualitativa; 2= Mista)
	Fonte de Dados	Indica como foram coletados os dados do paper	Catégorica (0=Primária; 1=Secundária; 2=Primária e Secundária)
	Variável Dependente	O que se buscou explicar?	Nominal
	Variáveis Independentes	O que explicou?	Nominal
	Controles	Variáveis utilizadas para o controle da relação entre Variáveis Independentes e Dependente	Nominal
	Técnicas de Análise	Descreve os tipos de métodos utilizados	Nominal
	Número de Técnicas de Análise	Descreve o número de métodos utilizados	Discreta
	Recorte Temporal	Ano das eleições analisadas	Nominal
	Unidade de Análise	Especifica a unidade de análise	Nominal
	País Pesquisado	Indica qual o país pesquisado	Nominal
	Mais de um país	Indica se a pesquisa buscou comparar mais de um caso nacional	Dummy (1=Sim; 0=Não)
	Mesmo País	Indica se o país analisado é o mesmo do autor(a)	Nominal
	Número de Casos	Indica o número de casos analisados	Discreta
	Tipo de Eleição	Indica o tipo de eleição analisada	Nominal
Sistema Eleitoral	Indica o tipo de sistema eleitoral do contexto analisado	Nominal	
Substantiva	Resultados	Quais foram os resultados encontrados	Nominal

Fonte: Elaboração do autor.

Este foi o protocolo de coleta dos dados. A variável central para responder as questões iniciais é a “Consideração do Autofinanciamento”. A partir da leitura das pesquisas, classifiquei as mesmas em três grupos de acordo com o espaço que o autofinanciamento ocupa nas pesquisas: se é a variável a ser explicada (0), o que responde a primeira questão postulada neste capítulo, ou se explica (1) e/ou indica algo (2), o que responde a segunda questão. Os trabalhos de Brown (2013) e Steen (2009) foram contados duas vezes, dado que exploram modelos que tanto tentam explicar o porquê candidatos se autofinanciam quanto os impactos do autofinanciamento sobre o desempenho eleitoral dos candidatos.

A diferenciação entre indicadores e variáveis independentes é justificada dadas as naturezas distintas de metodologias e inferências existentes nos trabalhos. Pesquisas que se utilizaram de métodos qualitativos e propunham inferências descritivas, por exemplo, não estavam preocupadas com uma relação do tipo $X \rightarrow Y$, mas com a observação de como o autofinanciamento poderia ser um *proxy* (aproximação) para o estudo de transformações do sistema político (GIGLIOLI, 2019). Esta diferença tem relação com a pluralidade metodológica existente no campo da Ciência Política (REZENDE, 2015), e é importante para compreender como, e se, as perguntas de pesquisa foram respondidas. Na próxima seção trato da análise dos resultados.

4 Análise dos resultados

102

Para melhor exposição dos resultados da RS, dividi a análise dos resultados em três subseções que cobrem as dimensões formal, metodológica e substantiva dos trabalhos. No caso da última, ainda há uma nova divisão, com o intuito de demonstrar os distintos resultados encontrados para as perguntas iniciais.

4.1 Dimensão formal

Em primeiro lugar, como exposto na figura 3, construí uma nuvem de palavras a partir dos títulos e das palavras-chave dos trabalhos. As palavras que mais aparecem são, respectivamente: *Campaign*, *Elections* e *Parties/Party*. Esse exame inicial demonstra o foco em eleições, campanhas e partidos nas pesquisas, como seria de se esperar pelo processo de formulação do banco de dados.

maioria dos trabalhos parte de inferências causais (14) na construção de seus desenhos de pesquisa. A metodologia mais utilizada foi a quantitativa (14), a partir de técnicas como estatística descritiva, regressão de mínimos quadrados ordinários (MQO) (7), Logit (4) e Probit (3). As técnicas qualitativas mais utilizadas foram entrevistas e análise documental. Apenas uma pesquisa utilizou métodos mistos, partindo de entrevistas para formulação de índices sobre a compra de votos na Indonésia (ASPINALL et al, 2014). Em média, o número de técnicas utilizadas foi de 2,3 (mediana de dois). A principal unidade de análise foi os candidatos (18), seguida de partidos (4) e eleitores (1), variando entre um (KOPECK, 2016) e 7.000 casos analisados (MADDENS & PUT, 2013).

Tendo em vista a consideração do autofinanciamento, é possível perceber que todos os estudos que tratam o autofinanciamento como variável dependente focam em candidatos, tendem a se centrar em eleições com sistema majoritário, se dividem quanto ao tipo de inferência e são na maioria quantitativos. Os estudos que consideram o autofinanciamento indicador de outros fenômenos focam em partidos e candidatos, em sistemas proporcionais, partem de inferências descritivas e métodos qualitativos. Por fim, a consideração do autofinanciamento como variável independente foca nos candidatos como unidade de análise, sistemas majoritários, partem de inferências causais e métodos quantitativos.

4.2.1 O que explica o autofinanciamento?

104

Considerando a pergunta: “o que explica que candidatos autofinanciem suas campanhas?”, os trabalhos consideraram diferentes variáveis independentes que vão desde características do sistema partidário até atributos do candidato. No primeiro caso, Wilkins (2016) ressalta que um sistema com pouca/nenhuma competição entre partidos (no caso, Uganda), a disputa por postos representativos se dá no interior da organização. Desta forma, as pressões para a conquista da nomeação no partido dominante (NRM¹) força os postulantes a gastarem recursos do próprio bolso, inclusive contraindo dívidas: “Some candidates with deep pockets were capable of bankrolling their elections, but the majority were forced to take on large debts that they will carry through most of their terms in office (WILKINS, 2016, p.631)”.

Do sistema partidário também são consideradas variáveis como: o nível de competitividade entre partidos no distrito eleitoral, o fato de incumbentes não estarem disputando a eleição (nos Estados Unidos este tipo de eleição é considerada como Cadeira Aberta – *Open-Seat*), voto para o partido do candidato na eleição presidencial (BROW, 2013), tamanho do partido (EDER et al, 2015), bem como o período da autodoação (WILCOX, 1988; STEEN, 2009). Neste último caso, Wilcox (1988) ressalta que o autofinanciamento serve para que candidatos, principalmente “novatos”, consigam se mostrar viáveis eleitoralmente. A força do partido no distrito eleitoral e o nível de competitividade são *proxies*

¹ National Resistance Movement, ou Movimento de Resistência Nacional, está no poder nacional em Uganda desde 1986.

para o teste da teoria do comportamento estratégico dos políticos (BLACK, 1972). Conforme Steen (2009), a decisão de se autofinanciar é uma função de utilidade que leva em conta o fato de que determinado cargo está acessível ou não. Seria esperado que políticos estratégicos não gastem dinheiro do próprio bolso em uma eleição com poucas probabilidades de vitória.

