



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação

Departamento de Economia

Programa de Pós-Graduação

***LOBBY PRÉ-ELEITORAL E FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHAS
ELEITORAIS: UMA EXPLORAÇÃO EM ECONOMIA POLÍTICA POSITIVA***

ADRIANA CUOCO PORTUGAL

Tese apresentada ao Departamento de Economia da Universidade de Brasília, em 19 de maio de 2006, com requisito parcial para a obtenção do Título de Doutor em Economia, sob a orientação do Prof^o Dr. Maurício Soares Bugarin.

Brasília, 19 de maio de 2006.



Universidade de Brasília
Departamento de Economia

***LOBBY PRÉ-ELEITORAL E FINANCIAMENTO PÚBLICO DE CAMPANHAS ELEITORAIS: UMA
EXPLORAÇÃO EM ECONOMIA POLÍTICA POSITIVA***

Adriana Cuoco Portugal

Banca Examinadora:

Professor Dr. Maurício Soares Bugarin, UnB (Orientador)

Professor Dr. Marco Antônio César Bonomo, EPGE/FGV-Rio

Professor Dr. Carlos Alberto de Melo, IBMEC-SP

Professor Dr. André Luiz Rossi de Oliveira, UnB

Professor Dr. Rodrigo Andrés de Souza Penaloza, UnB

Professora Dr^a. Mirta Sataka Bugarin, UnB (Suplente)

PORTUGAL, Adriana Cuoco

Lobby pré-eleitoral e financiamento público de campanhas eleitorais: uma exploração em economia política positiva.

Tese de doutorado – Universidade de Brasília. Departamento de Economia.

1. financiamento público de campanha
2. competição eleitoral
3. *lobby* pré-eleitoral
4. contribuições de campanha
5. ideologia partidária
6. grupos de interesse

Classificação JEL: D72, C72

I. UnB-Departamento de Economia

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta tese e emprestar e vender tais cópias somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta tese de doutorado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor.

Adriana Cuoco Portugal

Agradecimento

Primeiramente, gostaria de agradecer e dedicar este trabalho à pessoa que mais me apoiou e ajudou nesta empreitada, o meu marido Paulo César de Oliveira. O amor que recebi dele ao longo dos anos em que estamos juntos, boa parte dos quais em que eu já estava envolvida com esse projeto, pôde ser transferido em parte para esta tese, me permitindo elaborar um estudo com o qual pude me sentir realizada.

Pelo lado acadêmico, foi absolutamente essencial a orientação do Professor Maurício Soares Bugarin, sem o qual esta tese simplesmente não existiriam. O apoio, a dedicação, a segurança, o profissionalismo e o incentivo desse professor, que, ao final, tornou-se um ótimo amigo, são dignos do meu profundo agradecimento e serão para sempre lembrados com muito carinho.

As participações direta e indireta da minha família, que vão das muitas preces, com certeza realizadas, aos explícitos encorajamentos, também merecem todas as deferências possíveis. Sem o amor e o apoio dos meus pais, irmãos, sobrinhos, sogros e cunhada, esse caminho teria sido, sem sombra de dúvida, muito mais tortuoso.

Também muito significativas foram as intervenções realizadas durante essa longa jornada dos meus colegas de doutorado Fernando Meneguim, Mauro Costa e Silva, Luciana Teixeira e Ivan Ferreira, permitindo o aprimoramento do trabalho, bem como da amizade que entre nós se estabeleceu.

Por fim, agradeço imensamente o apoio dos meus amigos do trabalho Jorge Luiz Pessoa Faria, Audrey Ferreira, Liana Resende Brandão, Jorge Roberto Andrade do Nascimento, Miriam Conde e Marcia Del Lama, que indiretamente apostaram em mim e nesse projeto, me estimulando a finalizar essa tão importante etapa da minha vida acadêmica.

Resumo

Esta tese analisa os efeitos do financiamento público e privado de campanhas eleitorais sobre a política implementada pelo partido majoritário no pleito eleitoral e sobre a representação resultante dos partidos no Legislativo. Os gastos de campanha podem ser financiados de duas formas: fundos públicos repassados pelo governo e contribuições privadas de eleitores organizados em grupos de interesse. Quando as contribuições privadas são permitidas, as políticas anunciadas são convergentes e geralmente viesadas em direção à plataforma ideal dos grupos economicamente dominantes. Por outro lado, a representação dos partidos no Congresso é equilibrada. Quando há apenas contribuições públicas, a política vencedora convergente é também socialmente ótima. No entanto, a representação dos partidos tende a ser desigual com um único partido se tornando preponderante. Se ambas as contribuições são disponibilizadas, a política convergente adotada é viesada em favor dos grupos mais fortes e a representação dos partidos no Congresso torna-se assimétrica, com apenas um partido dominante no longo prazo. Os eleitores são diferenciados em termos de homogeneidade em suas respectivas classes sociais e quanto à possibilidade de votarem ou não, obtendo-se os mesmos resultados em termos de plataformas e competição eleitoral. Quando as ideologias de partidos e de grupos de interesse são consideradas, obtêm-se plataformas políticas divergentes e viesadas em favor dos grupos de interesse e das ideologias dos partidos ou dos grupos. Nesses casos, o efeito de dominância de um partido causado pelo financiamento público pode ser novamente verificado, sendo tanto mais forte quanto maior o valor da contribuição *per capita* daquele financiamento, minando a competição eleitoral no longo prazo.

Abstract

This thesis analyzes the effect of public and private electoral financing on parties' announced policies and on its proportions in the Legislature. Electoral campaign may be financed by public funds from the government and private contributions from interest groups. When only private contributions are available, the winning policy is convergent and biased towards the strongest interest group's ideal point, but the representation of parties in Congress results in a balanced Legislature. When only public financing is allowed the convergent policy is also socially optimal and one party may become preponderant in the Legislature. If both private and public campaign financing are available then the convergent policy is suboptimal and one party may become dominant in the long run. Classes of voters with different homogeneities and with different proportions of effective voters are both considered in the model and the same results in terms of the announced platforms and electoral competition are obtained. When parties' and groups' ideologies are considered, policies become divergent and are biased in favor of interest groups and the ideologies from parties or groups. In these cases, the long run effect of the public financing can also be observed, and the higher the *per capita* public contribution to electoral campaigns, the stronger is this long run effect, wiping out party competition in the long run.

SUMÁRIO

Introdução	1
Capítulo 1 - Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre bem-estar social	16
1.1. Introdução	16
1.2. Modelo básico de escolha das plataformas políticas	18
1.3. Conclusão	30
Capítulo 2 – Extensões do Modelo Básico: efeitos sobre o bem-estar social	33
2.1. Introdução	33
2.2. Diferenciação das classes pela homogeneidade	37
2.3. Parcela de eleitores não-votantes	42
2.4. Conclusão	49
Capítulo 3 - Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre a representação partidária no Legislativo	51
3.1. Introdução	51
3.2. Representação partidária no Legislativo	53
3.3. O efeito dinâmico do financiamento privado	56
3.4. O efeito dinâmico do financiamento público	57
3.5. Análise da hipótese de comprometimento dos partidos	59
3.6. Conclusão	63
Capítulo 4 - Financiamento de Campanhas Eleitorais: a influência da ideologia dos partidos políticos	65
4.1. Introdução	65
4.2. Análise preliminar da formação de partidos	70
4.3. Competição eleitoral com ideologia partidária	74
4.4. Escolha das plataformas anunciadas	76
4.4.1. Ausência de contribuição de campanha	76
4.4.2. Com contribuição pública de campanha	79
4.4.3. Com contribuição privada	79
4.4.4. Com contribuições pública e privada	85
4.5. Probabilidade de obtenção da maioria dos votos	86
4.5.1. Ausência de contribuição de campanha	86
4.5.2. Com contribuição pública de campanha	88
4.5.3. Com contribuição privada	95
4.5.4. Com contribuições pública e privada	97
4.6. Conclusões	102
Capítulo 5 - Financiamento de Campanhas Eleitorais: a influência da ideologia dos grupos de interesse	105
5.1. Introdução	105
5.2. Modelo com ideologia dos grupos de interesse	110
5.3. Escolha das plataformas anunciadas	112

5.4. Probabilidade de obtenção da maioria dos votos	120
5.4.1. Sem contribuição pública	120
5.4.2. Com contribuição pública	122
5.5. Conclusões	127
Conclusão	129
Apêndice	134
Referências Bibliográficas	136

ÍNDICE DE TABELAS E FIGURAS

Capítulo 1 - Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre bem-estar social

Figura 1.1 – Visão geral do jogo entre partidos, *lobbistas* e eleitores20

Capítulo 2 – Extensões do Modelo Básico: efeitos sobre o bem-estar social

Gráfico 2.1 – Representação do eleitor indiferente das classes de pobres e de ricos38

Capítulo 3 - Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre a representação partidária no Legislativo

Figura 3.1 – Visão geral do jogo entre partidos, *lobbistas* e eleitores55

Capítulo 4 - Financiamento de Campanhas Eleitorais: a influência da ideologia dos partidos políticos

Figura 4.1 - Plataformas preferidas pelos grupos e pelos partidos76

Figura 4.2 – Movimentação centrípeta e centrífuga dos partidos78

Figura 4.3 – Movimentação centrípeta e centrífuga dos partidos81

Figura 4.4 – Diferença de utilidade entre o grupo de pobres e de renda média83

Figura 4.5 – Comparação da rigidez ideológica dos partidos85

Gráfico 4.1 – Utilidade da classe de pobres a partir da rigidez ideológica dos partidos85

Figura 4.6 – Favoritismo do partido *A* frente ao partido *B*88

Capítulo 5 - Financiamento de Campanhas Eleitorais: a influência da ideologia dos grupos de interesse

Figura 5.1 – Movimentação dos partidos quando apenas *R* é organizado e $\mu^R > \eta^R > 1$ 114

Figura 5.2 – Movimentação dos partidos quando apenas *R* é organizado e $\mu^R > 1 > \eta^R > 0$ 115

Figura 5.3 – Movimentação dos partidos quando *R* e *P* são organizados, para $\mu^R > 1 > \eta^R > 0$ e $\eta^P > 1 > \mu^P > 0$ 116

Figura 5.4 – Movimentação dos partidos quando *R* e *P* são organizados, para $\mu^R > \eta^R > 1$ e $\eta^P > \mu^P > 1$ 117

Introdução

A economia de um país apresenta uma estreita relação com os rumos políticos adotados. As decisões das autoridades fiscais e monetárias, por exemplo, têm profundo impacto sobre o estado da economia de um país, podendo, por exemplo, contribuir para a estabilidade da moeda ou, contrariamente, reforçar um processo inflacionário. Essas decisões são fortemente influenciadas por pressões políticas, como, por exemplo, aquelas que ocorreram durante as negociações das dívidas estaduais. Por outro lado, as pressões políticas podem ter um impacto positivo muito forte no equilíbrio econômico, como pode ser atestado pela aprovação da Lei de Responsabilidade Fiscal e o concomitante esforço no gerenciamento das contas públicas¹.

A complexa interação entre decisões econômicas e pressões políticas tem crescentemente sugerido a inclusão de processos políticos nos modelos econômicos. Para tanto, vêm sendo utilizados os conhecimentos relativos a um novo ramo da economia, a Economia Política Positiva, originária da teoria da escolha pública, da macroeconomia das expectativas racionais, da economia do setor público e da teoria política, que objetiva entender como decisões políticas relevantes resultam dos variados incentivos e restrições a que estão sujeitos os políticos, como essas decisões afetam a economia, e como a sociedade se organiza para influenciar essas tomadas de decisões.

Aliada à preocupação de serem estabelecidas regras que levem à melhor escolha num processo eleitoral de uma democracia representativa, também existe a preocupação de que os representantes eleitos, após a eleição, realmente representem os interesses da maioria do eleitorado e não de grupos especiais. Por conta disso, vários são os estudos acerca da formação e atuação de grupos organizados em *lobby*, uma vez que, num processo eleitoral, o elevado custo de uma campanha política oferece uma perfeita oportunidade estratégica de formação de uma coalizão entre candidatos e *lobbistas*.

Os *lobbistas*, engajados em influenciar as políticas adotadas em benefício próprio, têm grandes incentivos de financiar os gastos com as campanhas eleitorais de candidatos que possam

¹ O resultado primário da maioria dos estados brasileiros passou de uma situação deficitária em 1997, para uma situação superavitária em 2001, de sorte que a soma dos resultados dos vinte e sete estados em 1997 era negativa de R\$ 3.395.426 mil, passando a ser positiva de R\$ 6.178.248 mil. Ver Gazeta Mercantil, Seção “Análises e Perspectivas”, dia 14/10/2001. Em consulta ao sítio do Tesouro Nacional, www.tesouro.fazenda.gov.br, é possível obter estatísticas acerca do resultado primário dos estados brasileiros, sendo possível verificar que essa situação positiva tem se mantido ao longo dos anos (ver seção de Estatísticas – Execução Orçamentária dos Estados (1995 – 2004)).

vir a implementá-las. Por outro lado, os políticos também são atraídos pelos recursos de grupos de interesse, uma vez que a ajuda financeira obtida pode ser usada para ampliar o alcance das campanhas eleitorais e, por conseqüência, aumentar as chances de vencer a disputa. No entanto, essa cooperação durante o período pré-eleitoral tende a promover ganhos para as partes envolvidas em detrimento potencial da população.

Como o Poder Legislativo constitui o órgão máximo de tomada de decisão política num país, as atenções se concentram nas oportunidades que o *lobby* possa ter de moldar as posições defendidas pelos constituintes da legislatura. Segundo o Senador Pedro Simon², o recente escândalo dos “Anões do Orçamento” é um exemplo desse processo de favorecimento de grupos econômicos por congressistas, os quais, em troca do financiamento das campanhas eleitorais, incluíam emendas no orçamento em benefício de empreiteiras³.

Também em outros países as relações entre agentes econômicos poderosos e políticos de influência revelam situações de risco. Um caso recente e bastante significativo foi a falência da gigante Enron, uma importante companhia de energia dos Estados Unidos. De acordo com a “*CBS News*”⁴, o presidente George W. Bush recebeu cerca de US\$ 623.000 em contribuições daquela empresa desde 1993, tanto para a competição presidencial, quanto para as estaduais. Além disso, cerca de 250 congressistas receberam contribuições da companhia de 1989 a 1992, no total de mais de um milhão de dólares. No período entre 1997 e 2000, outros US\$ 2,5 milhões foram doados pela Enron aos partidos políticos.

Assim, é natural que aflorem preocupações com o financiamento das campanhas eleitorais. A sociedade procura continuamente aprimorar sua legislação para que haja um melhor controle da influência econômica sobre as decisões políticas resultantes das contribuições privadas de campanha, atingindo a regulamentação do financiamento público de campanha. Esse tipo de financiamento, em contraposição à contribuição privada efetuada por grupos *lobbistas*, atualmente é visto como uma ferramenta para minimizar o efeito da pressão exercida por esses grupos sobre os partidos políticos, possibilitando que as plataformas defendidas pelos partidos

² Ver Diário do Senado Federal de 26/04/2001, pág. 7220: “Os Anões do Orçamento foram cassados porque as empreiteiras davam-lhes o dinheiro para as campanhas eleitorais em troca de verbas no orçamento, posteriormente.”, Senador Pedro Simon.

³ A investigação desse caso, levada a efeito por uma Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI e pelo Tribunal de Contas da União, de fato confirmou um relacionamento suspeito entre os parlamentares envolvidos e as empreiteiras, ao apurar que os congressistas se apropriaram, em média, de 3% do valor das obras para as quais os recursos orçamentários foram aprovados e de US\$ 50 milhões destinados a entidades assistencialistas entre 1989 e 1993. Vide, a esse respeito, “Os Anões do Orçamento”, Seção “Fique de Olho”, Veja *on Line*, <http://www.veja.com.br>, Editora Abril, 2000.

⁴ Ver CBS News, <http://www.cbsnews.com>.

reflitam mais aquelas preferidas pela maioria do eleitorado e não as consideradas ótimas pelos *lobbistas*.

Nesse sentido, diversos países têm alterado seus sistemas de distribuição de recursos públicos para financiamento de campanhas eleitorais, bem como estabelecido regras restritivas às contribuições privadas. Esse é o caso dos Estados Unidos, Alemanha, Canadá e Brasil, entre muitos outros, que freqüentemente implementam mudanças em suas legislações eleitorais.

O financiamento público das campanhas eleitorais foi implementado nos Estados Unidos em 1904, a partir de quando novas regras foram periodicamente estabelecidas principalmente motivadas por escândalos relacionados ao levantamento de fundos de campanhas eleitorais (como o *Watergate*) ou pelo exagerado aumento dos gastos com campanhas. A destinação de recursos públicos para o financiamento de campanhas apenas de candidatos a cargos federais, a prestação de contas dos recursos utilizados nas campanhas e a proibição de serem recebidas doações diretas de corporações, bancos e sindicatos para candidatos a cargos federais são exemplos de regras estabelecidas naquele país para melhor regular o financiamento de campanhas eleitorais. Uma nova alteração foi efetuada recentemente, com o *Bipartisan Campaign Reform Act*, ocorrido em 2003, estabelecendo a proibição de os partidos transferirem recursos aos candidatos cujas origens não estejam legalmente autorizadas (*soft money*)⁵.

Na Alemanha o financiamento público foi iniciado em 1959, tendo sofrido restrições a partir de 1992 com a preocupação de não se reduzirem os incentivos dos cidadãos e dos membros de partidos em contribuir para as campanhas eleitorais. Originalmente existia na Alemanha uma lei de financiamento de campanhas eleitorais em que o governo estabelecia os recursos públicos para tanto baseado no número de votos recebidos⁵. No entanto, com a revisão na Lei dos Partidos ocorrida em 1994, o recurso público passou a ser destinado aos partidos baseado na composição partidária, nas contribuições privadas e no número de votos recebidos⁶. É importante notar que mesmo as doações privadas são reguladas, uma vez que as doações anônimas não podem exceder US\$ 500 e informações detalhadas sobre os doadores de mais de US\$ 10.000 são requeridas pelas autoridades eleitorais⁷.