Sobre os atributos dos candidatos, os trabalhos ressaltam a experiência/inexperiência política (BROWN, 2013; WILCOX, 1988), renda, patrimônio (STEEN, 2009), tipo de campanha e posição na lista partidária (EDER et al, 2015). O aspecto da experiência política pesa sobre a decisão de gastar do próprio bolso na medida em que candidatos já inseridos no campo político (incumbentes ou com outros cargos eletivos) tendem a ter vantagens competitivas sobre desafiantes (BARBOSA & SCHAEFER, 2019). Maior probabilidade de vencer atrai mais doadores “externos” como empresas, no caso dos Estados Unidos PAC’s², ou mesmo os partidos. Partindo desse ponto, é razoável supor que os incentivos para se autofinanciar diminuam. O aspecto da renda e do patrimônio parecem auto evidentes: maior renda mais recursos. No entanto, a disposição de utilizar a própria riqueza em uma campanha é mediada pela probabilidade de se eleger e pela própria necessidade deste tipo de recurso. Candidatos ricos e favoritos, que atraem doadores podem também não ter incentivos no uso de recursos próprios, dado que o dinheiro pode provir de outras fontes. Por fim, Eden et al (2015) postulam que candidatos que possuem como objetivo de campanha autopromoção e estão em boas posições na lista partidária tenderiam a se autofinanciar mais.

105

4.2.2 O que o autofinanciamento indica?

Os estudos que consideram o autofinanciamento um indicador, uma aproximação para se descrever outro fenômeno, se centram na investigação dos partidos políticos. Neste sentido, se vinculam a tradição de estudos partidários e de criação/teste de tipologias que remete à obra seminal de Maurice Duverger [1951] (1992). Barndt (2014), por exemplo, trata do caso dos “partidos baseados em corporações” na América Latina: organizações que disputam o poder baseando sua estrutura organizacional em empresas/corporações. O autor analisa o caso do partido Cambio Democrático, do Panamá, fundado por Ricardo Martinelli, dono de uma cadeia de supermercados. O partido surge a partir da ação deste empresário, que autofinancia tanto a estrutura do partido, pagando as campanhas de outros candidatos e cedendo membros da direção de sua empresa para a legenda, quanto a própria campanha para presidente do Panamá. Em 2009, cerca de dez anos após a fundação do partido, Martinelli vence a corrida presidencial.

A relação entre autofinanciamento e tipos de partidos também é explorada por Kopecky (2016) e Kefford & McDonnell (2019). No primeiro caso, o autor trata do conceito de partido

² Political Action Committee. Comitês destinados a arrecadação de recursos e investimento em candidatos e/ou partidos. Ver mais em: <<https://www.opensecrets.org/political-action-committees-pacs/what-is-a-pac>>, acesso em 29 de junho de 2021.

empresarial como forma de entender a organização do ANO (*Akcenespokojenýchobčanů*)³, fundado pelo bilionário tcheco do setor da agroindústria Andrej Babis. O partido surge baseado na empresa de Babis e depende financeiramente na fortuna de seu fundador para competir nas eleições tchecas. Kefford & McDonnel (2019), por sua vez, trabalham com o conceito de partido pessoal/personalista, ao analisar o caso do partido *Forza Italia* (FI), criado pelo bilionário Silvio Berlusconi, e *Clive Palmer's United Australia Party* (CPUAP), criado pelo bilionário Clive Palmer.

Os dois partidos surgem em contextos semelhantes: a relação dos fundadores com partidos anteriores se deteriora. No primeiro caso, Berlusconi, empresário das comunicações, perde influência no governo italiano na medida em que o PSI (*Partito Socialista Italiano*) desaparece após escândalos de corrupção no início da década de 90. No segundo, Palmer, que atua no ramo da extração de recursos naturais, perde contratos com o governo do LNP (*Liberal National Party*) no estado de *Queensland* na Austrália, no final da década de 2010.

As duas novas legendas que se apresentam como *outsiders* ao sistema político dos respectivos países, se baseiam, inicialmente, no autofinanciamento dos fundadores, em um tipo de organização frágil por *design* (KOSTADINOVA & LEVITT, 2014) e na dependência da liderança inicial. Os líderes criam os partidos para proteger seus negócios com o Estado. No caso do FI, a chegada ao poder com Berlusconi mantém as características organizacionais iniciais, mas transfere a dependência do financiamento para o Estado, através de subsídios públicos. Palmer não possui o sucesso eleitoral de Berlusconi e foi o responsável por mais de 80% do orçamento partidário até o desaparecimento da organização em 2016 (três anos de existência).

Giglioli (2019) se concentra no estudo da entrada de bilionários (conceituada enquanto liderança plutocrática) na política em três países europeus: República Tcheca, Suíça e Áustria. Para o autor o fato de que: “extremely wealth individuals can take on the task of vote-gathering and governing directly, cutting out the middleman” (2019, p. 04) poderia ocorrer de duas formas: a cooptação de partidos existentes ou a criação de novas organizações. No primeiro caso, estaria o bilionário do setor químico Cristoph Blocher que entra na política suíça a partir do SVP (*Schweizerische Volkspartei*) e se elege para o Parlamento do país em 2003. Sua entrada altera em termos organizacionais o partido, que se torna mais centralizado nacionalmente, e ideológicos: a agremiação se posiciona mais à direita do espectro político, advogando posições contrárias a imigração, União Europeia e favoráveis a valores familiares “tradicionais”. No segundo caso, estão *Team Stronach* (TS), fundado pelo bilionário austríaco do setor automotivo Frank Stronach, e o ANO, fundado pelo bilionário tcheco do setor da agroindústria Andrej Babis. Em termos organizacionais e ideológicos os dois partidos se assemelham, centralizados na figura do líder, como fundador e financiador das campanhas, advogando um programa próximo a direita, mas com pautas genéricas como o combate à corrupção.

³ A sigla em português é SIM.

Por fim, os trabalhos de Wilkins (2019) e Aspinall et al (2017) trabalham com objetos diferentes. Wilkins foca no NRM de Uganda, anteriormente mencionado, tratando de responder como um partido dominante poderia ser institucionalmente fraco. A resposta se basearia no processo de nomeação interna de candidatos que, devido à alta competição intrapartidária, devem autofinanciar suas campanhas e comprar votos, garantindo que o Governo Central ficasse distante do processo eleitoral. Aspinall et al (2017), por sua vez, trabalham com a compra de votos na Indonésia. Os autores constatam que esse mercado ilegal é autofinanciado pelos candidatos, ou seja, a fortuna pessoal é determinante para que os votos pudessem ser adquiridos.

4.2.3 O que o autofinanciamento explica?

Os trabalhos que tratam o autofinanciamento como variável independente tendem a se centrar em inferências causais e métodos quantitativos, sendo que a principal variável dependente considerada é o número de votos conquistados e/ou o sucesso eleitoral (sete dos 12 trabalhos). As outras variáveis dependentes são: posição na lista partidária (GHERGHINA & CHIRU, 2010), número de concorrentes na eleição (STEEN, 2009), trajetória dos partidos de oposição (KELLY, 2018), comportamento parlamentar (BAKER, 2008) e arrecadação de recursos em eleições primárias presidenciais (ADKINS & DOWDLE, 2002). Gherghina & Chiru (2010) analisam o caso das eleições europeias na Romênia. Esta eleição não é priorizada pelos partidos, logo a possibilidade de autofinanciamento (ao lado da experiência política), é vista como determinante para a posição que um candidato irá ocupar na lista de seu partido. Steen (2009) postula que o autofinanciamento, nas eleições para a Casa dos Representantes e o Senado americano, não seria um determinante para o número de votos conquistados, mas pode servir como uma “arma de dissuasão” de concorrentes: quanto mais o candidato se autofinancia, menor o número de concorrentes que se apresentam no pleito. Kelly (2018), analisa o caso senegalês e a proliferação de partidos de oposição no país. Para a autora, o autofinanciamento poderia ser determinante (ao lado também da experiência política) como ponto chave para a permanência de partidos de oposição na competição eleitoral. Baker (2008), por sua vez, analisa se, no caso da Casa dos Representantes, os parlamentares mais autofinanciados seriam mais independentes. E, por fim, Adkins & Dowdle (2002), consideram o autofinanciamento como variável independente para explicar o nível de arrecadação dos candidatos presidenciais americanos em suas primárias.