⁵ Ver “A Framework for Political Party Financing”, de Felix Ulloa, magistrado do Supremo Tribunal Eleitoral de El Salvador, no sítio www.aceproject.org/main/english/ei/eix_a040.htm, e no sítio www.cbc.ca/news/features/campaign_contributions030128.html.

⁶ Ver www.germany-info.org/relaunch/info/publications/infocus/Elections/Political_parties.html.

⁷ Ver www.cbc.ca/news/features/campaign_contributions030128.html.

Em 11 de junho de 2003 foi aprovada no Canadá uma lei limitando as doações de empresas e sindicatos aos partidos políticos a um máximo de US\$ 1.000. Até mesmo as doações individuais foram limitadas a um máximo de US\$ 5.000 por pessoa. Para compensar a perda de recursos, a lei prevê um novo sistema de financiamento público baseado no número de votos recebidos pelos partidos nas eleições anteriores, na quantia de US\$ 1,75 por contribuinte⁸.

Por seu turno, a discussão no Brasil gira em torno da coibição da participação do setor privado no processo eleitoral, ciclicamente considerado como uma forma eficiente de eliminar o efeito nocivo do *lobby* pré-eleitoral⁹, avaliando-se também quais seriam as fontes alternativas de financiamento das campanhas eleitorais se a contribuição privada fosse vedada. As mudanças na legislação brasileira, principalmente a partir da década de 70, demonstram essa inquietação.

Em 1971, uma nova lei orgânica dos partidos políticos foi promulgada (Lei nº 5682). Entre outros aspectos, regulamentou-se o chamado fundo de assistência financeira dos partidos políticos, composto das multas e penalidades aplicadas a partir da legislação eleitoral, dos recursos financeiros que lhe fossem destinados também por lei, e de doações particulares. Do montante acumulado no fundo, 80% era distribuído com base na proporção dos partidos na Câmara dos Deputados¹⁰ e os outros 20%, repartido igualmente entre eles. Também digna de registro foi a alteração de se vedar o recebimento, direto ou indireto, pelos partidos de contribuição, auxílio ou recurso procedente de empresa privada, de finalidade lucrativa, entidade de classe ou sindical.

No entanto, a história mostrou que essa vedação restou ineficiente. Durante a vigência daquela lei, criou-se um incentivo ao financiamento de campanhas via a formação de um “caixa dois”, ou seja, os recursos recebidos à margem da lei faziam parte de uma contabilidade paralela e, portanto, não divulgada pelos partidos. Um caso notório dessa ocorrência foi o chamado “Esquema PC”, iniciado durante a campanha eleitoral do primeiro presidente eleito diretamente após o período militar, Fernando Collor de Mello. Seu tesoureiro de campanha, Paulo César de Farias, recebia dinheiro de empresários nacionais durante a disputa eleitoral e o mandato presidencial, facilitando, em troca, licitações públicas para aquelas empresas. Uma CPI também foi instaurada, levando ao afastamento de Collor do cargo de presidente da República em 29 de

⁸ Ver www.cbc.ca/news/features/campaign_contributions030128.html.

⁹ Considerado como qualquer atividade prévia às eleições por parte de indivíduos ou de grupos de interesse privado que influenciam as ações dos políticos após as eleições.

¹⁰ A distribuição de recursos públicos de acordo com as proporções dos partidos no Legislativo parece ser a forma mais usual de destinação de recursos para o financiamento de campanhas eleitorais, acontecendo em países tão diferentes como, por exemplo, Grécia, França, Brasil, Itália, Dinamarca e Espanha (Schelfold, 1995).

dezembro de 1992. Estima-se que o esquema tenha movimentado, no mínimo, US\$ 350 milhões¹¹.

Nesse contexto, a permissão do financiamento privado passou a ser considerada a melhor alternativa, culminando na alteração, em 1995, da lei orgânica dos partidos políticos (Lei nº 9096). Essa nova regra mantinha a idéia do fundo de assistência aos partidos, que passou a ser chamado de “Fundo Partidário” e contou com a definição de uma contribuição pública permanente em montante nunca inferior, cada ano, ao número de eleitores inscritos em 31 de dezembro do ano anterior ao da proposta orçamentária, multiplicados por trinta e cinco centavos de real, em valores de agosto de 1995. Outras duas importantes alterações introduzidas pela nova lei foram o critério de distribuição dos recursos do fundo, já que 99% do total seriam distribuídos aos partidos na proporção dos votos obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados, além da permissão de os partidos receberem diretamente doações de pessoas físicas e jurídicas para constituição de seus próprios fundos, desde que as declarassem à Justiça Eleitoral.

Mais uma vez, a regra estabelecida não parece ter surtido o efeito esperado, pois se deu uma nova ocorrência no cenário político vinculada ao financiamento de campanha. Em novembro de 2000, o jornal “A Folha de São Paulo” publicou reportagem sobre contas paralelas do presidente reeleito em 1998, Fernando Henrique Cardoso. Segundo aquela reportagem, apresentada pela revista “Veja”¹² naquele mesmo mês, o tesoureiro da campanha, Luiz Carlos Bresser Pereira, registrou o recebimento de R\$ 43 milhões de contribuições para a campanha, deixando de declarar ao Tribunal Superior Eleitoral doações superiores a R\$ 10 milhões, correspondentes a mais de 20% do total declarado.

Do ponto de vista da contabilidade oficial de campanha, são marcantes as diferenças de gastos nas campanhas eleitorais dos candidatos em 1998¹³. Na campanha para os governadores eleitos, menciona-se a divergência dos gastos declarados pelo governador da Paraíba, José Maranhão, e pelo de Sergipe, Albano Franco, que montam R\$ 116.500 e R\$ 1,3 milhão, respectivamente. Já para o cargo de presidente, aquelas eleições registraram uma discrepância ainda maior, pois Ciro Gomes declarou ter gasto com a campanha R\$ 1 milhão, Luiz Inácio da

¹¹ Ver “O Esquema PC”, Seção “Fique de Olho”, *Veja On Line*, <http://www.veja.com.br>, Editora Abril, 2000.

¹² Ver “O Caixa Dois de Volta a Luz”, Edição nº 1.676 da revista *Veja*, 20/11/2000.

¹³ Para Samuels (2001), o sistema eleitoral brasileiro incentiva o uso de táticas individualistas de arrecadação de recursos, ou seja, os partidos políticos influenciam pouco a distribuição do financiamento de campanha, ficando a cargo dos respectivos candidatos a arrecadação de recursos para a disputa. Isso gera as grandes distorções nos gastos declarados por eles, bem como contribui sobremaneira para tornar bastante cara as eleições no Brasil, que, segundo esse autor, têm custos comparáveis às eleições nos EUA, onde as despesas com material e com pessoal são mais elevados e é preciso comprar o tempo em rádio ou televisão.

Silva, outros R\$ 3,9 milhões, para um gasto de R\$ 43 milhões declarados pelo candidato eleito Fernando Henrique Cardoso¹⁴.

Dessas evidências, infere-se que a nova legislação brasileira sobre o financiamento da disputa eleitoral pode ter tido um efeito distinto daquele que se pretendia. Além de não se ter certeza dos valores declarados pelos candidatos, em vista da possibilidade de desvio dos montantes recebidos ou da necessidade de esconder a identidade do doador para não evidenciar futuros favorecimentos, a competição pode ter se tornado extremamente desigual, gerando um efeito anti-competitivo. De fato, os partidos com maior financiamento privado teriam melhores chances de conquistar mais lugares no Congresso, tornando-se, por conseqüência, mais atraentes ao financiador privado, que, por sua vez, novamente os financiaria, garantindo a manutenção do *status quo* da divisão política.

Em resposta a esses acontecimentos e diversos outros ligados à corrupção nos meios políticos, a Câmara dos Deputados e o Senado Federal vêm novamente se movimentado no sentido de alterar a legislação atual. Os objetivos principais seriam evitar a ingerência do poder econômico nas decisões políticas por meio do mecanismo de financiamento privado de campanhas e, por conseqüência, a desigualdade de condições nas competições eleitorais.

Na Câmara existem vários projetos de lei¹⁵ tratando das contribuições privadas, seja sugerindo que se torne crime a doação de dinheiro por pessoa jurídica para o financiamento de campanha eleitoral, seja propondo a proibição de candidatos e partidos de receberem recursos de empresas e/ou entidades que mantenham vínculo com o poder público; nesse último caso o foco do delito recai sobre aquele que recebe o recurso e não sobre o doador. Já no Senado, são dois os projetos¹⁶, estando aprovada a proposta de as campanhas eleitorais serem financiadas exclusivamente pelo setor público, vedando-se as doações privadas nos anos eleitorais e ampliando-se as dotações orçamentárias federais que compõem o fundo partidário, nos anos em que se realizarem eleições, de R\$ 0,35 para R\$ 7,00 por eleitor alistado pela Justiça Eleitoral até 31 de dezembro do ano anterior, enquanto a forma de distribuição dos recursos permaneceria a mesma¹⁷.

¹⁴ Vide, a esse respeito, “O Caixa Dois de Volta à Luz”, Edição nº 1.676 da revista Veja, 20/11/2000.

¹⁵ Projetos de Lei da Câmara dos Deputados nºs 671/99, 1495/99, 1604/99 e 830/99, sendo que esses três últimos tramitam apensados ao primeiro. Recentemente uma comissão especial foi designada para na Câmara para estudar o financiamento público de campanhas e outros assuntos relativos à reforma política – Projeto de Lei nº 2679/03.

¹⁶ Projetos de Lei do Senado Federal nºs 151 e 353, ambos de 1999, este último aprovado no Senado, em detrimento do primeiro, em 26/04/2001.

¹⁷ O Projeto de Lei da Câmara dos Deputados de nº 2679/03 mantém a proposta de aumentar a transferência para os partidos de R\$ 0,35 *per capita* para R\$ 7,00 *per capita*.

Em relação aos projetos apresentados no Senado, muito se discutiu quanto às vantagens e desvantagens de se vedar a participação do setor privado nas campanhas eleitorais. Ao se proibir o financiamento privado, poder-se-ia equalizar as condições de disputa entre os diversos partidos, diminuir a intervenção do poder econômico nos rumos das políticas adotadas pelo governo e, até como uma consequência deste último, ampliar os benefícios das políticas públicas à maioria da população¹⁸. Por outro lado, há alguns parlamentares que consideram injusta a forma de distribuição dos recursos do fundo partidário, além de entenderem improvável o impedimento por completo da interferência privada, pois acham que seria inevitável, por exemplo, que a mídia promovesse algum partido ou candidato. A partir dessa premissa, portanto, para esses senadores o aumento da dotação orçamentária para o fundo partidário oneraria ainda mais os contribuintes¹⁹.

A problemática em torno das fontes para o financiamento de campanhas eleitorais, bem como as propostas de alteração da lei orgânica dos partidos políticos pelo Senado Federal e pela Câmara dos Deputados, sugerem um estudo da contribuição pública conjugada a contribuições privadas decorrentes do *lobby* pré-eleitoral. O objetivo seria avaliar, em última instância, a influência dos recursos públicos e privados sobre as políticas propostas do ponto de vista do bem-estar social, e sobre as probabilidades de sucesso de cada partido, no que concerne, portanto, à competição eleitoral.

Para uma análise formal desses problemas, propõe-se nesta tese uma modelagem de competição eleitoral na qual é introduzido explicitamente o papel do financiamento de campanha (tanto público quanto privado) nas decisões dos eleitores. A base dessa modelagem é a abordagem de voto probabilístico desenvolvida em Lindbeck e Weibull (1987). A aplicação desse modelo em economia política foi procedida por Baron (1994), a partir da introdução da possibilidade de os eleitores financiarem as campanhas eleitorais dos candidatos. Posteriormente, Persson e Tabellini (2000) fizeram uma adaptação para que se pudessem analisar os efeitos de contribuições exclusivamente privadas sobre as propostas políticas, caracterizando o *lobby* pré-eleitoral, bem como verificar as consequências sobre as chances de os partidos vencerem as eleições.

¹⁸ Ver Diário do Senado Federal de 26/04/2001, pág. 7228: “..., à medida que tivermos um financiamento público, vai se produzir uma certa homogeneização dos gastos de campanha.”, Senador Roberto Saturnino.

¹⁹ Ver Diário do Senado Federal de 26/04/2001, pág. 7225: “Na fórmula pretendida, em que todas as contribuições são proibidas, teremos, necessariamente, um caixa dois, pois o empresário que resolver financiar determinado candidato não poderá, mesmo querendo, oficializar a declaração de sua contribuição.”, Senador Roberto Requião.

Baseada no modelo construído por Persson e Tabellini (2000), sugere-se uma nova modelagem de competição pré-eleitoral downsiana (Downs, 1957), tendo como pressupostos: (i) um eleitorado ideologicamente orientado, que, ao participar de um grupo *lobbista*, não se influencia por campanhas eleitorais; (ii) a arrecadação de recursos públicos para viabilizar o financiamento público de campanhas e a provisão de um bem público; e (iii) a possibilidade de as autoridades eleitorais controlarem a contribuição privada que os grupos organizados viessem a fazer, essa última destinada à avaliação do aspecto relativo à proibição das contribuições privadas nos anos eleitorais no Brasil.

Além disso, para que se pudesse traçar um paralelo com o intrincado processo eleitoral brasileiro, estabelece-se um foco ainda mais específico, em que financiamento público é distribuído na proporção dos partidos no Legislativo e a análise se volta para a parcela majoritária do Poder Legislativo, a Câmara dos Deputados, cujas eleições se dão sob o sistema proporcional de lista aberta²⁰.

Trata-se, em essência, de um modelo do tipo principal-agente de sinalização entre partidos e grupos de *lobbistas*, em que os partidos procuram induzir aqueles grupos a contribuir para as suas campanhas eleitorais, utilizadas para influenciar o eleitorado não organizado e influenciável. Em troca, os partidos anunciam plataformas políticas que venham a favorecer os *lobbistas* que têm o potencial de contribuir para as campanhas eleitorais, comprometendo-se a implementá-las caso se tornem majoritários no Legislativo.

Dadas essas premissas, pode-se estudar a associação do *lobby* pré-eleitoral e o financiamento público de campanhas eleitorais sob diversos aspectos.

Primeiramente, no Capítulo 1, abordam-se as características das plataformas escolhidas e anunciadas pelos partidos, as quais podem sofrer grandes alterações em função dos interesses dos grupos organizados em *lobby*. Aflora da modelagem básica desenvolvida nesse capítulo que, diante de potenciais contribuições privadas, a política vencedora é geralmente convergente e viesada em direção à plataforma ideal dos grupos economicamente dominantes. Havendo apenas contribuições públicas, a partir de um efetivo controle das autoridades eleitorais sobre possíveis recursos privados, a política vencedora é também convergente, mas passa a ser socialmente

²⁰ Na Câmara Federal, os partidos obtêm (em cada estado) um número de cadeiras correspondente ao seu quociente partidário (razão entre o número de votos recebidos no estado e o quociente eleitoral, que, por sua vez, é a razão entre o número de votos válidos e as cadeiras a preencher com representantes desse estado na Casa), escolhendo os candidatos do partido que as ocuparão por ordem decrescente de votos recebidos pelos candidatos desse partido (sistema proporcional de lista aberta).

ótima. Finalmente, quando ambas as contribuições podem ser conjugadas, a política adotada é convergente e viesada em favor dos grupos de interesse organizados.

Quanto aos *lobbistas*, menciona-se que as contribuições privadas terminam se anulando. De fato, os grupos financiadores, ao perceberem a convergência das plataformas anunciadas pelos partidos, estabelecem contribuições privadas nulas. No entanto, esse resultado não impede o viés estabelecido em favor deles, o que somente é evitado, como já mencionado, se houver um efetivo controle das autoridades eleitorais sobre eventuais contribuições privadas.

Já no Capítulo 2 são apresentadas duas extensões ao modelo básico relativas a diferenciações do eleitorado com o objetivo de estudar também as plataformas anunciadas pelos partidos durante as campanhas eleitorais. Essas outras análises têm a intenção de acrescentar ao modelo modificações que permitam abordar características mais realistas do eleitorado.

A primeira extensão diz respeito à homogeneidade da população no tocante à ideologia frente aos partidos. Ao prever dois fatores ideológicos para os eleitores, o modelo básico considera que as preferências desses eleitores são afetadas individual e conjuntamente por duas variáveis aleatórias indicativas de viés em favor dos partidos. Estabelecendo-se na modelagem básica do Capítulo 1 uma mesma homogeneidade para toda a população²¹, eliminou-se a expectativa de as classes sociais reagirem diferentemente aos choques que afetam a sociedade como um todo. Com a extensão que se propõe, desassociada de quaisquer outras considerações de ideologia dos partidos ou dos grupos de interesse, recuperam-se as divergências de homogeneidade das classes sociais para se identificar as conseqüências disso no anúncio das plataformas políticas.

Essa diferenciação, associada ao *lobby* pré-eleitoral e ao financiamento público de campanhas, gera um novo viés em favor das classes sociais mais homogêneas. Os partidos, ao se depararem com classes sociais diferenciadas, preferem viesar mais suas políticas em favor das mais homogêneas, ou seja, em favor das classes em que cada eleitor tem respostas mais parecidas umas com as outras, para, com isso, obterem mais votos. Nesse caso, no entanto, o efetivo controle das autoridades sociais sobre eventuais contribuições privadas não evita esse novo viés, atuando, mais uma vez, somente sobre o viés decorrente da atividade *lobbista*.

A segunda extensão diz respeito à previsão de que uma parcela da população pode não votar. Procura-se retratar com isso situações em que o eleitorado ou não tem acesso ao voto por problemas logísticos como, por exemplo, grande dificuldade de locomoção, ou não vota por

²¹ Essa consideração se deve a razões de simplificações técnicas, melhor abordadas durante a apresentação do modelo básico no Capítulo 1 desta tese.

entender que o custo de oportunidade de votar é muito elevado. Esse tipo de inserção no modelo básico de *lobby* pré-eleitoral e financiamento público de campanha permite identificar um novo viés das plataformas anunciadas em favor das classes sociais mais atuantes eleitoralmente, levando a uma análise acessória acerca da obrigatoriedade do voto.

Por essa outra alteração introduzida no modelo básico do Capítulo 1, mostra-se mais interessante tornar o voto obrigatório quando as classes sociais não-organizadas possuem menos eleitores votantes, para permitir que o viés em favor das classes organizadas seja contraposto com a vontade da sociedade como um todo. Menciona-se, no entanto, que o controle das contribuições privadas também só evita o viés em favor dos *lobbistas*, permanecendo o viés em favor das classes mais votantes.

Ambas as extensões ao modelo básico apresentadas no Capítulo 2 indicam convergência das plataformas políticas. Com isso, as contribuições privadas são ainda nulas, mas, como já apresentado, esse resultado não afeta o viés em favor dos grupos *lobbistas*, que pode ser reforçado ou não pelas características do eleitorado relativas à homogeneidade das classes sociais e à participação eleitoral.

Retomando-se as premissas do modelo básico do Capítulo 1, passa-se a estudar no Capítulo 3 as chances de os partidos competidores obterem a maioria dos votos nas eleições para o Legislativo, com o fim de se avaliar a competição eleitoral. Apresenta-se uma relação entre as proporções dos partidos e as suas respectivas chances de sucesso, de forma a possibilitar uma análise de longo prazo dessas proporções com a repetição infinita do jogo-base introduzido no Capítulo 1.

Em termos de competição eleitoral, dois pontos se destacam. Considerando apenas a atuação dos grupos *lobbistas* e suas eventuais contribuições privadas, a análise dinâmica indica uma representação partidária no Congresso equilibrada, de forma que as proporções dos partidos tendem a ser igualitárias no longo prazo. A partir do financiamento público, no entanto, a representação dos partidos tende a ser desigual com um único partido se tornando preponderante no longo prazo. Conjugando ambas as contribuições, a representação dos partidos no Congresso torna-se também assimétrica, com apenas um partido dominante no longo prazo.

A análise dinâmica introduzida no Capítulo 3 permite identificar que a dominância do partido inicialmente majoritário depende do nível de contribuição pública. Isso porque, se a contribuição *per capita* estabelecida pelo governo for pequena, haverá, no longo prazo, uma convergência das probabilidades de obter a maioria dos votos entre os partidos ou blocos partidários, tornando igualitária a disputa. No entanto, e mais importante, considerando as

propostas atuais de aumento substancial do financiamento público²², se o valor da contribuição pública for grande, um partido ou bloco partidário tende a dominar as eleições, causando prejuízos de difícil mensuração às instituições democráticas.

Menciona-se, ainda, que a análise do Capítulo 3 também é válida para o caso de serem consideradas as diferenciações do eleitorado tratadas no Capítulo 2, uma vez que o estudo dinâmico daquele capítulo resulta da convergência das plataformas anunciadas, independentemente das variações do modelo básico que levem a isso.

Também se examinou no estudo do Capítulo 3 a hipótese de comprometimento dos partidos em relação às plataformas anunciadas durante as campanhas eleitorais. Essa análise permitiu verificar que, a partir de estratégias críveis atribuíveis aos eleitores, grupos de interesse e partidos, mesmo que não se assuma inicialmente que o partido majoritário no Legislativo implementará a plataforma anunciada durante as campanhas eleitorais, é possível esperar que isso ocorra em equilíbrio, o que vem a reforçar a análise de longo prazo efetuada.

Portanto, a solução da modelagem básica desenvolvida, apresentada nos Capítulos 1 a 3, destaca dois aspectos conflitantes do financiamento público. Por um lado, se a proibição do financiamento privado for efetiva, então o sistema de financiamento exclusivamente público resulta na seleção, pelos partidos, da plataforma socialmente ótima. Por outro lado, o financiamento público torna a competição eleitoral extremamente desigual, de forma que no longo prazo apenas um partido irá subsistir.

No entanto, o modelo básico dos Capítulos 1 a 3 promove uma grande simetria dos problemas enfrentados pelos candidatos, levando-os a escolher a mesma plataforma de governo (convergência de plataformas políticas) e não estimulando os grupos de interesse a contribuir para as campanhas eleitorais. Como esse resultado parece fugir à realidade, em que se verifica uma grande diversidade de plataformas e contribuições privadas de campanhas eleitorais não-nulas, sugere-se a inserção no modelo básico de fatores que permitam torná-lo mais assimétrico, trazendo mais realismo e robustez à análise.

Uma das formas naturais de se prever essa extensão consiste em introduzir um critério de posicionamento ideológico dos partidos, de maneira que exista um custo para se distanciar da política preferida. Ao se considerar a grande tendência de convergência das plataformas anunciadas pelos partidos (Hotelling, 1929 e Downs, 1957) e, em contraposição, as evidências de

²² Como antes mencionado, pela legislação atual (Lei nº 9096/95), a contribuição pública *per capita* é de R\$ 0,35 (a preços de agosto de 1995). Essa contribuição seria ampliada para R\$ 7,00 conforme o Projeto de Lei do Senado nº 353/99 e da Câmara nº 2679/03.

que as plataformas, em verdade, são divergentes (Wittman, 1983), uma alteração na modelagem básica foi introduzida no Capítulo 4, adotando-se uma hipótese de que cada partido possui um viés ideológico próprio. Parte-se da premissa de que as políticas ótimas dos partidos são mais extremistas, porque, para um agente ter disposição de formar um partido, além da renda que ele auferir se for eleito, ele também possui utilidade com a implantação de uma política que somente os membros do partido considerariam ótima, caracterizada, portanto, como extrema.

Essa variação foi, inclusive, inspirada na trajetória do Partido dos Trabalhadores – PT, o mais tradicional partido de oposição no Brasil. A trajetória desse partido, que vai desde a organização do partido em 1980 até a vitória da eleição presidencial de 2002, é um excelente indicativo da essência extremista de um partido que sentiu necessidade de flexibilização das suas propostas políticas para, de forma pragmática, atingir o objetivo de vencer as eleições.

Já nas eleições de 1989, a primeira eleição presidencial de que participou o PT, a aliança no segundo turno das eleições com o Partido Democrático Trabalhista – PDT sinalizou uma certa flexibilização, vez que esse partido representava um modelo sindical atrelado ao Estado que o sindicalismo petista, até então, repudiava abertamente.

Nas eleições seguintes (1994 e 1998), o PT reafirmou sua política de alianças com partidos que propunham se opor à política econômica vigente, sem, no entanto, obter sucesso na disputa presidencial, indicando, em certa medida, a aprovação popular daquela política. Porém, em 2001 deu-se um novo marco de flexibilização, quando o PT uniu-se aos setores do empresariado nacional (Partido Liberal – PL), descontentes com o governo de Fernando Henrique Cardoso, alcançando o seu máximo êxito em 2002, com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições presidenciais.

Essa evolução pode indicar dois pontos-chaves no que diz respeito à ideologia partidária. Os partidos nascem mais fortemente engajados, presos a aspectos ideológicos rígidos, precisando, com o passar do tempo, flexibilizar suas plataformas políticas para aumentar suas chances de sucesso eleitoral, tornando muito parecidas as políticas propostas pelos diversos partidos.

Objetivando estudar esse processo, sugere-se uma alteração do modelo básico do Capítulo 1 para considerar dois partidos ideologicamente opostos, que, ao disputar o voto do eleitorado, sujeitam-se por um lado à força de convergência para a obtenção da maioria dos votos, e por outro lado, à força da divergência política para atingir uma maior utilidade para o partido, como forma de compreender melhor os incentivos dos partidos quando se contrapõe a ideologia partidária e o pragmatismo de se obter sucesso nas eleições. Nesse contexto, analisa-se

como se dá a divergência das plataformas anunciadas pelos partidos (que ainda estariam sujeitos ao financiamento público e à atuação dos grupos *lobbistas*) para se identificar como a ideologia partidária afeta aquelas políticas e as chances de sucesso dos partidos.

Com a introdução da ideologia partidária no modelo, as plataformas propostas tenderão a divergir para agradar tanto aos grupos financiadores quanto aos partidos, o que dependerá da compensação de forças entre a influência dos grupos e a rigidez ideológica dos partidos. O modelo indica, contudo, que o efetivo controle das contribuições privadas, embora evite o viés em favor dos grupos *lobbistas*, não evita o viés em favor dos partidos, que procurarão mesmo assim anunciar plataformas mais próximas às suas ótimas.

A divergência de plataformas gera, por sua vez, um real incentivo para haver contribuições privadas de campanhas eleitorais. Isso implica a existência de custo para os grupos financiadores e uma possibilidade de utilidade negativa *ex-post*, vez que o partido que venha a ser financiado por um grupo pode não ser eleito ao final das eleições. Uma forte rigidez ideológica, no entanto, pode reduzir as contribuições que os grupos organizados estão dispostos a fazer. Assim, muito embora a construção do modelo seja tal que, a princípio, sempre haja uma parcela da população que simpatize com um ou outro partido, o engajamento ideológico exacerbado pode fazer com que um grupo organizado não contribua para o partido que mais simpatize, ou até, contribua para o outro partido se ele se mostrar suficientemente flexível.

Considerando a possibilidade de a parcela da população não-organizada se influenciar pelas campanhas eleitorais, as contribuições privadas estabelecidas pelos grupos afetam bastante a probabilidade de sucesso dos partidos. Porém, se juntarmos nesse contexto o papel do financiamento público, as chances de sucesso dos partidos podem variar enormemente. A partir do mecanismo distribuição de recursos públicos destinados às campanhas eleitorais baseado na proporção dos partidos no Legislativo, novamente se identifica a possibilidade, a longo prazo, de dominância de um partido em relação ao outro, o que pode ocorrer por haver uma preferência forte da sociedade e/ou dos grupos organizados em relação a um partido (provavelmente menos radical) ou em decorrência de um financiamento público suficientemente elevado. Nesse último caso, a ideologia rígida pode gerar até um potencial problema de legitimidade do partido dominante, uma vez que tal partido pode escolher uma política distante daquela considerada ótima sob o ponto de vista social.

Como outra fonte natural de possível diferenciação de plataformas, pode-se também estudar o efeito que a ideologia de grupos organizados em *lobby* teria sobre os anúncios feitos pelos partidos nas campanhas eleitorais. A ideologia dos grupos pode representar peculiaridades

dos partidos que os diferenciam independentemente das plataformas políticas anunciadas, como por exemplo, uma maior afinidade com um partido a partir de uma identificação com os membros desse partido ou ainda com o seu processo de formação.

Essa alteração relativa aos grupos de interesse toma por base diversas evidências de que o eleitorado distingue os partidos por uma outra dimensão, referente às respectivas características intrínsecas (Groseclose, 2001). Sendo essa uma dimensão diferente daquela concernente à plataforma política defendida pelos partidos, sugere-se uma modificação no modelo básico para se inserir essa visão dos grupos *lobbistas*, construindo-se a modelagem apresentada no Capítulo 5. A proposta de considerar um viés ideológico específico dos grupos de interesse em relação aos partidos procurar explorar, principalmente, uma afinidade ou uma antipatia com a formação dos partidos, seja pela competência ou incompetência associada aos seus membros, seja pelo histórico de ações boas ou ruins, de forma a se inserir uma nova assimetria no modelo básico.

Da mesma maneira que na modelagem relativa ideologia partidária, analisam-se no Capítulo 5 as plataformas políticas e as chances de os partidos obterem a maioria dos votos, com o fim de estudar o bem-estar social e a competição eleitoral, respectivamente, diante da consideração da ideologia dos grupos de interesse.

Em termos das plataformas anunciadas, a ideologia de grupos leva também à divergência de plataformas. Considerando que os grupos podem simpatizar ou antipatizar com os partidos, as diversas configurações dessa ideologia no modelo permitem verificar diferentes incentivos de viés em favor dos grupos de interesse, apontando principalmente para a possibilidade de as políticas se tornarem extremas quando a simpatia por um partido for muito intensa. Indicam-se também outras duas situações de interesse, uma em que a antipatia forte por um partido pode fazer com que ele viesse menos sua política em favor do grupo que o antipatiza, e outra em que a simpatia de mais de um grupo por um mesmo partido pode impedir o extremo favoritismo, na medida em que a influência dos grupos se contrapõe uma em relação à outra. Diferentemente do modelo com ideologia partidária, o controle das contribuições privadas tem aqui o potencial de minimizar o viés em favor dos grupos de interesse.

A análise da competição eleitoral leva a resultados semelhantes aos observados na modelagem de ideologia partidária. A dominância de um partido em relação ao outro pode ocorrer a partir de uma forte preferência da sociedade ou de grupos de interesse em relação a esse partido, ou ainda se o financiamento público for suficientemente elevado para superar aqueles dois outros efeitos. Assim, a competição eleitoral com ideologia de grupos de interesse continua sendo ameaçada no longo prazo pelas contribuições públicas.

Dessa forma, pode-se dizer que a inserção no modelo básico de ideologia partidária ou de grupos de interesse pode vir a dificultar a alternância de poder. Isso porque, além do caso em que o financiamento público elevado gera a dominância do partido inicialmente majoritário, há também situações em que a preferência da sociedade ou dos grupos de interesse pode gerar a prevalência de um partido em relação ao outro no Legislativo, gerando desigualdade na competição eleitoral.

Destarte, a partir das modelagens desenvolvidas, procura-se contribuir para a discussão acerca da regulação ótima do financiamento de campanha. A conjunção do *lobby* pré-eleitoral e do financiamento público nos moldes propostos no Congresso brasileiro, seja com ideologia partidária, seja com ideologia dos grupos de interesse, permite tecer diversas considerações sobre a proposição atual de financiamento público, objetivando mostrar que talvez não seja tão evidente que a proposta já aprovada no Senado constitua uma solução para os problemas relativos ao viés das plataformas políticas e à desigualdade na competição eleitoral.

Capítulo 1 - Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre bem-estar social

1.1. Introdução

Neste capítulo, apresenta-se um modelo desenvolvido tendo por base o de Persson e Tabellini (2000), em que se constrói um jogo de competição eleitoral entre dois partidos. A modelagem elaborada permite verificar como se dá o anúncio das plataformas políticas dos partidos quando eles disputam eleições proporcionais para compor a Casa Legislativa e estão sujeitos, simultaneamente, à ação de grupos de interesse organizados em *lobby* e ao financiamento público de campanhas eleitorais, distribuído aos partidos de acordo com as respectivas proporções no Legislativo.

O objetivo é comparar o bem-estar auferido pelos eleitores a partir das plataformas anunciadas, dada a atuação de diferentes grupos de interesse organizados representantes das classes sociais em que está dividida a sociedade. Além disso, ao se inserir no modelo variáveis indicativas da efetividade dos gastos de campanha e do controle das autoridades eleitorais sobre as contribuições privadas que eventualmente sejam proibidas, identifica-se como tais fatores afetam as plataformas políticas anunciadas.

Também se estuda como a conjugação de duas fontes de financiamento de campanhas eleitorais, a privada e a pública, afeta as escolhas das políticas. Analisando-se os diversos cenários (somente contribuição privada, somente financiamento público e a interação de ambas as contribuições), é possível visualizar as conseqüências em termos de bem-estar do eleitorado, procurando evidenciar em que circunstâncias ocorre o esperado viés em favor dos grupos organizados.

Os tópicos relativos ao viés de políticas públicas em favor de grupos de interesse e à influência do financiamento público de campanha eleitoral sobre tal viés têm sido alvo de estudo nos últimos anos. Em um artigo referencial, Baron (1994) modelou uma competição eleitoral em que os candidatos favorecem grupos de interesse em troca de contribuições de campanha para influenciar eleitores não-informados. No artigo, o financiamento público é introduzido na forma de uma distribuição igualitária de recursos entre cada candidato, o que proporciona uma redução do viés observado em favor dos grupos de interesse quando comparado à situação em que não há contribuição pública. Pode-se argumentar, no entanto, que a redução no viés nesse estudo específico está vinculada à consideração de que os recursos são igualmente distribuídos entre os partidos.

Em um artigo mais recente, Roemer (2003), estipulando que cada grupo *lobbista* contribui especificamente para um partido, analisou outras duas diferentes instituições de financiamento público de campanhas eleitorais associadas à ação de grupos *lobbistas*. Em uma instituição, eleitores informados¹ contribuem com uma mesma quantia *per capita* para o partido que escolhem, e em outra, o montante do financiamento público é estabelecido de forma a se igualar às contribuições privadas recebidas pelos partidos. O estudo revela que os partidos propõem plataformas próximas à política ideal dos eleitores informados naquela primeira forma de financiamento público, e que a distorção causada pela contribuição privada é ampliada quando a segunda instituição de financiamento público é considerada. Nessa análise, o financiamento público somente conseguiria reduzir a distorção política quando baseado em um sistema de distribuição de recursos em que apenas os eleitores informados destinassem recursos públicos às campanhas eleitorais, o que está intimamente relacionado à premissa de que apenas eleitores informados contribuem para as campanhas eleitorais. Em verdade, ao se considerar a sociedade como um todo, eleitores informados e não-informados, pode-se concluir que há viés em favor dos informados, não contribuindo para o bem-estar social.

Embora o estudo dos sistemas de financiamento antes mencionados seja relevante, principalmente aquele em que se associam recursos públicos e privados na forma de *matching* pela aplicação de financiamentos dessa natureza em países como os Estados Unidos e a Alemanha, a abordagem desenvolvida neste capítulo considera outro tipo de financiamento público de campanhas eleitorais. O sistema estudado é aquele em que os recursos são repassados aos partidos de acordo com as respectivas proporções no Legislativo, o qual tem sido utilizado no Brasil e em diversos países europeus². Além da ampla utilização dessa forma de distribuição de recursos, menciona-se ser o mesmo politicamente muito mais viável que os considerados por Baron (1994) e Roemer (2003), vez que não se pode esperar que sejam legitimadas pelo Congresso propostas de distribuição de recursos de forma igualitária entre partidos ou que venham a discriminar os eleitores por características como o grau de informação acerca da atuação política dos partidos.

Resultam do modelo aqui apresentado a expectativa de viés em favor dos grupos de interesse, independentemente do financiamento público, e a forte tendência à convergência das plataformas anunciadas pelos partidos. Sendo identificada tal convergência, os grupos, que até

¹ Na concepção do autor, eleitores não-informados não estão suficientemente envolvidos no processo eleitoral, ou não são politicamente comprometidos. Por essa razão, o autor preferiu considerar apenas a contribuição de eleitores informados.