O voto e o sucesso eleitoral são mensurados de distintas formas. Como apontado anteriormente, os trabalhos tratam de países com sistemas eleitorais distintos. No caso de contextos com sistemas eleitoral proporcionais e de lista flexível⁴ (Bélgica), a variável dependente considerada é o

⁴ O eleitor pode votar diretamente na lista partidária (que é fechada), ou em um candidato dentro da lista (voto preferencial).

percentual de votos preferenciais recebidos pelos candidatos (VAN ERKEL et al, 2017; PUT et al, 2015; MADDENS & PUT, 2013). A hipótese aventada nestes trabalhos é de que o investimento de recursos próprios possui impacto sobre o percentual de votos conquistados, tendo como variável de controle e/ou interação o fato de o candidato possuir ou não um cargo eletivo. Put et al (2015) consideram que quanto maior o cargo eletivo do candidato (se Ministro, Membro do Parlamento, representante local, entre outros), menor o efeito do uso de recursos próprios nas eleições. O autofinanciamento, por sua vez, é mensurado de formas distintas nos trabalhos: como percentual do total de todos os candidatos e como percentual do total de todos os candidatos da lista partidária.

Em contexto de sistemas majoritários, a relação voto e recursos pessoais foi mensurada de distintas formas. Brown (2013) trata dos casos dos candidatos ao Governos de estado nos Estados Unidos, entre 1998 e 2008, considerando o percentual de votos conquistados e o total de recursos empregados (de maneira absoluta). O autor tem por hipótese que o autofinanciamento, ao contrário do emprego de recursos externos (PAC's, partidos e doações de indivíduos), não tem impacto sobre o percentual de votos, tanto para Democratas quanto para Republicanos. Alexander (2005) considera eleições *open-seat* para a Casa dos Representantes em sua análise sobre o impacto de diferentes formas de recursos sobre o percentual de votos. A sua forma de mensuração do financiamento da campanha, no entanto, é distinta. O autor considera o percentual de três fontes distintas de recursos: autofinanciamento, PAC's e indivíduos, tendo em vista o total arrecadado pelos candidatos em cada uma das disputas. Por fim, Downing & Miller (2016) realizam um experimento em survey com 2500 eleitores. O objetivo é observar em que medida informações sobre a fonte de financiamento dos candidatos podem afetar como os eleitores os enxergam e a possibilidade de votar ou não.

108

4.3 Dimensão substantiva: autofinanciamento, votos e partidos

Os trabalhos que tratam do autofinanciamento eleitoral são heterogêneos no que concerne os tipos de inferências realizadas, métodos e também os objetos de análise. As diferenças nos desenhos de pesquisas requerem uma avaliação atenta que considere as perguntas motivadoras, as variáveis mobilizadas, mas também o contexto sobre o qual se referem. Neste sentido, considerar os achados de cada trabalho, e seu conjunto (Dimensão Substantiva), é uma operação que deve levar em conta qual foi o objetivo das análises e os dados utilizados. É possível traçar uma diferenciação no que explica o autofinanciamento e o que pode explicá-lo considerando os sistemas eleitorais dos países analisados. Como demonstro mais adiante, em sistemas proporcionais o autofinanciamento tem um impacto sobre o número de votos, o que não ocorre em sistemas majoritários. No quadro 2, trato de sistematizar os principais achados dos trabalhos.

Os trabalhos que tratam o autofinanciamento como variável dependente enfocaram em características dos sistemas partidários e atributos dos candidatos. Wilkins (2016), a partir de entrevistas e observação, encontra evidências de que o autofinanciamento é explicado pela pressão da

competição intrapartidária. Mesmo incumbentes devem gastar do próprio bolso de modo que garantam apoio da população local no momento das disputas pela nomeação no NRM. Steen (2009) ressalta o aspecto da riqueza. Por mais tautológico que pareça: candidatos ricos irão se autofinanciar mais, é necessário a realização de testes empíricos para observar como, e se, essa relação é verdadeira. A autora encontra uma relação positiva e estatisticamente significativa entre a renda declarada dos candidatos (no ano anterior à eleição) e o valor de recursos próprios empregados na campanha: a cada dólar de renda há um acréscimo de 0,08 dólares do autofinanciamento (STEEN, 2009, p.71). No caso do valor de bens (patrimônio), a relação é positiva, porém não é estaticamente significativa. Brown (2013), por sua vez, demonstra que o autofinanciamento, ao contrário de outras fontes de recursos, não é empregado de maneira estratégica. Conforme Francia et al (2003), doadores estratégicos tendem a empregar recursos de modo que garantam acesso aos eleitos (investindo em incumbentes) ou influenciem eleições (investindo em eleições apertadas). Nenhum desses casos é encontrado na análise de Brown, que, então, considera os candidatos autofinanciados como não estratégicos, dado que investem em campanhas que não podem vencer.

O aspecto da experiência política é testado por Steen (2009), Brown (2013) e Eden et al (2015). Nos dois primeiros casos, é encontrada uma relação negativa e estatisticamente não significativa entre experiência política e o uso de recursos próprios nas campanhas. Ou seja, candidatos experientes podem se autofinanciar, mas os valores encontrados não descartam a hipótese nula. Eden et al (2015), no entanto, encontra um efeito positivo e estatisticamente significativo para essa relação. Os resultados distintos podem ser creditados aos diferentes sistemas eleitorais: majoritário uninominal nos EUA (STEEN, 2009; BROWN, 2013), e proporcional na Áustria (EDEN et al, 2015). Eden et al (2015) também encontram efeito positivo sobre o tipo de campanha: campanhas mais personalizadas tendem a ter maior nível de autofinanciamento.