² Como já mencionado na Introdução desta tese.

podem se organizar para atuar durante o processo eleitoral, acabam não contribuindo para as campanhas, muito embora o viés observado em favor deles se mantenha na ausência de suporte financeiro privado.

Para apresentar esses resultados, na próxima seção descreve-se o modelo formal propriamente dito, com a definição da atuação de todos os agentes no jogo que se estabelece. Essa seção é seguida por outra na qual são resumidas as principais conclusões obtidas, discutindo-se, inclusive, as possíveis conseqüências da alteração legal que se pretende realizar no país sobre o financiamento de campanhas eleitorais, mencionada na introdução desta tese.

1.2. Modelo básico de escolha das plataformas políticas

Nesse modelo estabelece-se um jogo representativo das eleições para o Legislativo, tendo como participantes dois partidos e o eleitorado, dividido entre eleitores comuns e eleitores organizados. Todos os eleitores são considerados sinceros, uma vez que votam pelo partido que gera maior utilidade para eles.

Os partidos procuram apenas maximizar as chances de obterem a maioria dos votos na Casa Legislativa, sem possuírem preferências sobre as políticas a serem implementadas³.

Os eleitores, ao se organizarem⁴, formam grupos *lobbistas*, passando a serem potenciais contribuintes das campanhas eleitorais de um partido e distinguindo-se do resto do eleitorado porque não mais se afetam pelas campanhas que podem financiar. Os grupos *lobbistas* procuram influenciar as plataformas políticas de maneira que as anunciadas sejam as preferidas por eles.

As contribuições de campanha a serem eventualmente doadas aos partidos são estabelecidas pelos grupos *lobbistas* após o anúncio das respectivas plataformas políticas. Essa característica do jogo permite a influência desses grupos na definição das políticas apenas de forma indireta, caracterizando o que Grossman e Helpman (2001) classificam como motivação eleitoral⁵, uma vez que as contribuições dos *lobbistas* são vistas como uma forma de ampliar as chances de o partido preferido por um grupo se tornar majoritário no Legislativo.

³ No Capítulo 4 introduz-se a hipótese de que os partidos também têm preferências sobre as políticas a serem implementadas.

⁴ A capacidade de organização dos grupos é considerada como exógena, mas pode ser entendida como uma avaliação prévia das classes sociais em relação ao benefício de contribuir para um partido e o custo dessa contribuição para a classe.

⁵ Esses autores também estabeleceram outra motivação para os grupos organizados realizarem contribuições de campanha, chamada de motivação de influência. Nessa situação os grupos estabelecem contratos de contribuição com os partidos antes mesmo de eles anunciarem as respectivas políticas, a fim de influenciar a definição dessas plataformas, bem como garantir o acesso ao governo, independentemente de que partido será majoritário no Legislativo. Essa opção não é adotada neste modelo, uma vez que se procura modelar um jogo eleitoral em que as

Às contribuições privadas somam-se as públicas, definidas por um mecanismo exógeno de distribuição de recursos públicos, baseado na proporção anterior dos partidos no Legislativo.

Com a realização das campanhas eleitorais, o eleitorado conhece os partidos e verifica com qual se identifica mais em termos ideológicos, estabelecendo um viés estocástico em favor de um ou outro partido que representa a empatia em relação aos partidos. Há que se ressaltar que a realização desse choque é um aspecto não antecipável pelos partidos, pois ela depende apenas de aspectos particulares dos eleitores.

No tocante ao eleitorado não-organizado, esse viés estocástico é reforçado diretamente pela campanha eleitoral, uma vez que a ele é somada uma parcela determinística relativa à diferença de gastos de campanha dos partidos, o que justifica considerar essa parte do eleitorado como influenciável⁶.

As eleições proporcionais são realizadas num único distrito eleitoral correspondendo ao país inteiro, no qual cada eleitor tem um voto.

Após as eleições, o número de votos de cada partido é contabilizado e a Casa Legislativa é formada, sendo dado a cada partido uma quantidade de assentos igual à proporção de votos que esse obteve nas eleições⁷. Uma vez constituída a Casa Legislativa, a política anunciada pelo partido que tiver obtido a maioria dos assentos é implantada⁸.

O jogo que se estabelece entre os agentes considerados no modelo está representado na Figura 1.1 a seguir:

preferências políticas são bem definidas e o voto se dá no sentido de eleger o partido que, genuinamente, melhor representa os interesses dos eleitores.

⁶ No Capítulo 5, considera-se um outro viés dos grupos organizados em favor de um ou outro partido, sendo esse um fator determinístico e já conhecido de todos antes das campanhas eleitorais, diferentemente do considerado na modelagem básica deste capítulo, em que se consideram fatores estocásticos realizáveis após as campanhas.

⁷ Por razões de simplificação, supõe-se aqui que o número de assentos na Câmara é ímpar. Desta forma, um partido tem sempre a maioria dos assentos.

⁸ Menciona-se que essa hipótese de comprometimento dos partidos é relaxada no Capítulo 3 para se verificar a robustez da análise quando os partidos têm a opção de escolher outras plataformas que não as anunciadas durante as campanhas eleitorais.

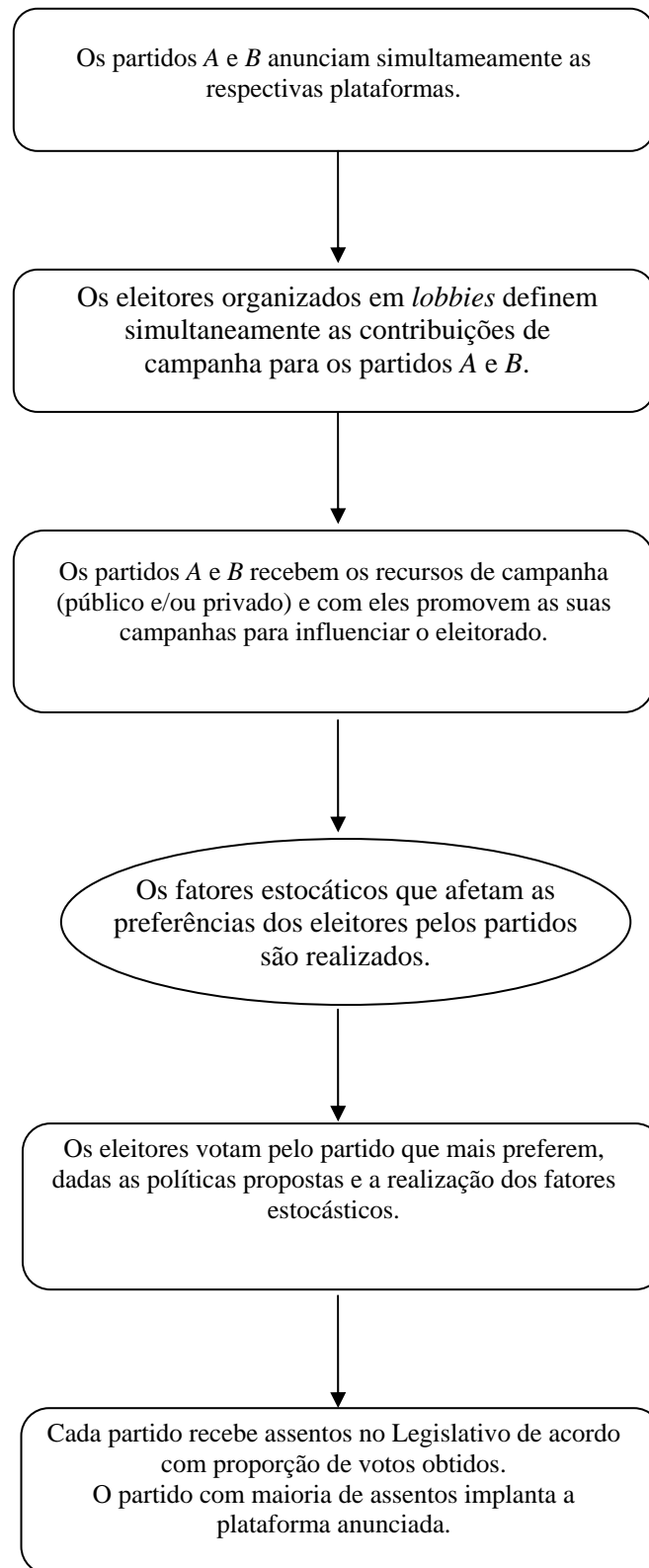


Figura 1.1: Visão geral do jogo entre partidos, *lobbistas* e eleitores.

O modelo básico é adaptado do modelo de Persson e Tabellini (2000), de forma a considerar que parte do eleitorado não se influencia pelas campanhas eleitorais, bem como permitir a coexistência entre as contribuições pública e privada. Além disso, também se inseriu a possibilidade de as contribuições privadas serem controladas por autoridades eleitorais.

Passa-se à apresentação do modelo formal.

Existem dois tipos de eleitores: organizados e não-organizados. No entanto, todos estão distribuídos num espaço unidimensional contínuo de massa unitária, $\Omega = [0,1]$. Cada eleitor pertence a uma das três classes sociais existentes, a de “ricos” (R), a classe “média” (M) e a de “pobres” (P), tendo como critério de classificação a renda que auferem. Assim, os eleitores da classe R possuem uma mesma renda y^R , os da classe M , a renda y^M e os da classe P , a renda y^P , sendo que $y^R > y^M > y^P$. Além disso, cada classe possui uma proporção (α^J) do total de eleitores, de forma que $\sum_J \alpha^J = 1$, para $J=R, M, P$ ⁹.

Os dois partidos, $P=A, B$, competem anunciando o nível de produção de um bem público (*per capita*) g , o qual é implementado pelo partido que obtiver a maioria dos assentos na Casa Legislativa. Desta forma, trata-se de um modelo de competição pré-eleitoral *à la Downs*, em que o partido anuncia a plataforma política – a quantidade *per capita* de bem público g – e a implementa se ele se tornar um partido majoritário na Casa Legislativa.

O bem público (g) é financiado por um imposto sobre a renda, cuja alíquota τ é igual para todos os eleitores. Postula-se que todo o recurso arrecadado pelo governante eleito é convertido no provisionamento do bem público e no financiamento das campanhas eleitorais.

Seja c o custo *per capita* para o governo financiar publicamente as campanhas eleitorais. Então, a restrição orçamentária do governo é dada pela seguinte expressão:

$$\sum_J \alpha^J \tau y^J = \tau y = g + c$$

em que $y = \sum_J \alpha^J y^J$ representa a renda média dos eleitores.

A utilidade de um eleitor tem dois componentes, um pragmático e outro ideológico¹⁰. A parte pragmática representa a decisão dos eleitores enquanto agentes econômicos, e depende tanto do consumo do bem privado, quanto do consumo do bem público (g) provido pelo governo. Assim, a decisão econômica do eleitor de uma classe social J é representada pela solução do problema de maximização a seguir indicado:

⁹ Os resultados obtidos com três classes sociais podem ser trivialmente estendidos para “ n ” classes.

¹⁰ Esta é a forma mais geral de caracterizar um agente econômico que tem preocupações políticas também. Ver sobre o assunto em Ferejohn (1986), Bugarin (1999) ou Bugarin (2003).

$$\begin{aligned} & \underset{c^J}{\text{Max}} \quad c^J + H(g) \\ \text{s.a.} \quad & c^J \leq (1-\tau)y^J \end{aligned}$$

A variável c^J representa o consumo privado do eleitor, que é limitado pela sua renda descontada do imposto, de acordo com a restrição orçamentária. A utilidade do consumo do bem público é dada pela função H , que se supõe estritamente crescente e côncava. A solução do problema anterior permite obter o seguinte nível de utilidade para a componente pragmática de um eleitor da classe J ¹¹:

$$W^J(g, y^J) = W^J(g) = (y - g - c) \frac{y^J}{y} + H(g) \quad (1.1)$$

Assim, cada classe possui uma preferência diferente em relação à provisão do bem público. Maximizando a equação (1.1), obtém-se a plataforma ótima para a classe J :

$$g_J^* = (H')^{-1} \left(\frac{y^J}{y} \right)$$

Como a função $(H')^{-1}$ é decrescente, escalonam-se as plataformas ótimas das classes da seguinte maneira: $g_P^* > g_M^* > g_R^*$, ou seja, quanto menor a renda da classe, mais ela prefere que o governo faça uma maior provisão de bem público.

O componente ideológico da utilidade do eleitor é representado por duas variáveis aleatórias que correspondem ao viés do eleitor pelo partido B , ou equivalentemente, à popularidade do partido B no momento das eleições.

A primeira variável aleatória é comum a todos os eleitores e está associada à realização de um estado da natureza que afeta a população como um todo. Uma guerra, uma mudança abrupta nos preços internacionais de um bem importante para um país ou ainda um crise energética de grandes proporções são exemplos de tal fenômeno. Nesse sentido, menciona-se a popularidade do presidente dos Estados Unidos após os atentados terroristas ocorridos naquele

¹¹ Considera-se, então, uma modelagem em que a decisão de consumo do eleitorado é residual, ou seja, o consumo privado representa o que não é provido como bem público ou gasto para financiar publicamente as campanhas eleitorais. Para permitir ao agente uma participação mais ativa na definição do seu consumo ou da renda disponível ao governo na realização dos seus gastos, poder-se-ia aprimorar a modelagem desenvolvida para prever a decisão dos eleitores em trocar trabalho por lazer ou ainda explicitamente permitir a acumulação de capital, a partir de tecnologias exógenas de produção. No entanto, considerando que o foco do estudo é o exercício da influência de grupos de interesse na definição das políticas públicas previamente às eleições para verificar o bem-estar comparativo entre as classes sociais, bem como, a análise da competição eleitoral entre os partidos (o que é apresentado no Capítulo 3 e seguintes), deixa-se como sugestão de extensão do modelo aqui apresentado a inserção desses aprimoramentos.

país em setembro de 2001, passando de 57% em fevereiro, para 90% em setembro de 2001¹². Esse processo é descrito por uma variável aleatória ($\tilde{\delta}$) uniformemente distribuída no intervalo $[-1/2\psi, 1/2\psi]$. O parâmetro $\psi > 0$ mede o nível de sensibilidade da sociedade a choques externos: quanto menor o valor de ψ , mais dispersa é a distribuição da variável $\tilde{\delta}$, indicando ser a sociedade mais suscetível aos choques externos.

A segunda variável aleatória é particular ao eleitor i pertencente à classe J e reflete o viés pessoal em favor do partido B , influenciado por fatores de interesse de cada eleitor, como, por exemplo, a aparência ou até mesmo a religião dos candidatos do partido. Esse viés é modelado como um processo estocástico a partir da variável aleatória (σ^{iJ}), distribuída uniformemente no intervalo $[-1/2\phi^J, 1/2\phi^J]$. Assim, quanto maior o fator ϕ^J , mais homogênea a classe J . Neste capítulo e nos Capítulos 3, 4 e 5, postula-se que ϕ^J é o mesmo para os três grupos (ϕ), tornando as três classes igualmente atrativas aos partidos do ponto de vista de sua homogeneidade quanto ao viés ideológico, permitindo focar na diferenciação entre classes por meio apenas da atividade *lobbista*¹³.

Desta forma, se o partido B obtém a maioria dos assentos no Legislativo com a plataforma anunciada g_B , o eleitor i na classe social J deriva a utilidade:

$$W^J(g_B) + \sigma^{iJ} + \tilde{\delta}$$

Observa-se que valores positivos de σ^{iJ} e $\tilde{\delta}$ indicam um viés favorável ao partido B , enquanto valores negativos daquelas variáveis indicam um viés favorável ao partido A ¹⁴. Cabe mencionar também que a realização da variável aleatória da sociedade pode ser favorável ao partido B ao passo que a realização da variável aleatória individual seja favorável ao partido A , e vice-versa¹⁵.

Passa-se a seguir a considerar o papel das contribuições de campanha no modelo.

O efeito dos gastos de campanha dos partidos nos eleitores depende do nível de organização política destes últimos. A principal distinção aqui é que a classe J pode ser

¹² Ver “Poll Analyses”, seção “Gallup Poll News Service”, The Gallup Organization, <http://www.gallup.com>, 24/09/2001.

¹³ Consta do Capítulo 2 uma extensão do modelo básico aqui apresentado no qual se insere a diferenciação das classes pelo fator ϕ^J .

¹⁴ Como ressaltado por Wittman (1990), o viés em favor de um ou outro partido pode ser interpretado, por exemplo, como uma vantagem de esse partido já ser majoritário no Legislativo (*incumbency power*).

¹⁵ Suponha, por exemplo, que o país está vivendo uma expansão econômica, de forma que a população aprova o presidente na forma como ele conduz a economia, mas ao mesmo tempo ele está envolvido num escândalo sexual, o que tem reflexos diferentes perante os eleitores.

organizada em um grupo de interesse. Nesse caso, a classe J está apta a contribuir para os partidos políticos, e sabe que as contribuições feitas são usadas para influenciar o eleitorado não-organizado e influenciável. Assim, os eleitores das classes organizadas são imunes aos gastos de campanha.

Por outro lado, se o eleitor pertence a uma classe não-organizada, os gastos de campanha afetam o componente ideológico da sua utilidade de forma linear em relação à diferença de gastos de campanha entre os dois partidos.

Seja O^J uma variável *dummy* igual a 1 se a classe J é organizada ou 0, caso contrário. Então, a utilidade do eleitor i da classe J quando o gasto de campanha do partido A (respectivamente, partido B) é C_A (respectivamente C_B) e o partido B ganha a maioria dos assentos no Legislativo é dada por:

$$W^J(g_B) + \sigma^{ij} + \tilde{\delta} + h(1 - O^J)(C_B - C_A) \quad (1.2)$$

A variável h representa a efetividade dos gastos de campanha, isto é, o quanto a diferença entre os gastos de campanha pode afetar a popularidade de um partido. Se C_B é maior que C_A , então o partido B ganha popularidade durante a campanha eleitoral. Caso contrário, os gastos de campanha reduzem a popularidade desse partido.