Quadro 2- Análise dos resultados dos papers

Dimensão	Variável/Outcome	Resultados	Referências
O que explica o autofinanciamento?	Competição intrapartidária	Sim, no caso de sistemas de partido único/dominante	WILKINS (2016)
	Riqueza dos Candidatos	Sim, considerando a renda no ano anterior a eleição;	STEEN (2009)
	Experiência Política	Na medida em que aumenta o nível de experiência política, tende a diminuir o uso de recursos próprios.	STEEN (2009); BROWN (2013); EDEN et al (2015); WILCOX (1988)
	Competição Eleitoral	Não há uma relação clara, ao menos em sistemas majoritários, entre autofinanciamento e competição eleitoral.	STEEN (2009); BROWN (2013)

	Tipo de campanha	Campanhas personalizadas dependem mais de recursos próprios.	EDEN et al (2015)
O que o autofinanciamento indica?	Novos tipos de partidos	O uso de recursos pessoais proporciona o surgimento de novos tipos de partidos, focados no líder fundador.	KEFFORD & MCDONNELL (2019); GIGLIOLI (2019); KOPECEK (2016); BARNDT (2014)
	Estruturas organizacionais descentralizadas	Autofinanciamento é um indicador de que o partido, em si, é uma “casca vazia”, uma reunião de candidatos	WILKINS (2019)
	Compra de Votos	Uso de recursos próprios para a compra de votos	ASPINALL ET AL (2017)
O que o autofinanciamento explica?	Votos (%) em sistemas proporcionais	Há uma relação positiva entre autofinanciamento e votos, mediada pela experiência política do candidato.	VAN ERKEL et al (2017); PUT et al (2015); MADDENS & PUT (2013)
	Votos (%) em sistemas majoritários	Relação positiva e estatisticamente não significativa no caso de governadores. Relação negativa e estatisticamente significativa no caso de parlamentares.	BROWN (2013); ALEXANDER (2005)
	Intenção de voto	Relação negativa, e estatisticamente significativa, entre autofinanciamento e intenção de voto, no caso de candidato do mesmo partido. Relação positiva, e não estatisticamente significativa entre autofinanciamento e intenção de voto, no partido opositor.	DOWLING & MILLER (2016)
	Independência parlamentar	Não há uma relação entre autofinanciamento e independência parlamentar.	BAKER (2008)
	Número de concorrentes	Há uma relação positiva entre autofinanciamento e a redução no número de concorrentes em eleições primárias	STEEN (2009)
	Posição na lista partidária	Sim. Maior o investimento pessoal, melhor a posição na lista partidária.	GHERGHINA & CHIRU (2010)
	Trajectoria de Partidos de Oposição	Recursos pessoais e experiência política são variáveis que, conjuntas, explicam a permanência de partidos de oposição.	KELLY (2018)
	Arrecadação de recursos nas primárias presidenciais	Relação negativa e estatisticamente significativa no caso dos Republicanos.	ADKINS & DOWDLE (2002)

Fonte: elaboração própria.

A discussão em torno de novos tipos de partidos é embasada a partir de inferências descritivas. Kefford & McDonnel (2019), Giglioli (2019), Kopecky (2016) e Barndt (2014) ressaltam como a disponibilidade do uso da fortuna pessoal caracteriza o surgimento de um novo tipo de partido tanto na Europa quanto na América Latina. O autofinanciamento, nestes casos, é um indicador das características destas novas organizações. Como variáveis explicativas, os autores, nestes casos, tendem a considerar fatores políticos e econômicos. No primeiro caso, a perda de poder e confiança de partidos tradicionais em meio a escândalos de corrupção (GIGLIOLI, 2019; KOPECEK, 2016). No segundo caso, a dependência econômica que empresários possuem do Estado (KEFFORD & MCDONNEL, 2019; BARNDT, 2014), bem como mudanças em técnicas de gestão que possibilitam que “homens de negócios” não dependam mais de políticos tradicionais na intermediação da relação entre poder econômico e poder político (GIGLIOLI, 2019). Este contexto favorece o surgimento de partidos empresariais/personalizados centralizados na figura do fundador que, ao menos no início da organização, tratam de gastar do próprio bolso em ordem de alcançar vitórias eleitorais.

Wilkins (2019) busca responder à questão: como um partido dominante, como o NRM, em Uganda, pode ser um partido fraco institucionalmente? Neste caso, o autofinanciamento é utilizado como um indicador da competição intrapartidária. Uganda, classificada como um país não democrático em diversos índices, é governada por Yoweri Museveni e pelo NRM desde 1986. Os candidatos do partido ao Parlamento, no entanto, enfrentam grande competição interna e tendem a não se reeleger. O partido incentiva essa competição ao mesmo tempo em que garante que os candidatos se unam em torno da figura de Museveni. Aspinall et al (2017) investigam a compra de votos em dois distritos indonésios. Neste caso, o uso da própria fortuna é uma vantagem competitiva em ordem de obter votos e comprar apoio. A situação de fragmentação da competição eleva os custos de compra por parte dos candidatos e, logo, a possibilidade de emprego de recursos próprios no pleito pode representar maior probabilidade de se eleger.

Os trabalhos que consideram o autofinanciamento como variável independente possuem tanto resultados, quanto objetivos, distintos. Como coloquei anteriormente, a maioria dessas pesquisas estão preocupadas com a análise da relação entre autofinanciamento e votos conquistados. Em sistemas majoritários, os resultados encontrados são negativos ou estatisticamente insignificantes. Alexander (2005) resalta que quanto maior a dependência de recursos próprios, menor o número de votos em eleições *Open-Seat* para a Casa dos Representantes. Brown (2013), por sua vez, encontra um valor estatisticamente não significativo para o valor de autofinanciamento e o total de votos em eleições para governador nos EUA, enquanto que o total de recursos externos (doações de indivíduos e PACs) tem efeito positivo e significativo.

Em sistemas proporcionais, por sua vez, o autofinanciamento possui impacto positivo e estatisticamente significativo sobre o número de votos conquistados por candidatos ao Parlamento Nacional, Regional e Local na Bélgica (VAN ERKEL et al, 2017; PUT et al, 2015; MADDENS & PUT, 2013). No entanto, essa relação é mediada pela posição política dos candidatos. Candidatos que

possuem postos eletivos altos tendem a ter um efeito negativo no uso de recursos próprios. Essa relação foi explorada anteriormente por Jacobson (1978; 1990). O autor pontua que o efeito do dinheiro sobre o número de votos é diferente para incumbentes ou desafiantes. No segundo caso, o dinheiro tem um efeito positivo, dado que a maioria dos candidatos desafiantes precisa de financiamento para construir uma organização de campanha e ganhar visibilidade. No primeiro caso, os incumbentes usualmente já possuem tanto visibilidade quanto organização, sendo que o uso do dinheiro pode indicar que a disputa não está assegurada. Em outras palavras, quanto mais um incumbente gasta na campanha maior a probabilidade de que sua vitória esteja em risco. Maddens & Put (2013, p.858) demonstram que o uso de recursos próprios, quando variável interage com a posição de ministro (posto mais alto da política belga), tem um efeito negativo sobre o percentual de votos conquistados.

Além dos votos conquistados, o autofinanciamento é considerado como variável explicativa para outros fenômenos. Baker (2008), por exemplo, considera a relação entre autofinanciamento e comportamento parlamentar. A hipótese foi de que quanto mais independente de recursos externos, mas independente o parlamentar seria no momento de votações na Casa dos Representantes. A relação, porém, é negativa e não descarta a hipótese nula. Ou seja, candidatos autofinanciados não se diferenciam de candidatos com outras fontes de financiamento quanto a independência em votações legislativas. Steen (2009) e Gherghina & Chiru (2010), entretanto, encontram resultados positivos e significativos para outros fenômenos. Steen demonstra que candidatos autofinanciados, apesar de não terem tanto sucesso com eleitores, tendem a desencorajar desafiantes, quando consideradas eleições primárias nos dois principais partidos dos EUA. Gherghina & Chiru (2010), por sua vez, demonstram que a possibilidade de autofinanciamento é determinante na alocação da ordem dos candidatos em eleições europeias (na Romênia). Nestas, os partidos tradicionais tendem a ter pouco interesse, o que abre espaço para que candidatos ricos “comprem” boas posições nas listas partidárias.

Adkins & Dowdle (2002) analisam o uso de recursos próprios como uma variável independente que auxilia na predição do total de recursos arrecadados por candidatos nas primárias presidenciais dos EUA. Os resultados apontam que o autofinanciamento possui um sinal negativo no caso dos Republicanos, ou seja, candidatos que gastam do próprio bolso tendem a arrecadar, em média, menos do que os que não o fazem. Em termos substantivos, porém, esse achado deve ser visto com cuidado, dado que apenas um candidato, de 49 na amostra, de fato gastou recursos do próprio bolso (ADKINS & DOWDLE, 2002, p.271). Kelly (2018), por sua vez, analisa a trajetória de partidos de oposição em Senegal. No país, há um histórico de partidos de oposição sendo cooptados pelo Poder Executivo. A autora investiga quais fatores poderiam explicar a existência de partidos de oposição consistentes, e encontra como resultados que: partidos com, simultaneamente, líderes com experiência político-administrativa e alta capacidade de financiamento (uso de fortuna pessoal e/ou recursos captados no exterior), tendem a permanecer como oposição consistente, enquanto que partidos que não possuem uma dessas características, ou ambas, tendem a ter como destino a cooptação ou aliança com o governo do país.

Por fim, destaco o trabalho de Dowling & Miller (2016). Os autores partem de um experimento (em *survey*) para observar se diferentes fontes de financiamento impactam a intenção de voto de eleitores nos EUA. Os autores realizam a pergunta: qual a probabilidade de votar em determinado candidato (em uma escala de 0 a 100), considerando como fontes de financiamento das campanhas: (1) doações de indivíduos, (2) recursos herdados, (3) patrimônio acumulado no setor privado, e (4) recursos de indivíduos e grupos de interesse. As fontes 2 e 3 são consideradas como autofinanciamento. Os resultados apontam que, quando considerados candidatos do mesmo partido do respondente, o uso de recursos herdados diminui a probabilidade de voto, comparando-se com as demais fontes. Ou seja, o uso da própria herança na campanha é avaliado negativamente por simpatizantes do partido. Não há diferença significativa entre as demais fontes, ou seja, recursos próprios percebidos como produto do próprio trabalho não diminuem a probabilidade de voto no candidato, quando comparadas fontes como doações de indivíduos e recursos de grupos de interesse.

Quando analisados candidatos de outro partido de preferência, doações de indivíduos e dinheiro herdado incrementam as probabilidades de voto, comparados ao uso de recursos privados. Neste sentido, há um incremento na probabilidade de voto em um “adversário” quando este não utiliza recursos próprios oriundos de sua atividade econômica. Conforme os autores: “(...) partisan agreement moderates the relationship between funding sources and vote intent, at least with respect to the different self-financing conditions; co-partisan (but not out-party) voters downgrade candidates who spent money they did not earn” (DOWLING & MILLER, 2016, p.158). De modo geral, a preferência partidária é um preditor do voto no caso dos EUA, mas a fonte de recurso do candidato pode incrementar ou diminuir a probabilidade de voto. No caso do mesmo partido, os eleitores favorecem candidatos que são apoiados financeiramente por indivíduos e/ou há a percepção de que gastam recursos que ganharam através do próprio trabalho.

113

5 Discussão: lacunas e possibilidades

Em termos gerais, a literatura revisada neste artigo parte de estratégias metodológicas, que são orientadas, grosso modo, em dois grupos de “recursos epistêmicos” (REZENDE, 2015, p.52). De um lado há o foco no contexto socioeconômico e político, no que se poderia chamar de uma forma de sociologia política, nos termos sartorianos (SARTORI, 1969). De outro, há o foco na racionalidade dos atores, na competição eleitoral intra e entre partidos e as consequentes estratégias dos políticos (BLACK, 1972). Esses dois grupos se apresentam tanto na resposta da questão: “por que candidatos se autofinanciam? ”, quanto no “que o autofinanciamento indica/explica? ”.

No primeiro caso, a literatura trata de candidatos autofinanciados observando sua emergência, fundando partidos ou entrando em organizações já existentes, como que incentivados por um contexto de janela de oportunidades: erosão das relações entre sociedade e partidos políticos (personalismo), mudanças das técnicas de gerenciamento empresarial (plutocracia), bem como a própria relação desses

atores muito ricos com o Estado (KEFFORD & MCDONNEL 2019; GIGLIOLI, 2019; KELLY, 2018; KOLODNY, 2016; KOPECEK, 2016; BARNDT, 2014). Essas condições convergem para um tipo de mecanismo de diferenciação social: “sou muito rico e, logo, não preciso dos recursos de outros, seja grupos de interesse, o Estado ou outras pessoas ricas”⁵. Ou seja, o autofinanciamento aí de se relaciona com dinâmicas mais gerais de personalização na disputa política: utilizar de recursos próprios pode tornar-se um ativo eleitoral.

A estratégia básica de conexão entre teoria e empiria, neste caso, foi o uso de métodos qualitativos e análise de casos nacionais específicos. Como vantagem, esta abordagem oferece um olhar mais amplo e denso sobre o fenômeno do autofinanciamento, suas causas e consequências. Como desvantagem, a seleção de casos pela variável dependente: “existir candidato autofinanciado ou partido autofinanciado pelo candidato”, pode gerar viés de representatividade (os casos não representam o fenômeno analisado) e/ou lacuna no quesito de variação dos parâmetros (SEAWRIGHT & GERRING, 2008; COLLIER & MAHONEY, 1996).

No segundo caso, o que está em jogo também é o contexto, mas não se incluem variáveis macro-estruturais (políticas, econômicas e/ou sociais) e sim o contexto mais imediato da disputa eleitoral. Ou seja, a perspectiva chave é a suposição da racionalidade dos atores em meio às eleições, em específico a competição entre e intra partidos, as características dos candidatos e o tipo de campanha (VAN ERKEL, 2017; WILKINS, 2016; EDEN et al, 2015; PUT et al, 2015; BROWN, 2013; MADDENS & PUT, 2013; STEEN, 2009; ALEXANDER, 2005; WILCOX, 1988). A alocação de recursos em uma determinada campanha (“se racional”), neste caso, deve obedecer a dinâmica que se apresenta ao candidato: se este já é conhecido provavelmente irá conseguir dinheiro de outras fontes que não o próprio bolso (o contrário sendo verdadeiro); a mesma hipótese caso o distrito em que concorra seja historicamente favorável a seu partido; no caso de disputas proporcionais (em que há competição intrapartidária), pode ser o caso de investir mais dinheiro do próprio bolso como vantagem competitiva em relação a seus correligionários; e caso realize uma campanha mais focada em atributos pessoais vis-à-vis seu partido teria maior necessidade de se valer de recursos próprios.

Essas condições convergem para um mecanismo estratégico: o autofinanciamento será utilizado na medida em que pode representar uma vantagem na competição eleitoral e esteja disponível (riqueza da candidata). A estratégia básica de conexão entre teoria e empiria, neste caso, foi o uso de métodos quantitativos e análise de casos nacionais específicos. Ao contrário da abordagem qualitativa, destaca-se nos trabalhos aqui analisados, como pontos positivos, a seleção de amostras representativas das populações de interesse e variação nos parâmetros (variáveis dependentes e independentes). Como pontos negativos, perde-se a perspectiva mais ampla e densa do fenômeno.