Dado que o partido P anuncia a política g_P , $P=A, B$, então o eleitor i do grupo J prefere o partido A ao partido B se:

$$W^J(g_A) > W^J(g_B) + \sigma^{ij} + \tilde{\delta} + h(1 - O^J)(C_B - C_A)$$

Igualando-se os dois lados da expressão acima, pode-se definir o eleitor i em cada classe J que é indiferente entre os dois partidos, chamado de “*swing voter* da classe J ”. Esse eleitor corresponde à realização de σ^{ij} , definido como σ^J por:

$$\sigma^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B) - \tilde{\delta} \quad (1.3)$$

Dessa forma, o quantitativo de eleitores que votam pelo partido A é:

$$\pi^A = \sum_J \text{prob}[\sigma^{ij} \leq \sigma^J] = \sum_J \alpha^J \left[\sigma^J + \frac{1}{2\phi} \right] \phi \quad (1.4)$$

Então, sendo $W(g_A) = \sum_J \alpha^J W^J(g_A)$ e $W(g_B) = \sum_J \alpha^J W^J(g_B)$, a probabilidade de o partido A obter a maioria dos assentos é:

$$p_A = \text{prob}[\pi^A > 1/2] = \text{prob}[\tilde{\delta} \leq W(g_A) - W(g_B) + h \sum_J \alpha^J (1 - O^J)(C_A - C_B)]$$

Equivalentemente:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi[W(g_A) - W(g_B) + h\bar{\alpha}(C_A - C_B)] \quad (1.5)$$

em que $\bar{\alpha} = \sum_J \alpha^J (1 - O^J)$ representa a proporção da população que não é organizada em grupos de interesse, e, portanto, é influenciável pelos gastos de campanha.

Por simetria, obtém-se que:

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi[W(g_A) - W(g_B) + h\bar{\alpha}(C_A - C_B)] \quad (1.6)$$

Para futuras comparações, é importante notar que, na ausência de contribuições, a política anunciada pelos partidos é dada por:

$$g^* = (H')^{-1}(1) \quad (1.7)$$

que é obtido pela maximização de (1.5) e (1.6) com $C_A = C_B = 0$.

Essa política é considerada como socialmente ótima porque corresponde ao caso em que as decisões dos partidos não estão viesadas pela presença dos gastos eleitorais de campanha. No entanto, considerando que o indivíduo i do grupo J tem a utilidade representada pela expressão (1.1), é possível calcular essa política ótima a partir da derivação de uma função de bem-estar utilitarista clássica de Bentham. Essa função é obtida integrando-se a utilidade de cada indivíduo de acordo com a distribuição da sua renda, de forma a se definir a função $W(g) = \int_i W^i(g) dF = y - g - c + H(g)$, cuja maximização em relação à variável relativa à política pública, g , leva à plataforma socialmente ótima g^* . Pode-se dizer também que essa política deriva da solução do problema de maximização de um eleitor hipotético que possua a renda média $y = \sum_J \alpha^J y^J$.

Passa-se à determinação do montante das contribuições de campanha C_A e C_B .

Em termos de financiamento público, seguindo a regra de distribuição de recursos de acordo com a proporção dos partidos na Casa Legislativa, os recursos repassados diretamente aos partidos P , para $P = A, B$, consideram β_P , que é a percentagem do total de assentos do Legislativo ocupado pelo partido P . Então $\beta_A + \beta_B = 1$ e o recurso público *per capita* recebido pelo partido P é $\beta_P c$, em que c é o custo *per capita* das campanhas eleitorais financiadas pelo governo.

Em termos de financiamento privado, cada classe J faz sua contribuição privada $O^J C_P^J$ para o partido P , para $P=A, B$, de forma que o total de contribuição privada que o partido P obtém é dado por $\sum_J O^J \alpha^J C_P^J$ ¹⁶.

Para permitir a possibilidade de as contribuições privadas serem proibidas, pode-se introduzir o parâmetro $\lambda \in (0,1]$, que mede o quão eficiente as autoridade eleitorais são em descobrirem tais contribuições¹⁷. Assim, as contribuições privadas das classes são $\lambda \sum_J O^J \alpha^J C_P^J$, para o partido P , para $P = A, B$. Se as contribuições privadas são permitidas, então $\lambda=1$; caso contrário, as contribuições ilegais podem ser descobertas, e, então, confiscadas pelas autoridades eleitorais com probabilidade $1-\lambda$. A hipótese de que $\lambda > 0$ indica não ser possível bloquear as contribuições ilegais com probabilidade 1.

Ressalta-se, no entanto, que para qualquer valor λ não-unitário, as contribuições eventualmente realizadas pelos grupos *lobbistas* são ilegais e formam o que se pode chamar de “caixa dois”. Embora se adote essa denominação nesse caso, a informação quanto ao que um ou outro grupo contribui para as campanhas eleitorais dos partidos é resultado do comportamento de equilíbrio dos grupos *lobbistas* e, portanto, previsível.

Dessa forma, as contribuições que os partidos recebem para gastar em suas respectivas campanhas eleitorais são dadas por:

$$C_A = \beta_A c + \lambda \sum_J O^J \alpha^J C_A^J$$

$$C_B = \beta_B c + \lambda \sum_J O^J \alpha^J C_B^J$$

Para derivar a contribuição privada de um grupo J para o partido P , C_P^J , considera-se o problema do grupo de interesse. A utilidade da classe organizada depende da política implementada, tanto quanto da quantidade de recursos gastos nas contribuições de campanhas eleitorais. Neste modelo o problema da classe organizada é maximizar a seguinte função-objetivo:

¹⁶ A questão relativa ao *free-rider* entre os agentes de um mesmo grupo organizado, inicialmente apontada por Olson (1965), é considerada como solucionada. Postula-se, portanto, que um grupo, ao se organizar, tem a capacidade de superar esse problema, fazendo com que todos os seus membros contribuam igualmente para formar a proposta final de financiamento aos partidos. Essa é, inclusive, a opção de muitos estudiosos do *lobby* pré-eleitoral, tais como Persson e Tabelini (2000) e Grossman e Helpman (2001).

¹⁷ Agradece-se a Marco Bonomo por apontar essa possibilidade.

$$p_A W^J(g_A) + (1 - p_A) W^J(g_B) - \frac{1}{2} (C_A^J + C_B^J)^2 \quad (1.8)$$

Os primeiros dois termos da expressão acima refletem a utilidade “econômica” esperada de um membro da classe J , enquanto o último termo reflete o custo de utilidade que as contribuições de campanha representam para esse membro. A forma quadrática da função custo modela o fato de que as contribuições tipicamente envolvem não só uma transferência monetária, mas também um envolvimento pessoal dos eleitores organizados. A possibilidade de se converter o esforço de um grupo de eleitores em termos do custo de se contribuir para a campanha eleitoral de um partido, para depois considerar tal custo na função utilidade, é especialmente importante na análise das contribuições do grupo de pobres, do qual se espera maior contribuição em termos de esforço¹⁸.

Observa-se que os componentes ideológicos das utilidades dos eleitores não aparecem na expressão acima porque as variáveis estocásticas σ^{ij} e $\tilde{\delta}$ são observadas após os grupos organizados decidirem sobre as contribuições e têm valor esperado zero.

Dessa forma, o problema de maximização de uma classe organizada é:

$$\begin{aligned} \text{Max}_{C_A^J, C_B^J} \quad & p_A W^J(g_A) + (1 - p_A) W^J(g_B) - \frac{1}{2} (C_A^J + C_B^J)^2 \\ \text{s.a.} \quad & \begin{cases} C_A^J \geq 0 \\ C_B^J \geq 0 \end{cases} \end{aligned}$$

em que p_A é dado pela expressão (1.5).

A solução do problema anterior leva à seguinte contribuição privada de um grupo organizado J :

$$C_A^J = \max \{0, \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)]\} \quad (1.9)$$

$$C_B^J = \max \{0, \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_B) - W^J(g_A)]\} \quad (1.10)$$

¹⁸ A consideração de que apenas os eleitores não-organizados são influenciados pelas campanhas eleitorais, como apresentado na expressão (1.2), além de tornar a modelagem mais realista, soluciona também um problema técnico na modelagem de Persson e Tabellini (2000). No modelo original, aqueles autores distinguem os eleitores entre organizados e não-organizados ao estabelecerem que apenas classes organizadas em grupos de interesse contribuem para as campanhas eleitorais. No entanto, a utilidade de todos os eleitores é definida como sendo $W^J + \sigma^{ij} + \tilde{\delta} + h(C_A - C_B)$, independentemente da organização da classe, o que contradiz a consideração de que as contribuições privadas representam um custo quadraticamente inserindo na função de utilidade esperada dos grupos de interesse.

Dessa forma:

$$C_A^J - C_B^J = \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \quad (1.11)$$

Além disso, usando (1.11), pode-se escrever que:

$$C_A - C_B = \lambda^2 \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(g_A) - W^J(g_B)] + (\beta_A - \beta_B)c \quad (1.12)$$

Depois de resolver o problema dos grupos de interesse, determinam-se as plataformas anunciadas pelos partidos. Os partidos procuram maximizar a probabilidade de obter a maioria dos assentos no Legislativo, o que corresponde a maximizar a probabilidade de os partidos conseguirem a maioria dos votos, $p_P(g_A, g_B)$, para $P = A, B$ ¹⁹. Quando partidos decidem quais plataformas a anunciar, eles antecipam suas contribuições por racionalidade seqüencial, participando de um jogo estático entre eles.

Inserindo a equação (1.12) na equação (1.5), soluciona-se o problema do partido A, obtendo-se o equilíbrio de Nash como se segue:

$$\underset{g_A}{Max} p_A(g_A, g_B) = \frac{1}{2} + \psi \{W(g_A) - W(g_B) + \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(g_A) - W^J(g_B)] + h \bar{\alpha} c (\beta_A - \beta_B)\} \quad (1.13)$$

$$s.a. \quad 0 \leq g_A \leq y - c$$

A restrição indica que o bem público *per capita* não pode ser maior que o montante médio disponível na economia reduzido do custo *per capita* do financiamento público. A solução do problema anterior pode ser interpretada como a curva de reação do partido A em relação ao partido B.

A condição de primeira-ordem é:

$$\frac{\partial p_A}{\partial g_A} = \psi \sum \alpha^J \left[-\frac{y^J}{y} + H'(g_A) \right] + (\lambda \psi h \bar{\alpha})^2 \sum O^J (\alpha^J)^2 \left[-\frac{y^J}{y} + H'(g_A) \right] = 0 \quad (1.14)$$

Assim, a escolha ótima do partido A é:

$$g^L = (H')^{-1} \left(\frac{y^L}{y} \right) \quad (1.15)$$

¹⁹ Em verdade, a utilidade de um partido P deveria ser dada por: $U_P = p_P(g_A, g_B)R$, em que R representa a renda esperada a partir da obtenção da maioria dos votos no Legislativo. No entanto, para simplificar a análise, considera-se $R = 1$, o que não afeta as conclusões obtidas.

em que $y^L = \frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J)}$ e g^L corresponde à plataforma anunciada pelo

partido *A* quando o *lobby* está presente.

Como a variável y^L representa uma média ponderada de y^J , é interessante compará-la à renda média y para identificar como os grupos organizados influenciam as escolhas das plataformas.

Quando nenhum grupo é organizado ($O^J = 0$), é fácil verificar que $y^L = y$, de forma que a plataforma anunciada é a socialmente ótima, g^* . Isso se deve ao fato de que não há recursos privados pelos quais os partidos possam competir. Esse resultado também acontece quando todos os grupos são organizados ($O^J = 1$), porque, nesse caso, nenhum eleitor é influenciado por campanhas eleitorais ($\bar{\alpha} = 0$).

Entretanto, se as classes são diferentes em termos de organização, os organizados recebem maior peso e o equilíbrio fica viesado em favor deles. Por exemplo, quando apenas a classe rica é organizada, $y^L > y$, indicando o anúncio de uma plataforma que representa um nível menor de bem público quando comparada com a plataforma ótima ($g^L < g^*$), uma vez que $(H')^{-1}$ é uma função decrescente. Se for possível associar a organização de um grupo ao domínio econômico exercido por ele, pode-se concluir que a existência de grupos *lobbistas* afeta o anúncio das plataformas no sentido de favorecer os grupos economicamente mais fortes.

É importante ressaltar que o viés em favor de um grupo organizado é maior quanto mais efetivo for o financiamento de campanha (devido à variável h) e pior o controle das autoridades eleitorais sobre as contribuições ilegais quando as contribuições privadas não são permitidas (devido ao parâmetro λ). Frisa-se que, embora o viés se reduza caso as contribuições privadas sejam proibidas, ele ainda persiste, uma vez que $\lambda > 0$.

Verifica-se facilmente que o problema do partido *B* resulta na mesma plataforma de equilíbrio. Assim, em equilíbrio, as plataformas anunciadas são iguais a g^L , indicando uma convergência de políticas. Considerando a igualdade de anúncios dos partidos, os grupos de interesse acham ótimo não fazer contribuições para partido algum, culminando em $C_A^J = C_B^J = 0$.

Resultados semelhantes foram obtidos por Baron (1994) e por Wright (1990), sendo que esse último concluiu não haver incentivo à contribuição para financiamento de campanha quando se tratam de políticas de caráter coletivo, ou seja, cujos custos e benefícios atingem todos os

agentes, independente de serem financiadores de campanha ou não. Grossman e Helpman (2001) mostram que contribuições de campanha positivas são obtidas em uma outra classe de modelos, na qual os grupos de interesse oferecem contribuições de campanha (contratos) condicionais às plataformas antes de os partidos fazerem seus anúncios, de forma a influenciar as políticas a serem anunciadas²⁰. Tais contratos não estão sendo considerados no presente trabalho.

Observa-se que as plataformas anunciadas são iguais a g^L , mesmo que não haja financiamento público, uma vez que o recurso público destinado aos partidos não afeta os problemas de maximização desses partidos (ver equação (1.13)). Destarte, quando apenas as contribuições privadas estão disponíveis, os grupos de interesse influenciam as plataformas, muito embora eles não contribuam efetivamente por causa da convergência de plataformas antes mencionada. Isso significa que apenas a existência de grupos organizados em *lobby* viesam o anúncio de plataformas em favor deles, em detrimento do resto da sociedade.

Esse viés se verifica porque, se um partido desiste de anunciar uma plataforma mais favorável a um grupo e o outro não, aquele que continuar viesando sua política vai ser financiado pelo grupo de interesse e, com isso, terá suas chances de sucesso ampliadas. Se ambos desviam suas políticas em favor de um grupo de interesse, nenhum dos dois recebe recursos, mas nenhum dos dois tampouco tem mais ou menos vantagens por contar com mais ou menos recursos para as campanhas eleitorais. Assim, a estratégia de viesar a plataforma, sob o ponto de vista de cada partido, pode ser vista como uma tentativa de evitar que o outro partido se beneficie com um eventual apoio financeiro dos grupos organizados.

Por outro lado, suponha haver apenas financiamento público para as campanhas eleitorais. Isso poderia acontecer se as autoridades eleitorais conseguissem bloquear totalmente as contribuições privadas ($\lambda=0$) e/ou se nenhuma classe fosse organizada. Então, os partidos anunciariam plataformas que convergissem para a socialmente ótima, g^* . Dessa forma, mesmo que o financiamento público de campanhas eleitorais signifique um custo extra aos eleitores, uma vez que a renda do eleitorado é reduzida do custo *per capita* c para financiar as campanhas dos partidos, este tipo de financiamento não gera um viés como o gerado pela influência dos grupos economicamente poderosos, de forma que, se as contribuições privadas puderem ser totalmente bloqueadas, a plataforma anunciada vai coincidir com a socialmente ótima.

Por fim, quando ambas as contribuições (pública e privada) estão disponíveis aos partidos, dois resultados negativos se associam. Primeiro, a influência econômica afeta o anúncio

²⁰ As contribuições, neste caso, são resultantes da motivação de influência, como mencionado na nota de rodapé número 5.

das políticas, afastando-se da socialmente ótima. Segundo, a renda de todos os eleitores é reduzida pelo custo *per capita* do financiamento público, c , que é necessário ao financiamento público das campanhas eleitorais.

1.3. Conclusão

A partir da modelagem apresentada neste capítulo, identifica-se que os partidos anunciam plataformas políticas em favor dos grupos de interesse *lobbistas*, sendo tal viés influenciado por fatores como a efetividade dos gastos de campanha e a capacidade de controle do governo de contribuições ilegais. No entanto, por serem tais plataformas convergentes, os grupos de interesse, mesmo se organizando, acabam não contribuindo para as campanhas eleitorais dos dois partidos. Porém, a ausência de contribuição privada não afeta o viés das políticas em favor dos grupos organizados.

Verifica-se, por outro lado, que a contribuição pública de campanha distribuída na proporção dos partidos no Legislativo não neutraliza o viés identificado, além de reduzir a renda disponível ao eleitorado para o consumo privado dos agentes. Como a lei eleitoral vigente no Brasil (Lei 9096/95) já estabelece esse tipo de financiamento, esse modelo sugere a necessidade de haver uma mudança na legislação.

Contudo, o projeto aprovado no Senado não parece solucionar os problemas observados no modelo. Tal projeto pretende aumentar drasticamente a contribuição pública *per capita* para o Fundo Partidário (de R\$ 0,35 para R\$ 7,00), bem como proibir as contribuições privadas apenas nos anos eleitorais. Considerando a necessidade de tributação para viabilizar o incremento de vinte vezes na quantidade *per capita* de financiamento público, pode-se dizer que esse aumento, por si só, já deve reduzir bastante a disponibilidade do eleitorado para o consumo privado, indicando um primeiro resultado negativo salientado no modelo.

Já quanto à proposta de proibição de contribuições privadas, ressalta-se que, muito embora o modelo básico leve à convergência de plataformas e, portanto, a contribuições privadas nulas, a introdução da variável de controle governamental sobre recursos privados procura retratar a intenção restritiva sugerida pelo legislador e acaba se mostrando como a única ferramenta eficaz na redução do viés político. Isso porque, mesmo que as contribuições privadas venham a ser nulas por decisão estratégica dos *lobbistas*, um forte controle de eventuais doações reduz o viés político ao desestimular os partidos a viesarem suas plataformas antes mesmo que os grupos desistam de contribuir para as campanhas eleitorais, indicando uma possível melhora normativa a partir da proposição do Senado Federal.

No entanto, dado que as instituições de controle no país não têm se mostrado suficientemente fortes, é de se esperar a atuação de grupos *lobbistas* durante as campanhas eleitorais. Assim, como as contribuições privadas (ou mesmo a potencialidade delas, como se observa pelo modelo) podem não ser coibidas por completo nos anos eleitorais, a alteração legal proposta pode não impedir a influência econômica dos *lobbistas*.

Ademais, mesmo intensificando-se os controles nos anos eleitorais, ainda assim se poderia verificar uma influência privada na definição das plataformas. Isso porque, como não se pode considerar a atuação desses grupos como adstrita a apenas ao ano eleitoral, qualquer apoio financeiro dado anteriormente a um partido pode ter reflexos sobre as políticas anunciadas por esse partido durante as campanhas, sinalizando ser potencialmente inócua a tentativa de neutralizar o viés em favor do *lobbistas* por meio do controle público apenas nos anos eleitorais.

Como o modelo constante deste capítulo considera uma forte simetria nos problemas dos partidos, não resultam dele as esperadas contribuições privadas. Entendendo ser essa uma limitação, uma vez que as doações privadas são uma realidade nos processos eleitorais, parte-se para a inserção de assimetrias que permitam trazer mais realismo ao estudo, as quais serão apresentadas nas análises dos Capítulos 4 e 5.

Antes, porém, apresentam-se no próximo capítulo duas extensões do modelo básico relacionadas a diferentes características do eleitorado, tais como a homogeneidade ideológica das classes sociais e a divisão da sociedade em termos de eleitores votantes e não-votantes, mantendo-se a análise do bem-estar social nos moldes apresentados neste capítulo.

Capítulo 2 – Extensões do Modelo Básico: efeitos sobre o bem-estar social

2.1. Introdução

Este capítulo se dedica à apresentação de algumas extensões do modelo básico apresentado no Capítulo 1. A influência na escolha da plataforma política pelos partidos é analisada sob dois aspectos alternativos, um relativo à diferença de homogeneidade ideológica entre as diversas classes sociais, e outro referente à consideração de que parte da população não vota.

A modelagem básica apresentada por Persson e Tabellini (2000) considera que os eleitores possuem dois componentes ideológicos estocásticos. Um está associado à realização de um estado da natureza que afeta a população como um todo, sendo descrito por uma variável aleatória ($\tilde{\delta}$) uniformemente distribuída no intervalo $[-1/2\psi, 1/2\psi]$. O outro é particular ao eleitor i pertencente à classe J e reflete o viés pessoal em favor do partido B , modelado como um processo estocástico a partir da variável aleatória (σ^{iJ}), distribuída uniformemente no intervalo $[-1/2\phi^J, 1/2\phi^J]$.

No Capítulo 1, adota-se essa mesma estrutura para a definição da preferência dos eleitores, considerando-se que a variável ϕ^J é igual a ϕ em todas as classes. Esse também foi o caminho traçado por Persson e Tabellini (2000) quando da análise do *lobby* pré-eleitoral, como forma de concentrar o estudo unicamente no viés decorrente da ação de grupos de interesse. No entanto, o mais natural é se esperar que as classes sociais se diferenciem em relação à preferência por um partido, pois agentes com uma mesma característica – no caso, a renda – podem responder de forma similar às peculiaridades de cada partido que agentes de classes diferentes.

Classes mais homogêneas reagem a mudanças nas plataformas políticas também de forma mais homogênea, sendo, portanto, excelente alvo de favorecimento. A adoção da diferenciação das classes pela homogeneidade no modelo básico permite verificar esse viés em favor de classes mais homogêneas, que, associado ao *lobby* pré-eleitoral, potencializa o favorecimento de classes sociais economicamente mais poderosas. Isso porque, se a classe de ricos for organizada e também a mais homogênea, verifica-se a partir do modelo que a renda dessa classe é mais fortemente considerada na definição da plataforma a ser anunciada.

Mesmo com essa diferenciação sendo modelada, ainda se obtêm plataformas convergentes, de maneira que as contribuições privadas continuam nulas. O financiamento público, por seu turno, tampouco afeta a definição das plataformas, mas altera as chances de os

partidos obterem a maioria dos votos, gerando uma maior folga para o favorecimento da classe mais homogênea pelo partido mais bem representado na Casa Legislativa. Assim, novamente a instituição do financiamento público não evita o viés em favor de classes mais homogêneas, tornando-se, do ponto de vista do bem-estar social, um gasto governamental desnecessário.

Para se analisar a segunda extensão a que se propõe esse capítulo, em que se possibilita que haja uma parcela não-votante da população, retoma-se a consideração de que as classes sociais possuem um mesmo fator de homogeneidade ϕ , uma vez que a diferenciação apenas acrescenta um novo viés, sobreposto àquele relativo ao *lobby* pré-eleitoral, objeto principal desta tese.

O estudo das plataformas anunciadas quando parte da população não vota procura retratar duas situações em que parte dos eleitores não vota, seja pela avaliação de que o custo de oportunidade de votar é muito elevado, seja pela ausência de acesso ao voto por parte da população.

Vários são os estudos que se dedicam à análise dos incentivos que os agentes políticos têm em exercer o direito ao voto. Downs (1957), ao avaliar o comportamento do agente político, apontou para o fato de que, em sendo mínima a probabilidade de um eleitor alterar o resultado das eleições, racionalmente esse eleitor opta por não votar. Modelos do tipo *costly voting* e de *turnout* se dedicam a compreender a participação dos agentes em grandes eleições, confirmando a idéia de Downs e indicando que, se há informação imperfeita quanto aos custos de votação, apenas irão votar eleitores com custos de votação negativos, ou seja, que consideram votar um benefício (Palfrey e Rosenthal, 1983 e 1985).

Apesar de não explicarem perfeitamente porque os agentes optam por votar diante da inexpressividade individual de seus votos, esses modelos conseguem prever de forma acurada efeitos eleitorais como o da competição (quanto maior a competição, maior a participação eleitoral) e o de *underdog* (a participação da minoria tende a ser maior que a da maioria). Além disso, eles indicam que o senso cívico dos agentes ao comparecerem em grandes eleições não pode ser negligenciado, o que também aponta para outro fenômeno observado por Conley e Temimi (2001): muito embora parte dos agentes opte por não votar, o direito ao voto é por eles valorizado.

Muito provavelmente por conta dessa valorização, o direito ao voto vem sendo alvo de discussão nas sociedades democráticas ao longo dos anos, sempre se debatendo se tal direito deve ser estendido a parcelas da sociedade que não o possuem, a fim de se evoluir para um sufrágio cada vez mais amplo.

Até recentemente havia fortes restrições legais ao voto nos Estados Unidos. Somente votavam aqueles agentes que pagavam impostos (*poll taxes*) e que fossem capazes de serem bem sucedidos em testes de alfabetização (*literacy tests*), excluindo não somente as classes mais pobres, como também os negros, uma vez que os testes a eles aplicados eram ainda mais complexos (Husted e Kenny, 1997). Somente na década de 60 tais restrições foram proibidas nos estados americanos, tendo sido identificado empiricamente que a renda média do eleitorado votante se reduziu, a partir da introdução de mais eleitores pobres dentre aqueles dispostos a votar, bem como que as despesas governamentais redistributivas aumentaram daquele período em diante (Husted e Kenny, 1997).

Também no Brasil até bem recentemente parcelas significativas da população eram legalmente excluídas do cenário político. Em 1934, o direito ao sufrágio foi concedido às mulheres¹, enquanto aos eleitores analfabetos tal direito foi facultado apenas após a promulgação da Constituição Federal de 1988. No entanto, diversos são os impeditivos para o exercício do voto por parte de eleitores mais pobres e residentes em localidades menos abastadas, uma vez que até mesmo o acesso aos órgãos eleitorais para a obtenção do título de eleitor pode ser uma forte barreira ao voto.

Sobre essa questão, também vem sendo debatido no meio acadêmico a obrigatoriedade de votar. Em países como a Itália e os Estados Unidos o voto é voluntário, muito embora existam políticas de encorajamento da participação dos eleitores nas eleições a partir do subsídio dos custos de deslocamento ou da facilitação do voto à distância. Já em países como a Austrália e o Brasil o voto é obrigatório, havendo conseqüências severas quando do não comparecimento às urnas no caso brasileiro.

Menciona-se sobre o tema o trabalho de Polborn e Krasa (2005). Avaliando a escolha aleatória entre dois candidatos por eleitores que consideram custoso votar, esses autores concluem que é mais provável que os agentes causem externalidades positivas ao votarem, em contraposição a Börgers (2004), que obteve apenas externalidades negativas decorrentes do voto. Por essa razão, aqueles autores sugerem que o voto deveria ser subsidiado e encorajado, enquanto os não-votantes deveriam até sofrer tributação.

Numa abordagem diferente da anteriormente mencionada, o que se pretende neste capítulo é analisar a influência que apenas uma parcela da sociedade tem sobre a escolha das políticas públicas considerando em conjunto o *lobby* pré-eleitoral. Modela-se uma situação em

¹ Bem após a concessão desse direito às mulheres em países como a Alemanha (1918), a Suécia (1919) e os Estados Unidos (1920). Sobre o tema ver <http://www.ipas.org.br/resumo.html> e <http://www.ipu.org/wmn-e/suffrage.htm>.

que uma parcela da população não vota ou por falta de acesso ou por avaliar que o custo de oportunidade é muito alto, sem, no entanto, explicitar esses fatores para focar a análise apenas no *lobby* pré-eleitoral e o efeito que ele pode acrescentar ao estudo do tema.

Da modelagem desenvolvida, identifica-se que, além do viés em favor das classes organizadas em *lobby*, já indicado no Capítulo 1, outro viés é estabelecido na direção das preferências das classes mais votantes. Isso pode representar, ao final, uma conjunção extremamente desfavorável à maioria da população quando os dois efeitos se somam, desviando bastante a plataforma a ser anunciada pelos políticos do que seria o ótimo social.

Nesse contexto, além da definição das políticas, também se compara o bem-estar social quando os agentes votam por obrigação legal com aquele que se verifica quando o voto é facultado à sociedade, a fim de se identificar se a obrigatoriedade, do ponto de vista do *lobby* pré-eleitoral, pode ser ótima e em que circunstâncias isso ocorreria. Considerando que a renda de uma classe social é mais representativa na definição da plataforma se ela for organizada em grupo de interesse e/ou quanto maior for a respectiva proporção de eleitores votantes, a partir da modelagem desse capítulo é possível concluir que é socialmente melhor tornar o voto obrigatório quando as classes sociais não-organizadas são também menos votantes, pois com isso se consegue compensar o viés relativo ao *lobby* com o viés relativo às classes votantes não-organizadas.

Também o financiamento público de campanha eleitorais, na forma estabelecida no Capítulo 1, é analisado para se identificar a influência dessa forma de financiamento sobre políticas quando apenas uma parcela da população vota. Mais uma vez, esse financiamento não afeta a definição da política e, mesmo que as autoridades eleitorais consigam efetivamente proibir as contribuições privadas, o viés em favor das classes sociais mais votantes não pode ser evitado.

Esse capítulo está então dividido em mais três seções. A Seção 2.2. trata da diferenciação da sociedade em termos de homogeneidade e a influência disso na definição das plataformas políticas. A Seção 2.3. se dedica ao estudo da política a ser anunciada pelos partidos nas campanhas eleitorais quando uma parcela da população não vota, analisando-se a obrigatoriedade do voto sob o ponto de vista do bem-estar social. Por fim, na Seção 2.4. são apresentadas as principais conclusões relativas às extensões apresentadas neste capítulo.

2.2. Diferenciação das classes pela homogeneidade

Passa-se, então, a considerar que os agentes de cada uma das três classes sociais respondem de forma diferente às plataformas políticas anunciadas, definindo um fator característico da homogeneidade para cada classe, ϕ^J . As demais hipóteses do modelo básico apresentado no Capítulo 1 são mantidas.

Dessa forma, a partir de (1.1) e (1.2), cada classe possui uma definição específica de eleitor indiferente entre os partidos, dada por (1.3), a seguir reproduzida:

$$\sigma^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B) - \tilde{\delta} \quad (1.3)$$

Calculando-se a área da distribuição de σ^{iJ} entre σ^J e o limite inferior do intervalo de distribuição daquela variável $(-\frac{1}{2\phi^J})$ para cada uma das classes, é possível apurar o quantitativo de eleitores que votam pelo partido A, dado por:

$$\pi^A = \sum_J \text{prob}[\sigma^{iJ} \leq \sigma^J] = \sum_J \alpha^J \left[\sigma^J + \frac{1}{2\phi^J} \right] \phi^J \quad (2.1)$$

Assim, a probabilidade de A obter a maioria dos assentos é dada por:

$$p_A = \text{prob}[\pi^A > 1/2] = \text{prob} \left[\tilde{\delta} \leq \frac{\sum_J \alpha^J \phi^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] + h \sum_J \alpha^J \phi^J (1 - O^J)(C_A - C_B)}{\sum_J \alpha^J \phi^J} \right]$$

Chamando $\hat{W}(g_A) = \sum_J \alpha^J \phi^J W^J(g_A)$, $\hat{W}(g_B) = \sum_J \alpha^J \phi^J W^J(g_B)$, $\hat{\phi} = \sum_J \alpha^J \phi^J$ e

$\hat{\alpha} = \sum_J \alpha^J \phi^J (1 - O^J)$, tem-se que:

$$\hat{p}_A = \frac{1}{2} + \frac{\psi}{\hat{\phi}} [\hat{W}(g_A) - \hat{W}(g_B) + h\hat{\alpha}(C_A - C_B)] \quad (2.2)$$

$$\hat{p}_B = \frac{1}{2} - \frac{\psi}{\hat{\phi}} [\hat{W}(g_A) - \hat{W}(g_B) + h\hat{\alpha}(C_A - C_B)] \quad (2.3)$$

Da mesma forma que no Capítulo 1, obtém-se a plataforma que é anunciada pelos partidos caso não sejam distribuídas quaisquer contribuições de campanha eleitoral. Tal plataforma é obtida fazendo-se $C_A = C_B = 0$ ² e maximizando-se as expressões (2.2) e (2.3).

Verifica-se que tais plataformas são convergentes e dadas por:

² Considerar contribuições nulas representa inexistirem recursos públicos destinados a campanhas eleitorais, bem como grupos organizados em *lobby* interessados em contribuir para as campanhas eleitorais em troca de favorecimento.

$$\hat{g}^* = (H')^{-1} \left(\frac{\hat{y}^*}{y} \right) \quad (2.4)$$

em que $\hat{y}^* = \frac{\sum_J \alpha^J \phi^J y^J}{\hat{\phi}} = \frac{\sum_J \alpha^J \phi^J y^J}{\sum_J \alpha^J \phi^J}$.

Identifica-se que, a despeito de não haver contribuição de campanha eleitoral, há um viés em favor de classes sociais mais homogêneas, tornando a plataforma anunciada diferente da socialmente ótima, g^* , obtida no Capítulo 1 (ver expressão (1.7)). Isso porque, uma classe social com maior ϕ^J tem a sua renda considerada com maior peso na definição de \hat{y}^* . Caso a classe mais homogênea seja a composta por eleitores ricos, o que é perfeitamente plausível, considerando esperar-se que essa classe seja menor e apresente preferências mais próximas umas das outras, um maior fator ϕ^J associado a uma maior renda y^J torna a plataforma \hat{g}^* menor e, portanto, mais favorável à classe rica.

Pela distribuição uniforme da ideologia individual dos agentes, σ^{ij} , esse viés representa, geometricamente, que uma classe social mais homogênea gera uma maior quantidade de votos se um partido decide anunciar uma plataforma que favoreça essa classe. Para ilustrar esse viés, analisa-se um exemplo em que a classe de ricos é bem mais homogênea que a classe de pobres, para se fazer a comparação entre os eleitores indiferentes das classes de ricos e de pobres, representados pela a realização da variável σ^{ij} para $J = R, P$, σ^R e σ^P (Gráfico 2.1).

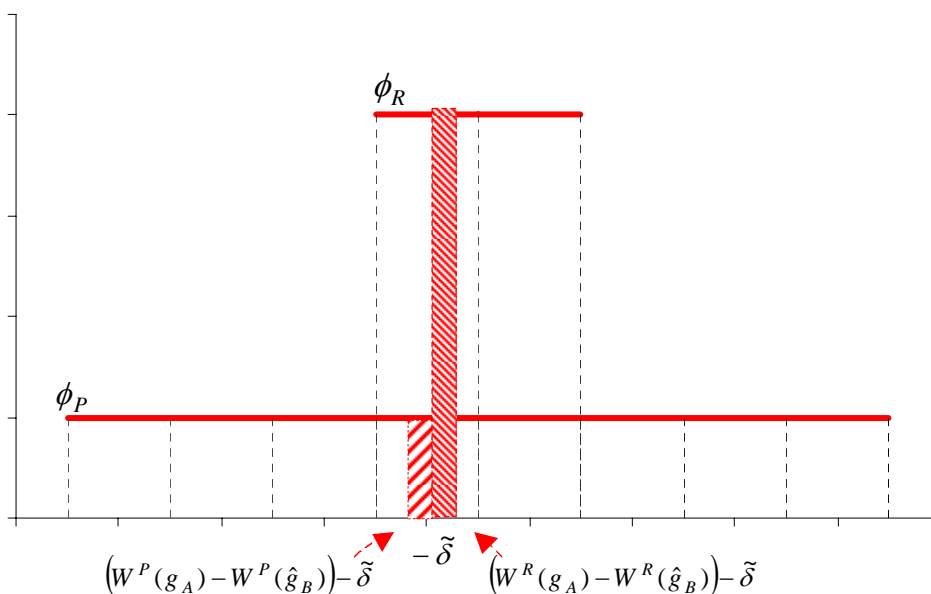


Gráfico 2.1 – Representação do eleitor indiferente das classes de pobres e de ricos

Na ausência de contribuições e havendo convergência de plataformas, os eleitores indiferentes (obtidos pela expressão (1.3)) coincidem entre as duas classes: $\sigma^P = \sigma^R = -\tilde{\delta}$.