Como forma de superar lacunas inerentes a cada metodologia deve-se considerar a triangulação ou integração de métodos (SEAWRIGHT, 2016). Este tipo de abordagem foi utilizado em apenas um

⁵ “I don’t need anybody’s money. It’s nice. I don’t need anybody’s money. I’m using my own money. I’m not using the lobbyists. I’m not using donors. I don’t care. I’m really rich” (TRUMP apud THIMSEN, 2017, p.08).

trabalho aqui analisado (ASPINALL et al, 2017), que se vale da análise estatística bivariada, entrevistas e da observação participante como forma de explicar a compra de votos na Indonésia. O debate em torno da integração quanti-quali é bastante amplo, e cheio de “boas intenções” (BATISTA & DOMINGOS, 2017), não sendo o objetivo aqui esgotá-lo. Mas, destacar que essa estratégia pode ser útil na compreensão do fenômeno (SILVA, 2018; BAMBERGER, 2012; CRESWELL, 2009; GREENE et al, 2001). Por exemplo, a utilização de métodos quantitativos para identificação e explicação de casos desviantes em relação às expectativas: candidatos autofinanciados que são políticos e disputam eleições em distritos aonde seus partidos já são fortes (SEAWRIGHT & GERRING, 2008). Pelo caminho inverso, seria possível, a partir do estudo de caso, a construção de um modelo testável em uma amostra mais ampla: a relação entre a desconfiança nos partidos e a emergência (ou não) de lideranças plutocráticas.

Em termos teóricos, também é necessário considerar que o autofinanciamento é uma forma de recurso utilizado estrategicamente (ou racionalmente) pelos políticos, mas também pode servir como um recurso simbólico, associado, por exemplo, a competências empresariais (SCHAEFER, 2020; ENGLER, 2018, sobre o caso brasileiro). Essa relação demanda observar o dinheiro não só como recurso transacional (para a compra de material de campanha, cabos eleitorais, espaço em mídias sociais, entre outros), mas também como um mecanismo de diferenciação: “gasto do próprio bolso não preciso de outras doações” (KOLODNY, 2016). Em outras palavras, o uso do financiamento próprio como um indicador de “pureza” do candidato. No contexto brasileiro, de forte desconfiança em relação aos partidos e instituições representativas em geral, este tipo de discurso pode ser um ativo eleitoral, a ser observado empiricamente.

115

6 Conclusão

Os objetos e objetivos das pesquisas aqui analisadas são variados. O desenho de pesquisa de RS visou dar conta desta heterogeneidade, ao considerar uma série de variáveis nos estudos em suas dimensões: formal, metodológica e substantiva.

A partir de duas questões principais: “por que candidatos se autofinanciam?”, quanto no “que o autofinanciamento indica/explica?”, foi construído um banco de dados com 23 casos. Metodologicamente, os trabalhos se dividem em inferências descritivas e causais e utilização de métodos quantitativos e qualitativos.

Em termos gerais, é possível perceber que o uso de recursos próprios tende a estar associado a candidatos empresários, muito ricos, inexperientes e/ou personalistas. Pagar do próprio bolso uma campanha ou a constituição de um partido é uma forma de ganhar visibilidade e acessar o poder. Giglioli (2019) ressalta uma espécie de novo período das democracias ocidentais, caracterizado pela plutocratização das elites políticas. Neste sentido, a “era” do político profissional (e partidário) estaria sendo substituída pela “era” dos empreendedores e plutocratas. Nem tanto ao mar, nem tanto à terra, apesar de empiricamente constatada a presença em maior número de candidatos autofinanciados, principalmente no Leste Europeu, seria impossível um diagnóstico de “mudança de eras”, ao menos

de maneira homogênea, considerando as estratégias metodológicas dos trabalhos. O uso de recursos próprios, principalmente quando associado à entrada de novos atores políticos, parece estar vinculado a um “impulso inicial”, denotando que aqueles que querem, e conseguem, permanecer no campo alteram suas formas de financiamento, na medida em que se profissionalizam. No caso de Uganda, um regime autoritário de quase partido único, o uso de recursos próprios responde a uma pressão interna: os candidatos precisam gastar do próprio bolso para conseguirem a nomeação partidária. Um tipo de clientelismo descentralizado.

Também é necessário observar que o autofinanciamento tem impactos distintos sobre o sucesso eleitoral de candidatos de acordo as próprias famílias de sistema eleitoral. No caso da Bélgica, de sistema eleitoral proporcional e voto preferencial, os recursos próprios parecem ter impacto sobre os votos conquistados, mas essa relação é mediada pelo status do candidato. Políticos que gastam do próprio bolso tendem a ter mais votos, mas aqueles que gastam do próprio bolso tendo cargos políticos possuem menos votos, o que remonta a Jacobson (1978; 1990). Para o autor o efeito do dinheiro sobre o número de votos é diferente para incumbentes ou desafiantes. Para estes últimos, o dinheiro tem um efeito positivo, dado que a maioria dos candidatos desafiantes precisa de financiamento para construir uma organização de campanha e ganhar visibilidade. Para os primeiros, como usualmente já possuem tanto visibilidade quanto organização, o uso do dinheiro pode indicar que a disputa não está assegurada. Em outras palavras, quanto mais um incumbente gasta na campanha maior a probabilidade de que sua vitória esteja em risco. No caso dos EUA, com um sistema majoritário uninominal, o efeito do autofinanciamento foi negativo ou nulo.

116

No caso de outras consequências do autofinanciamento, foi possível perceber a ausência da relação entre essa variável e comportamento parlamentar. Em relação a outros *outcomes*, o autofinanciamento aparece como uma variável significativa para auxiliar na explicação da: presença de opositoristas nas eleições, manutenção de partidos de oposição consistentes, posição do candidato na lista partidária, bem como arrecadação de outras fontes de financiamento.

7 Referências

ADKINS, Randall E.; DOWDLE, Andrews J. The Money Primary: What Influences the Outcome of Pre-Primary Presidential Nomination Fundraising?. **Presidential Studies Quarterly**, v. 32, n. 2 2002.

ALEXANDER, Brad. Good money and bad money: Do funding sources affect electoral outcomes?. **Political Research Quarterly**, v. 58, n. 2, 2005.

ASPINALL, Edward et al. Vote buying in Indonesia: Candidate strategies, market logic and effectiveness. **Journal of East Asian Studies**, v. 17, n. 1, 2017.

BAKER, Anne. **Are Self-Financed House Members Free Agents?**. In: *Congress & the Presidency: A Journal of Capital Studies*. Taylor & Francis Group, p. 53-70, 2008.

BAMBERGER, Michael. Introduction to mixed methods in impact evaluation. **Impact Evaluation Notes**, v. 3, n. 3, p. 1-38, 2012.

BARNDT, William T. Corporation-based Parties: The Present and Future of Business Politics in Latin America. **Latin American Politics and Society**, v. 56, n. 3, 2014.