Supondo que o partido *A* desvie sua plataforma em favor da classe *R*, há um aumento de votos dos eleitores dessa classe, uma vez que $W^R(g_A) > W^R(\hat{g}_B^*)$ e o eleitor indiferente na classe *R* é dado por $\sigma^R = W^R(g_A) - W^R(\hat{g}_B^*) - \tilde{\delta} > -\tilde{\delta}$. Em sentido contrário, há uma diminuição de votos por parte da classe de pobres, pois $W^P(g_A) < W^P(\hat{g}_B^*)$ e $\sigma^P = W^P(g_A) - W^P(\hat{g}_B^*) - \tilde{\delta} < -\tilde{\delta}$.

Como a classe *R* é muito mais homogênea que a classe *P*, $\phi^R \gg \phi^P$, a contagem de votos para o partido *A*, conforme a equação (2.1), compensa o desvio em favor de *R*. O partido *A* obtém um maior quantitativo de votos a favor, advindos da classe *R* com um elevado ϕ^R , do que de votos contra, relativos à classe *P* com um menor ϕ^P , como está ilustrado nas hachuras do Gráfico 2.1, respectivamente, pela direita e pela esquerda.

Na contagem de votos, há também o efeito da proporção das classes α^J (ver equação (2.1)). A vantagem de desviar em direção à classe *R* ocorre no caso de a classe de pobres não ser muito numerosa, porque, para um $\alpha^P \gg \alpha^R$, a proporção poderia dominar o efeito da homogeneidade, ambos considerados em (2.1). Assim, o descontentamento da classe de pobres como um todo poderia ser tão elevado que acabaria desencorajando o desvio em favor de *R*.

No entanto, para proporções de classes sociais α^J não muito diferentes, espera-se que, havendo uma grande diferença de homogeneidade, ϕ^J , esse último fator domine fazendo com que um partido desvie em favor da classe mais homogênea. Avaliando como ótima essa estratégia, o outro partido copia esse padrão até que, em equilíbrio, as plataformas anunciadas por ambos os partidos convirjam de forma a viesar o resultado em favor da classe social mais homogênea.

A possibilidade de haver contribuição de campanha, tanto privada quanto pública, pode afetar a escolha das plataformas. Dessa forma, passa-se a analisar a plataforma a ser anunciada pelos partidos quando as classes sociais são diferentes em termos de homogeneidade e há contribuição de campanha eleitoral.

A partir da mesma metodologia apresentada no Capítulo 1, definem-se inicialmente as contribuições privadas que os grupos organizados estariam dispostos a fazer. Para tanto, soluciona-se o problema do grupo organizado J , dado por:

$$\begin{aligned} & \underset{C_A^J, C_B^J}{\text{Max}} \quad \hat{p}_A W^J(g_A) + (1 - \hat{p}_A) W^J(g_B) - \frac{1}{2} (C_A^J + C_B^J)^2 \\ & \text{s.a.} \quad \begin{cases} C_A^J \geq 0 \\ C_B^J \geq 0 \end{cases} \end{aligned}$$

em que \hat{p}_A é dada pela expressão (2.2).

A solução do problema anterior leva à seguinte contribuição privada de um grupo organizado J :

$$\begin{aligned} \hat{C}_A^J &= \max \left\{ 0, \frac{\lambda \psi h \hat{\alpha}}{\hat{\phi}} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \right\} \\ \hat{C}_B^J &= \max \left\{ 0, \frac{\lambda \psi h \hat{\alpha}}{\hat{\phi}} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_B) - W^J(g_A)] \right\} \end{aligned}$$

Dessa forma:

$$\hat{C}_A^J - \hat{C}_B^J = \frac{\lambda \psi h \hat{\alpha}}{\hat{\phi}} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \quad (2.5)$$

Considerando que os partidos contam também com a contribuição pública, de forma que $\hat{C}_P = \beta_P c + \lambda \sum_J O^J \alpha^J \hat{C}_P^J$, para $P = A, B$, obtém-se, ao final, a seguinte equação:

$$\hat{C}_A - \hat{C}_B = \frac{\lambda^2 \psi h \hat{\alpha}}{\hat{\phi}} \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(g_A) - W^J(g_B)] + (\beta_A - \beta_B) c \quad (2.6)$$

A partir daí, os partidos maximizam as respectivas probabilidades de obterem a maioria dos votos no Legislativo. Para o partido A o problema se resume a:

$$\underset{g_A}{\text{Max}} \quad \hat{p}_A(g_A, g_B) = \frac{1}{2} + \frac{\psi}{\hat{\phi}} \left\{ \hat{W}(g_A) - \hat{W}(g_B) + \frac{\psi (\lambda h \hat{\alpha})^2}{\hat{\phi}} \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(g_A) - W^J(g_B)] + h \hat{\alpha} c (\beta_A - \beta_B) \right\}$$

$$\text{s.a.} \quad 0 \leq g_A \leq y - c$$

Assim, a escolha ótima do partido A será:

$$\hat{g}^L = (H')^{-1} \left(\frac{\hat{y}^L}{y} \right) \quad (2.7)$$

$$\text{em que } \hat{y}^L = \frac{\sum_J \alpha^J (\phi^J + \frac{\psi}{\hat{\phi}} (\lambda h \hat{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (\phi^J + \frac{\psi}{\hat{\phi}} (\lambda h \hat{\alpha})^2 O^J \alpha^J)} .$$

Como no Capítulo 1, os partidos terminam anunciando a mesma plataforma \hat{g}^L . Essa plataforma continua viesada em relação às classes mais homogêneas, mas, além disso, ela contém também um viés em favor das classes que se organizam em grupos de interesse ($O^J=1$), como já se verifica quando não se diferenciam as classes sociais em termos de homogeneidade (ϕ^J).

Por haver convergência de plataformas entre os partidos, os grupos organizados decidem não contribuir privadamente para as campanhas eleitorais. Assim, os partidos contam apenas com a contribuição pública, distribuída de acordo com as respectivas proporções no Legislativo. Ao se considerar esse mecanismo de distribuição do recurso público, verifica-se que, embora o viés estabelecido em favor das classes mais homogêneas não se afete³, as chances de o partido mais representativo no Legislativo obter a maioria dos votos se ampliam, como se depreende das expressões (2.2) e (2.3).

O efeito do financiamento público sobre as chances de um partido obter a maioria dos votos para o Legislativo também pode ser percebido na definição do eleitor indiferente das classes sociais. Retoma-se a equação (1.3), já considerando que as plataformas são convergentes, obtendo-se:

$$\sigma^J = h(1 - O^J)(\hat{C}_A - \hat{C}_B) - \tilde{\delta} = hc(1 - O^J)(\beta_A - \beta_B) - \tilde{\delta}$$

Supõe-se, por exemplo, que o partido A é o mais representativo no Legislativo ($\beta_A > \beta_B$), e a classe rica é a mais homogênea das classes ($\phi^R > \phi^J$, para $J \neq R$), sendo também a única organizada ($O^J=1$ para $J=R$). Sob essas condições, $\sigma^P > \sigma^R$ e $\sigma^M > \sigma^R$, uma vez que a influência dos gastos de campanha afeta os eleitores indiferentes das classes não-organizadas (ver expressão anterior). Dada essa influência, a contagem de votos nas classes P e M aumenta, de forma que o partido A pode ficar mais à vontade para viesar seu anúncio em favor de R e, com isso, ganhar mais votos também na classe organizada.

Por outro lado, supõe-se o partido B é o mais representativo no Legislativo ($\beta_B > \beta_A$), com a classe rica mais homogênea ($\phi^R > \phi^J$, para $J \neq R$) e também a única organizada ($O^J=1$

³ Uma vez que a plataforma anunciada (ver expressão (2.7)) não considera a contribuição pública.

para $J = R$). Os eleitores indiferentes das classes sociais não-organizadas são tais que $\sigma^P < \sigma^R$ e $\sigma^M < \sigma^R$, enquanto σ^R se mantém igual a $-\tilde{\delta}$, o que representa uma diminuição imediata dos eleitores que votam pelo partido A , independentemente do viés do anúncio desse partido em favor da classe mais homogênea. Tal situação permite ao partido B uma boa folga para viesar seu anúncio em favor da classe mais homogênea, mas também leva o partido A a viesar sua plataforma em favor dessa classe, uma vez que esse passa a ser o último recurso de ampliar as suas chances de obter a maioria dos assentos.

Há que se ressaltar que essa situação pode se estabelecer inclusive se a classe rica não for organizada. Nesse caso, com $\sigma^J > -\tilde{\delta}$ para $J = R, M, P$ e $\sigma^R = \sigma^M = \sigma^P$, os partidos ainda continuam a ter espaço para favorecer a classe mais homogênea, ganhando votos de forma a compensar os perdidos nas outras classes e caracterizando uma situação similar àquela em que inexistem quaisquer contribuições de campanha. Assim, como já foi apresentado anteriormente, o viés em favor de classes homogêneas pode ocorrer independentemente da existência de *lobby* e, ao contrário do que poderiam esperar seus defensores, o financiamento público distribuído na proporção dos partidos no Legislativo não evita esse viés, aumentando, por outro lado, as chances de sucesso do partido mais bem representado.

2.3. Parcela de eleitores não-votantes

Nesta seção, considera-se que uma parcela da população de eleitores, em quaisquer das três classes sociais, pode não votar, embora pague imposto. Postula-se também que essa parcela da população é indiferente às plataformas anunciadas e, por isso, não se interessa em contribuir para as campanhas eleitorais⁴.

Retoma-se a hipótese de que as classes possuem o mesmo fator ϕ^J , para com isso torná-las igualmente atrativas aos partidos em termos de homogeneidade, além de não se misturarem os efeitos da homogeneidade com o que se observa a partir da consideração de que uma parcela dos eleitores não vota.

Com isso, o espaço unidimensional contínuo de massa unitária em que estão os eleitores, $\Omega = [0,1]$, passa a ser dividido da seguinte forma:

$$\sum_J (\varepsilon^J + \alpha'^J) = \varepsilon + \alpha' = 1$$

⁴ Agradece-se ao professor André Rossi por apontar essa possibilidade.

em que ε representa a parcela não-votante da população, seja por opção, seja por aspectos restritivos ao voto, e α' é a parcela votante da sociedade.

A renda média do eleitorado é, então, dada por:

$$\sum_J (\varepsilon^J + \alpha'^J) y^J = y$$

Assim, a restrição orçamentária do governo é:

$$\tau \sum_J (\varepsilon^J + \alpha'^J) y^J = \tau y = g + c$$

Mantêm-se inalteradas a expressão do componente pragmático da utilidade dos eleitores e a hipótese de que as variáveis aleatórias relativas à ideologia do eleitorado se distribuem uniformemente nos intervalos definidos no Capítulo 1 (ver expressões (1.1) a (1.3)). Modifica-se, no entanto, o quantitativo de eleitores que votam pelo partido A, que passa a ser dado por:

$$\pi^A = \sum_J \text{prob}[\sigma^{iJ} \leq \sigma^J] = \sum_J \alpha'^J \left[\sigma^J + \frac{1}{2\phi} \right] \phi \quad (2.8)$$

Assim, a probabilidade de A obter a maioria dos assentos é dada por:

$$p_A = \text{prob}[\pi^A > \frac{1}{2}] = \text{prob} \left[\tilde{\delta} \leq \frac{1}{\sum_J \alpha'^J} \left[\sum_J \alpha'^J (W(g_A) - W(g_B)) + h \sum_J \alpha'^J (1 - O^J)(C_A - C_B) - \frac{1}{2\phi} \right] + \frac{1}{2\phi} \right]$$

Fazendo-se $\bar{W}(g_A) = \sum_J \alpha'^J W^J(g_A)$ e $\bar{W}(g_B) = \sum_J \alpha'^J W^J(g_B)$, estima-se a

probabilidade de o partido A obter a maioria dos assentos no Legislativo, dada por:

$$\bar{p}_A = \frac{1}{2} + \frac{\psi}{2\phi} - \frac{\psi}{2\phi \sum_J \alpha'^J} + \frac{\psi}{\sum_J \alpha'^J} \left[\bar{W}(g_A) - \bar{W}(g_B) + h \bar{\alpha}'(C_A - C_B) \right] \quad (2.9)$$

em que $\bar{\alpha}' = \sum_J \alpha'^J (1 - O^J)$ representa a parcela da população votante que se influencia pela campanha eleitoral desenvolvida pelos partidos.

Dessa forma, a probabilidade de o partido B obter a maioria dos assentos é dada por:

$$\bar{p}_B = \frac{1}{2} - \frac{\psi}{2\phi} + \frac{\psi}{2\phi \sum_J \alpha'^J} - \frac{\psi}{\sum_J \alpha'^J} \left[\bar{W}(g_A) - \bar{W}(g_B) + h \bar{\alpha}'(C_A - C_B) \right] \quad (2.10)$$

Inicialmente, analisam-se as plataformas anunciadas pelos partidos na ausência de contribuição de campanha ($\bar{C}_A = \bar{C}_B = 0$). Os partidos, ao maximizarem as funções de probabilidade de obtenção da maioria dos assentos no Legislativo, novamente convergem para uma mesma plataforma, nesse caso, dada por:

$$\bar{g}^* = (H')^{-1} \begin{pmatrix} \bar{y}^* \\ y \end{pmatrix}$$

em que $\bar{y}^* = \frac{\sum_J \alpha'^J y^J}{\sum_J \alpha'^J} = \frac{\sum_J \alpha'^J y^J}{\alpha'}$ e representa uma combinação linear convexa das rendas das parcelas votantes nas três classes sociais.

Essa plataforma \bar{g}^* pode ser maior ou menor que a política socialmente ótima obtida quando todos os eleitores são votantes g^* (expressão (1.7) do Capítulo 1). No caso bastante particular de haver coincidência no percentual relativo aos eleitores votantes em cada uma das classes, indicando igualdade de condições entre elas, a plataforma \bar{g}^* se iguala à socialmente ótima g^* . Isso porque, dado que δ é a proporção votante em cada uma das classes sociais de tamanho α^J , tal que $\alpha'^J = \delta \alpha^J$, tem-se:

$$\bar{y}^* = \frac{\sum_J \delta \alpha^J y^J}{\sum_J \delta \alpha^J} = \frac{\sum_J \alpha^J y^J}{\sum_J \alpha^J} = \sum_J \alpha^J y^J = y$$

No entanto, em geral, quanto maior a parcela da população votante de uma dada classe J , mais a renda dessa classe (y^J) é considerada na definição de \bar{g}^* . Assim, se, por exemplo, somente a classe de ricos for votante, mesmo que não seja na sua totalidade, apenas a maior renda é considerada no cálculo de \bar{y}^* , de forma que \bar{g}^* é a menor possível e coincidente com a provisão que essa classe considera ideal, g_R^* . Por outro lado, se somente a classe de pobres votar, \bar{g}^* é a maior possível, coincidindo com g_P^* . Quaisquer outras combinações de parcelas votantes nas diferentes classes sociais correspondem a uma plataforma no intervalo $[g_R^*, g_P^*]$, valendo a regra de que, sem a influência de quaisquer contribuições de campanha, os partidos anunciam uma plataforma que leva em consideração apenas a renda das classes sociais que efetivamente votam.

Essa conclusão se alinha com o fato mencionado na introdução deste capítulo, relativo ao aumento dos gastos públicos ao longo dos anos. A evolução das sociedades democráticas se deu no sentido de se permitir a participação da maioria da população nos sufrágios, passando de uma situação em que apenas algumas classes mais ricas possuíam essa prerrogativa, para uma em que mais e mais a população como um todo participa do processo eleitoral. Isso promoveu a

redução da renda média dos eleitores votantes, retratada no modelo pela variável \bar{y}^* , gerando, em consequência, um aumento dos gastos do governo, inicialmente estabelecidos durante a campanha eleitoral, como se verifica pelo comportamento da variável \bar{g}^* .

Ao modelarem políticas redistributivas, Persson e Tabellini (2000) ressaltam a coincidência entre os resultados desse modelo e a relação empírica entre os gastos públicos e a renda do eleitor de classe média: quanto menor a renda desse eleitor em relação à renda do eleitor mediano, maiores os dispêndios redistributivos. Para ilustrar esse fato, aqueles autores apontam para a associação entre o aumento desse tipo de gasto em países democráticos e a ampliação do sufrágio aos eleitores pobres. Nesse sentido, então, a modelagem aqui desenvolvida complementa aquela relativa às políticas redistributivas de Persson e Tabellini (2000), evidenciando de forma direta a relação observada entre as políticas públicas e o sufrágio.

O viés em favor de classes mais votantes existe independentemente de as classes serem organizadas em *lobby* ou não. Assim, espera-se que as contribuições de campanha possam criar um outro viés associado a esse. Para se verificar isso, passa-se à definição da plataforma que é anunciada pelos partidos no caso de haver qualquer tipo de contribuição de campanha. Considera-se que apenas os grupos organizados e votantes podem fazer contribuições privadas e mantém-se o financiamento público na forma apresentada no Capítulo 1, de maneira que o recurso de que dispõem os partidos para financiarem as suas campanhas eleitorais é dado por:

$$C_P = \beta_P c + \lambda \sum_J O^J \alpha'^J C_P^J, \text{ para } P = A, B$$

A contribuição que tais grupos estão dispostos a fazer é obtida por meio da solução do seguinte problema de maximização:

$$\begin{aligned} & \underset{C_A^J, C_B^J}{Max} \quad \bar{p}_A W^J(g_A) + (1 - \bar{p}_A) W^J(g_B) - \frac{1}{2} (C_A^J + C_B^J)^2 \\ & \text{s.a.} \quad \begin{cases} C_A^J \geq 0 \\ C_B^J \geq 0 \end{cases} \end{aligned}$$

em que \bar{p}_A é dado pela expressão (2.9).