BATISTA, Mariana; DOMINGOS, Amanda. Mais que boas intenções: técnicas quantitativas e qualitativas na avaliação de impacto de políticas públicas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, 2017.

BARBOSA, T. A. L; SCHAEFER, B. M. Candidatos e eleitos deputados estaduais no brasil: para onde vai a representação política? (1998-2018). **Revista E-Legis**, v. 12, n. 30, 2019.

BENOIT, Kenneth; MARSH, Michael. Incumbent and challenger campaign spending effects in proportional electoral systems: The Irish elections of 2002. **Political Research Quarterly**, v. 63, n. 1, p. 159-173, 2010.

BLACK, Gordon S. A theory of political ambition: Career choices and the role of structural incentives. **American political science review**, v. 66, n. 1, p. 144-159, 1972.

BROWN, Adam R. Does money buy votes? the case of self-financed gubernatorial candidates, 1998–2008. **Political Behavior**, v. 35, n. 1, p. 21-41, 2013.

COLLIER, David; MAHONEY, James. Insights and pitfalls: Selection bias in qualitative research. **World politics**, v. 49, n. 1, p. 56-91, 1996.

COOPER, H. **Research synthesis and meta-analysis: A step-by-step approach** (3. ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 2010.

CRESWELL, John W. **Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. 3a. ed. Sage publications, 2009.

DACOMBE, R. Systematic reviews in political science: what can the approach contribute to political research? **Political Studies Review**, v. 16, n. 2, p. 148-157, 2017.

DENYER D; TRANFIELD D. Producing a Systematic Review. In: Buchanan D and Bryman A (eds) **The SAGE Handbook of Organizational Research Methods**. London: SAGE Publishing, p.671–689, 2009.

DINESEN, Peter Thisted; SCHAEFFER, Merlin; SØNDERSKOV, Kim Mannemar. Ethnic diversity and social trust: A narrative and meta-analytical review. **Annual Review of Political Science**, v. 23, p. 441-465, 2020.

DIXON-WOODS, Mary et al. Synthesising qualitative and quantitative evidence: a review of possible methods. **Journal of health services research & policy**, v. 10, n. 1, p. 45-53, 2005.

DOUCOULIAGOS, Hristos; ULUBAŞOĞLU, Mehmet Ali. Democracy and economic growth: a meta-analysis. **American Journal of Political Science**, v. 52, n. 1, p. 61-83, 2008.

DOWLING, Conor M.; MILLER, Michael G. Experimental evidence on the relationship between candidate funding sources and voter evaluations. **Journal of Experimental Political Science**, v. 3, n. 2, p. 152, 2016.

EDER, Nikolaus; JENNY, Marcelo; MÜLLER, Wolfgang C. Winning over voters or fighting party comrades? Personalized constituency campaigning in Austria. **Electoral Studies**, v. 39, p. 316-328, 2015.

FIGUEIREDO FILHO, D. B.; PARANHOS, R.; SILVA JUNIOR, J. A.; ROCHA, E. C.; ALVES, D. O que é, para que serve e como se faz uma meta-análise? **Teoria & Pesquisa (online)**, v. 23, p. 205-228, 2014.

GHERGHINA, Sergiu; CHIRU, Mihail. Practice and payment: Determinants of candidate list position in European Parliament elections. **European Union Politics**, v. 11, n. 4, p. 533-552, 2010.

118 GIGLIOLI, M. F. N. Plutocratic leadership in the electoral arena: three Mitteleuropean cases of personal wealth in politics. **Comparative European Politics**, p. 1-21, 2019.

GLASS, G. V. Primary, secondary and meta-analysis of research. **Educational Researcher**, 5., p 3-8, 1976.

GOERTZ, Gary; MAHONEY, James. **A tale of two cultures**. Princeton University Press, 2012.

GOLOSOV, Grigorii V. Party support or personal resources? Factors of success in the plurality portion of the 1999 national legislative elections in Russia. **Communist and Post-Communist Studies**, v. 35, n. 1, p. 23-38, 2002.

GREENE, Jennifer C.; BENJAMIN, Lehn; GOODYEAR, Leslie. The merits of mixing methods in evaluation. **Evaluation**, v. 7, n. 1, p. 25-44, 2001.

GROLLA, Gabriella de Oliveira.; NISHIJIMA, Marislei. A influência da mídia em resultados eleitorais - Uma Revisão Sistemática. **Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais - BIB**, São Paulo n. 89, 2/2019.

HARDEN, Angela; THOMAS, James. Methodological issues in combining diverse study types in systematic reviews. **International Journal of Social Research Methodology**, v. 8, n. 3, p. 257-271, 2005.

HAVERLAND, Markus; YANOW, Dvora. A hitchhiker's guide to the public administration research universe: surviving conversations on methodologies and methods. **Public Administration Review**, v. 72, n. 3, p. 401-408, 2012.

HAVERLAND, Markus. Conceiving and designing political science research: Perspectives from Europe. **European political science**, v. 9, n. 4, p. 488-494, 2010.

HENRIKSEN, Dorte. The rise in co-authorship in the social sciences (1980–2013). **Scientometrics**, v. 107, n. 2, p. 455-476, 2016.

IMBEAU, Louis M.; PÉTRY, François; LAMARI, Moktar. Left-right party ideology and government policies: A meta-analysis. **European Journal of Political Research**, v. 40, n. 1, p. 1-29, 2001.

JACOBSON, Gary C.; KERNEL, Samuel. Strategy and choice in the 1982 congressional elections. **PS: Political Science & Politics**, v. 15, n. 3, p. 423-430, 1982.

119 JACOBSON, Gary C. The effects of campaign spending in congressional elections. **American Political Science Review**, v. 72, n. 2, p. 469-491, 1978.

JACOBSON, Gary C. The effects of campaign spending in House elections: New evidence for old arguments. **American Journal of Political Science**, p. 334-362, 1990.

JENSEN, Jason L.; RODGERS, Robert. Cumulating the intellectual gold of case study research. **Public administration review**, v. 61, n. 2, p. 235-246, 2001.

JOHNSON, Joel W. Campaign spending in proportional electoral systems: Incumbents versus challengers revisited. **Comparative Political Studies**, v. 46, n. 8, p. 968-993, 2013.

KEFFORD, Glenn; MCDONNELL, Duncan. **Inside the personal party: Leader-owners, light organizations and limited lifespans**. *The British Journal of Politics and International Relations*, v. 20, n. 2, p. 379-394, 2018.

KELLY, Catherine Lena. Party proliferation and trajectories of opposition: Comparative analysis from Senegal. **Comparative Politics**, v. 50, n. 2, p. 209-229, 2018.

KOLODNY, Robin. The Presidential Nominating Process, Campaign Money, and Popular Love". **Society**, v. 53, n. 5, p. 487-492, 2016.

KOPECEK, Lubomír. “I’m Paying, So I Decide” Czech ANO as an Extreme Form of a Business-Firm Party. **East European Politics and Societies**, v. 30, n. 4, p. 725-749, 2016.

KNIPSCHILD, Paul. Systematic reviews: Some examples. **BMJ**, v. 309, n. 6956, p. 719-721, 1994.

KING, Gary; KEOHANE, Robert O.; VERBA, Sidney. **Designing social inquiry**. Princeton university press, 1994.

KITCHENHAM, B. **Procedures for performing systematic reviews Technical Report TR/SE0401**. Keele: Keele University and NICTA, 2004.

KROUWEL, A. P. M. Party models. In: **Handbook on party politics**, p. 249-269, 2006.

LARSSON, Rikard. Case survey methodology: Quantitative analysis of patterns across case studies. **Academy of management Journal**, v. 36, n. 6, p. 1515-1546, 1993.

MADDENS, Bart; PUT, Gert-Jan. Office effects and campaign spending in a semi-open list PR system: The Belgian/Flemish federal and regional elections 1999–2010. **Electoral Studies**, v. 32, n. 4, p. 852-863, 2013.

PAWSON, Ray. Evidence-based policy: The promise of realist synthesis'. **Evaluation**, v. 8, n. 3, p. 340-358, 2002.

PETTICREW M. Systematic Reviews from Astronomy to Zoology: Myths and Misconceptions. **British Medical Journal**, 2001.

PETTICREW M and ROBERTS H. **Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide**. Oxford: Blackwell. 2006.

PUT, Gert-Jan; MADDENS, Bart; SMULDERS, Jef. Buying local votes: The effect of individual campaign spending under a semi-open pr system in the Belgian local elections. **Local Government Studies**, v. 41, n. 1, p. 137-155, 2015.

REIS, Bruno Pinheiro Wanderley et EDUARDO, Felipe Lima. A Distância entre intenção e gesto: consequências da proibição de doações eleitorais por pessoas jurídicas nas eleições municipais de 2016. **Boletim de Análise Político-Institucional/IPEA**, n. 21. 2019.

REZENDE, Flávio. Desenhos de pesquisa e qualidade inferencial na ciência política: o modelo de engrenagens analíticas. **Conexão Política**, v. 4, n. 2, p. 47-66, 2015.

SAMPAIO, D.; FIGUEIREDO FILHO, D. B. Como o dinheiro influencia as eleições municipais no Brasil: Uma revisão sistemática. **BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, v. 1, 2019.

SAMUELS, David. When does every penny count? Intra-party competition and campaign finance in Brazil. **Party politics**, v. 7, n. 1, p. 89-102, 2001.

SANDELOWSKI, Margarete; BARROSO, Julie. **Handbook for synthesizing qualitative research**. Springer Publishing Company, 2006.

SARTORI, Giovanni. From the sociology of politics to political sociology. **Government and Opposition**, v. 4, n. 2, p. 195-214, 1969.

SÁTYRO, Natália Guimarães Duarte; REIS, Bruno Pinheiro Wanderley. Reflexões sobre a produção de inferências indutivas válidas em ciências sociais. **Revista Teoria & Sociedade**, 2014.

SCHAEFER, Bruno Marques et al. Qual o impacto do Whatsapp em eleições? Uma revisão sistemática (2010-2019). **Revista Debates**, v. 13, n. 3, p. 58-88, 2019.

SCHAEFER, Bruno Marques. As lógicas de distribuição do fundo partidário: centralização e nacionalização dos partidos brasileiros (2011-2015). Dissertação apresentada ao PPG de Ciência Política da UFRGS, 2018.

121

SEAWRIGHT, Jason. **Multi-method social science: Combining qualitative and quantitative tools**. Cambridge University Press, 2016.

SEAWRIGHT, Jason; GERRING, John. Case selection techniques in case study research: A menu of qualitative and quantitative options. **Political research quarterly**, v. 61, n. 2, p. 294-308, 2008.

SILVA, Glauco Peres da. **Desenho de pesquisa**. Brasília: ENAP, 2018.

SILVERMAN, David. **Interpreting Qualitative Data**. Methods for analysing talk, text and interaction. 2001.

STEEN, Jennifer A. **Self-financed candidates in Congressional elections**. University of Michigan Press, 2009.

STRATMANN, Thomas. **Some talk: Money in politics. A (partial) review of the literature**. Policy challenges and political responses, p. 135-156, 2005.

VAN ERKEL, Patrick FA; THIJSSEN, Peter; VAN AELST, Peter. One for all or all for one: The electoral effects of personalized campaign strategies. **Acta Politica**, v. 52, n. 3, p. 384-405, 2017.

WILCOX, Clyde. I Owe It All to Me: Candidates' Investments in Their Own Campaigns. **American Politics Quarterly**, v. 16, n. 3, p. 266-279, 1998.

WILKINS, Sam. Capture the flag: local factionalism as electoral mobilization in dominant party Uganda. **Democratization**, v. 26, n. 8, p. 1493-1512, 2019.

WILKINS, Sam. Who pays for pakalast? The NRM's peripheral patronage in rural Uganda. **Journal of Eastern African Studies**, v. 10, n. 4, p. 619-638, 2016.

YIN, Robert K.; HEALD, Karen A. Using the case survey method to analyze policy studies. **Administrative science quarterly**, p. 371-381, 1975.

Plutocrats, personalists or inexperienced: a systematic review on electoral self-financing

ABSTRACT: This paper performs a systematic review of electoral self-financing. This source of electoral financing is little studied, compared to sources such as public or corporate donations. The goals are to answer the questions: what explains that candidates self-finance their own campaigns? (1) And, what are the consequences of this source of funding? (two). In general, I highlight that the literature on self-financing has two basic theoretical models: those more focused on sociological explanations of self-financing (perceiving that this type of resource is connected to specific forms of political recruitment); and those more focused on a theory of strategic behavior: in which self-financing is just another resource used in the campaign. In empirical terms, the papers find that self-funded candidates are usually rich, personalistic and/or inexperienced, while this type of resource has a greater effect on the number of votes in proportional than in majoritarian systems. These findings, as well as gaps (absence of methodological triangulation, for example), can help in the development of research on the Brazilian and Latin American case.

KEYWORDS: Electoral self-financing; Systematic review; Strategic behavior; Campaign finance.

Plutócratas, personalistas o inexpertos: una revisión sistemática sobre el autofinanciamiento electoral

RESUMEN: Este artículo realiza una revisión sistemática del autofinanciamiento electoral. Esta fuente de fondos está poco estudiada, en comparación con fuentes como los fondos públicos o corporativos. Los objetivos son responder a las preguntas: ¿qué explica que los candidatos autofinancien sus campañas? (1) Y, ¿cuáles son las consecuencias de este tipo de financiación? (dos). En general, destaco que la literatura sobre autofinanciamiento tiene dos modelos teóricos básicos: aquellos más centrados en las explicaciones sociológicas del autofinanciamiento (percibiendo que este tipo de recurso está conectado a formas específicas de reclutamiento político); y aquellas más centradas en una teoría del comportamiento estratégico: en las que el autofinanciamiento es un recurso más utilizado en la campaña. En términos empíricos, los trabajos encuentran que los candidatos autofinanciados suelen ser ricos, personalistas y/o inexpertos, mientras que este tipo de recurso tiene un mayor efecto en el número de votos ganados en disputas proporcionales que en las mayoritarias. Estos hallazgos, así como los vacíos (ausencia de triangulación metodológica, por ejemplo), pueden ayudar en el desarrollo de investigaciones sobre el caso brasileño y latinoamericano.

PALABRAS CLAVE: Autofinanciamiento electoral; Revisión sistemática; Comportamiento estratégico; Financiamiento de campañas.