A solução do problema anterior leva à seguinte contribuição privada de um grupo organizado J :

$$\bar{C}_A^J = \max \left\{ 0, \frac{\lambda \psi h \bar{\alpha}'}{\alpha'} \sum_J O^J \alpha'^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \right\}$$

$$\bar{C}_B^J = \max\left\{0, \frac{\lambda \psi h \bar{\alpha}'}{\alpha'} \sum_J O^J \alpha'^J [W^J(g_B) - W^J(g_A)]\right\}$$

Dessa forma:

$$\bar{C}_A^J - \bar{C}_B^J = \frac{\lambda \psi h \bar{\alpha}'}{\alpha'} \sum_J O^J \alpha'^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \quad (2.11)$$

Obtém-se, ao final, a seguinte equação para:

$$\bar{C}_A - \bar{C}_B = \frac{\lambda^2 \psi h \bar{\alpha}'}{\alpha'} \sum_J O^J (\alpha'^J)^2 [W^J(g_A) - W^J(g_B)] + (\beta_A - \beta_B)c \quad (2.12)$$

A partir daí, os partidos maximizam as respectivas probabilidades de obterem a maioria dos votos no Legislativo. Para o partido A, o problema se resume a:

$$\text{Max}_{g_A} \bar{p}_A(g_A, g_B) = \frac{1}{2} + \frac{\psi}{2\phi} - \frac{\psi}{2\phi \sum_J \alpha'^J} + \frac{\psi}{\sum_J \alpha'^J} \left[\bar{W}(g_A) - \bar{W}(g_B) + h \bar{\alpha}' (\bar{C}_A - \bar{C}_B) \right]$$

$$\text{s.a. } 0 \leq g_A \leq y - c$$

Assim, a escolha ótima do partido A é:

$$\bar{g}^L = (H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} \right) \quad (2.13)$$

$$\text{em que } \bar{y}^L = \frac{\sum_J \alpha'^J \left(1 + \frac{\psi}{\alpha'} (\lambda h \bar{\alpha}')^2 O^J \alpha'^J\right) y^J}{\sum_J \alpha'^J \left(1 + \frac{\psi}{\alpha'} (\lambda h \bar{\alpha}')^2 O^J \alpha'^J\right)}$$

Da mesma forma que no Capítulo 1, os partidos terminam anunciando a mesma plataforma \bar{g}^L e, por essa razão, os grupos organizados não contribuem para as campanhas eleitorais dos partidos.

Nesse caso, no entanto, os partidos, além de viesarem as plataformas em favor das classes mais votantes, passam também a favorecer os grupos votantes que se organizam em grupos de interesse, independentemente de eles contribuírem ou não para as campanhas. Dessa forma, pode haver uma soma de efeitos, cujo resultado depende das características do eleitorado, tanto em termos da parcela votante, quanto em termos da capacidade de organização para atuar como grupo *lobbista*.

Se nenhuma classe se organiza ou todas as classes são organizadas em *lobby*, os partidos anunciam a plataforma \bar{g}^* , seja por inexistência de influência dos *lobbistas*, seja por ausência de eleitorado que se influencia por campanhas eleitorais. Tal resultado também se verifica se apenas uma classe, no todo ou em parte, vota, sendo ela também a única organizada,

pois, nessa circunstância, não há eleitores votantes e influenciáveis nas demais classes. Nesses casos, então, verifica-se apenas o viés em favor de classes votantes.

Supondo, no entanto, que todas as classes são no todo ou em parte votantes, o viés em favor das classes mais atuantes eleitoralmente será acrescido do viés em favor de grupos organizados. Se a classe de ricos, além de organizada, tiver também um percentual elevado de eleitores na classe, a renda dessa classe será mais considerada na definição da plataforma política, reduzindo o bem público a ser provisionado. A classe de pobres pode tentar contrapor esse efeito aumentando a quantidade de eleitores pobres votantes, de forma que a renda dessa classe seja mais efetiva na definição da plataforma. Assim, as diversas composições do eleitorado votante e potencialmente contribuinte podem levar a plataformas políticas diferentes da socialmente ótima definida no Capítulo 1, g^* (ver expressão (1.7)).

Espera-se haver sempre algum tipo de restrição ao voto nas sociedades democráticas, seja ela implícita, como a dificuldade de locomoção da população mais pobre para votar no dia das eleições, ou explícita, como a definição legal da idade mínima para votar. Tais restrições afetam diferentemente as classes sociais, gerando um efeito sobre a definição das plataformas políticas que pode se somar ao efeito do *lobby* pré-eleitoral ou se contrapor a ele. Isso aponta para a necessidade de se avaliar, sob o ponto de vista do bem-estar social, a questão da obrigatoriedade do voto.

Se, por exemplo, as classes de renda média e de pobres possuem menores percentuais de eleitores potencialmente votantes em comparação com o grupo organizado de ricos⁵, o voto voluntário se mostra mais interessante do ponto de vista social, uma vez que, em sendo o sufrágio obrigatório, ao viés relativo ao *lobby* da classe rica seria somado o viés da maior classe social votante, também de eleitores ricos. Por outro lado, se a classe de ricos for organizada, mas tiver um percentual de eleitores votantes menor se comparada a outras classes, a participação eleitoral em maior grau das classes de renda média e de pobres pode contrabalançar o viés em favor do grupo *lobbista*. Nessa situação, que se espera observar em países em desenvolvimento, o voto obrigatório pode representar uma melhoria do bem-estar social.

Essa regra, por seu turno, pode representar em algumas sociedades a alteração do *status quo* da composição do eleitorado, objetivando se passar de um cenário de restrições para outro em que a maioria da população tenha o direito de votar. Como a história tem mostrado, tal alteração resulta potencialmente de um processo conflituoso, na medida em que o poder político

⁵ Por possuírem maiores restrições de mobilidade ou até menos agentes com idade mínima para votar.

de ampliação do sufrágio também pode estar restrito à parcela da população que possui o direito de votar⁶.

Por fim, menciona-se o papel do financiamento público de campanha na definição da plataforma política quando apenas uma parcela da população vota. A distribuição do recurso público na proporção dos partidos no Legislativo continua não afetando o anúncio das plataformas. No entanto, diferentemente da análise apresentada no Capítulo 1, ao se considerar a possibilidade de se bloquearem totalmente as plataformas privadas ($\lambda=0$), ainda se verifica o viés em favor das classes votantes. Assim, o esforço das autoridades eleitorais em controlar contribuições privadas eventualmente ilegais mostra-se efetivo em termos da redução do efeito do *lobby*, mas é inócuo no sentido de impedir que a plataforma anunciada seja diferente da socialmente ótima.

A conjunção do financiamento público e de potenciais contribuições privadas continua gerando o pior resultado possível. Novamente se verificam desvios da política pública em favor de classes com maior percentual de votantes, bem como em favor de grupos organizados em *lobby*, reduzindo-se o recurso disponível ao eleitorado para o consumo como forma de viabilizar o financiamento público de campanhas eleitorais.

2.4. Conclusão

Neste capítulo, duas extensões ao modelo básico do Capítulo 1 foram apresentadas, ambas relativas a diferentes características do eleitorado. Essas características são tais que afetam diretamente o anúncio das plataformas pelos partidos durante as campanhas eleitorais.

Um primeiro fator analisado que interfere nas políticas anunciadas se refere à homogeneidade das classes sociais. Obteve-se uma relação direta entre essa homogeneidade e o favorecimento que os partidos prometem durante as campanhas eleitorais: quanto mais homogênea uma classe, mais viesada em favor dela será a plataforma anunciada. Esse resultado é bastante intuitivo, na medida em que os eleitores de uma classe mais homogênea podem responder a desvios dessa natureza de forma muito similar, tornando tal classe extremamente atrativa e fazendo com que a ação de viesar as plataformas em favor dela seja uma estratégia dominante para os partidos.

⁶ Como um exemplo desse tipo de conflito, menciona-se a luta dos negros e das mulheres pelo direito ao voto nos Estados Unidos (Conley e Temimi, 2001).

A diferenciação do eleitorado em votante e não-votante é o segundo fator determinante no anúncio das plataformas analisado neste capítulo. Essa distinção dos eleitores nas diferentes classes sociais em que está dividida a sociedade também leva à verificação de um viés em favor das classes mais votantes. Quanto maior a parcela de eleitores votantes de uma classe, mais os partidos tendem a anunciar plataformas favoráveis a essa classe, o que, em verdade, traduz-se na tentativa dos partidos de maximizarem suas chances de serem maioria no Congresso.

O que torna essas duas análises interessantes é a interação dos respectivos efeitos com aquele relativo ao *lobby* pré-eleitoral. Ambas as considerações têm efeitos que podem ou não se somar ao efeito promovido pelo *lobby*. Classes organizadas em grupos de interesse, sejam elas mais homogêneas ou mais atuantes em termos eleitorais, são duplamente favorecidas pelos partidos, vez que, nessas circunstâncias, os vieses relativos a cada um dos efeitos terminam se somando.

Nesse cenário, o financiamento público das campanhas eleitorais não tem qualquer influência. A forma de distribuição dos recursos para o financiamento público das campanhas eleitorais não afeta o anúncio das plataformas, sendo, portanto, irrelevante no momento de definição das políticas públicas.

O único fator vinculado à proposta de financiamento exclusivamente público das campanhas eleitorais que pode minimizar o viés em favor de grupos específicos é o controle das autoridades eleitorais de contribuições privadas eventualmente consideradas ilegais. No entanto, tal controle afeta apenas o viés em favor de grupos de interesse decorrente da ação *lobbista*, em nada interferindo no viés decorrente da homogeneidade das classes sociais ou do grau de participação dos agentes nas eleições. Dessa forma, tais resultados demonstram que a proposta de financiamento público das campanhas eleitorais não impede o favorecimento de classes específicas, mostrando-se ser, sob o ponto de vista do bem-estar social, um gasto público desnecessário.

Não se podem sugerir políticas que regulem a homogeneidade das classes sociais, visto ser essa uma característica inerente às classes em que está dividida a sociedade. Porém, quanto ao viés relativo às classes mais votantes, o estabelecimento da obrigatoriedade ou não do voto pode indiretamente afetar as plataformas anunciadas e promover uma melhoria do bem-estar social. Como se apresenta na Seção 2.3., o principal objetivo desse tipo de regulação seria tentar anular um viés com o outro, ou seja, caso se identifique que a classe social organizada em grupo de interesse possui um pequeno percentual de eleitores potencialmente votantes, o voto obrigatório permitiria que um efeito se sobrepusesse ao outro. Caso contrário, o voto voluntário

seria mais adequado, como forma de minimizar a chance de que o viés decorrente do *lobby* venha a ser reforçado pelo viés relativo à maior participação eleitoral dos agentes da classe organizada.

Essa é a principal contribuição da alteração introduzida na modelagem básica no tocante aos eleitores não-votantes. A associação da parcela não-votante ao *lobby* pré-eleitoral gera uma indicação normativa diferente daquelas já abordadas em outros estudos acadêmicos sobre o tema e já mencionadas na introdução deste capítulo.

Parte-se, na seqüência, para o estudo da probabilidade de os partidos obterem a maioria dos assentos no Legislativo. Essa é uma outra análise decorrente do modelo básico apresentado no Capítulo 1 e permite avaliar a competição eleitoral, ao se examinar a evolução daquela probabilidade no longo prazo, dados o *lobby* pré-eleitoral e o financiamento público de campanha nos moldes considerados nesta tese.

Capítulo 3 - Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre a representação partidária no Legislativo

3.1. Introdução

Uma das preocupações dos parlamentares brasileiros acerca da lei de financiamento de campanha eleitoral concentra-se na igualdade de condições entre partidos numa disputa. Há senadores que defendem o financiamento público exclusivo como uma forma de homogeneizar gastos e com isso tornar as eleições mais igualitárias. No entanto, dentre os defensores da proposta de lei do Senado Federal, não existe um consenso quanto ao critério proposto de repartição dessa contribuição, pois alguns parlamentares argumentam que o financiamento exclusivamente público será um fator de desigualdade¹, na medida em que partidos mais bem representados na Casa Legislativa receberiam mais recursos, sem que se possibilitasse aos partidos menores a compensação por meio de doações privadas.

Essa preocupação com a influência do financiamento público sobre as chances de os candidatos vencerem as eleições foi também alvo de estudo de Baron (1994). Nesse importante trabalho, Baron introduz o financiamento público a partir da distribuição igualitária de recursos públicos entre os candidatos, obtendo uma competição eleitoral também mais igualitária. Entretanto, pode-se argumentar que o mecanismo desenhado por Baron é dificilmente implementável na prática, vez que ele sugere que uma mesma quantidade de recurso público deve ser distribuída a pequenos e grandes partidos, independentemente da importância deles.

Como também já abordado no Capítulo 1, Roemer (2003) analisou duas outras instituições de financiamento público de campanhas eleitorais, uma em que os eleitores destinam um montante *per capita* aos candidatos preferidos, e outra em que o financiamento público é estabelecido de forma a se igualar às contribuições privadas. No entanto, a análise nesse trabalho focaliza os assuntos já tratados no Capítulo 1, relativos à definição das políticas dadas ambas as instituições para se estabelecer o viés decorrente da ação *lobbista*, sem enfatizar, portanto, a competitividade entre os candidatos.

Diferentemente dos artigos antes citados, este capítulo se dedica ao estudo do mecanismo de distribuição de recursos que tem por base a proporção dos partidos no Legislativo, enfocando a análise da competição eleitoral. Essa competição é estudada por meio da

¹ Ver Diário do Senado Federal de 26/04/2001, pág. 7230: “Parece-me um pouco injusto que o dinheiro seja distribuído na proporção da representação de cada partido no Congresso Nacional. Ora, partidos como o PMDB ou o PFL teriam uma quantidade de dinheiro infinitamente maior do que o PT, o PSDB ou o PDT. Haveria um nível de desigualdade muito grande.” Senador Ademir Andrade.

probabilidade de os partidos obterem a maioria dos votos, que, por sua vez, é traduzida na proporção partidária de longo prazo do Legislativo². Portanto, passa-se a estimar a representação dos partidos no Legislativo como uma medida (*ex post*) do nível (*ex ante*) de competição eleitoral.

Nesse sentido, retoma-se o jogo e o modelo básico apresentados no Capítulo 1. Como as probabilidades de os partidos obterem a maioria dos votos nas eleições (expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1) são também função da contribuição pública *per capita* c , essa contribuição, em termos estáticos, afeta diretamente as chances dos partidos na disputa. No entanto, ao longo do tempo, a representatividade dos partidos no Congresso também é afetada, o que motiva uma análise dinâmica no tocante àquelas chances.

Para tanto, propõe-se um jogo dinâmico que consiste de repetições infinitas do jogo estático estabelecido no Capítulo 1 entre partidos, grupos de interesse e eleitores. Iniciando no fim do período $t=0$, os partidos anunciam suas plataformas e recebem seus fundos de campanha (privado e/ou público), os eleitores, organizados ou não, fazem suas escolhas em uma eleição proporcional e, em $t=1$, o Legislativo é formado. Assim, a representação de cada um dos partidos no Legislativo em $t=1$ é a proporção de votos recebidos pelos partidos no fim do período $t=0$. A mesma situação estratégica se repete ao final dos períodos $t=1, 2$ etc.

Nesse contexto o voto acaba tendo dois efeitos. Primeiramente, por meio dele, que se supõe ainda como sincero, define-se qual será o partido majoritário (e que estabelece a política a ser implantada pelo governo), como já vem sendo apresentado no trabalho. O outro efeito importante é a definição exata da proporção dos partidos na Casa Legislativa a cada período eleitoral, estimando-se a composição legislativa no longo prazo.

Essa análise dinâmica da composição do Legislativo revela um aspecto importante do mecanismo de financiamento baseado na proporção dos partidos. Caso ele seja inexistente ou suficientemente baixo, não se verifica efeito de longo prazo que afete negativamente a competição eleitoral. No entanto, sendo a contribuição pública *per capita* muito elevada, o partido majoritário no início do jogo se perpetua no longo prazo, eliminando por completo a competição eleitoral e indicando uma falha importante do mecanismo proposto.

Menciona-se que esse enfoque de longo prazo se diferencia de outros estudos já realizados nessa área. As análises desenvolvidas por estudiosos da competição eleitoral, como Alesina e Rosenthal (1996), Bugarin (1999) e Bugarin (2003), analisam formalmente a

² Destaca-se, novamente, que o foco dessa análise é a composição da Câmara dos Deputados.

competição eleitoral a partir da definição de jogos em apenas dois diferentes estágios. Esse é, então, um dos principais diferenciais do estudo desenvolvido neste Capítulo, uma vez que se considera a repetição infinita do jogo entre partidos, grupos de interesse e eleitores.

No entanto, como se adota no jogo base a hipótese de que o partido majoritário vai implementar a proposta anunciada durante a campanha eleitoral, parte-se para verificar a robustez dessa suposição. Alterando-se o jogo base para permitir que ao final de cada período o partido majoritário escolha a plataforma a implementar durante a sua gestão, avalia-se o equilíbrio do jogo repetido quando essa hipótese de comprometimento é relaxada, procurando estabelecer estratégias críveis que garantam ser ótimo para os partidos manter as promessas de campanha.

Obtém-se o resultado esperado ao se estabelecer que os eleitores e grupos de interesse confiam nos partidos até que haja algum desvio entre o que foi prometido durante a campanha eleitoral e o que foi efetivamente implementado. Os partidos, estimando a utilidade de longo prazo quando cumprem e quando descumprem as promessas, concluem ser ótimo implementar o que prometeram, validando a análise de longo prazo baseada na repetição infinita do jogo-base apresentado no Capítulo 1.

Para apresentar todos os resultados acima mencionados, esse capítulo foi dividido em mais quatro seções. A primeira se dedica a apresentar uma proposição que estabelece uma relação entre as probabilidades de os partidos obterem a maioria dos votos e a respectiva representação no Legislativo. As segunda e terceira seções mostram os efeitos de longo prazo dos financiamentos privado e público, respectivamente. A quarta seção apresenta a análise do jogo repetido quando a hipótese de comprometimento dos partidos é relaxada. E, por fim, as principais conclusões são resumidas na última seção.

3.2. Representação partidária no Legislativo

Proposição:

Seja um sistema de eleição proporcional, no qual a representação de cada partido na Casa Legislativa corresponde ao percentual de votos recebidos numa eleição geral com um único distrito eleitoral. Suponha que o partido P ($P = A, B$) propõe a política g_P e coleta o montante C_P em termos de contribuições públicas e/ou privadas. Então, a proporção esperada de parlamentares eleitos pelo partido A , $E[\beta_A]$, corresponde à probabilidade p_A de esse partido

obter a maioria dos votos nas eleições somada a um fator que considera os aspectos estocásticos de preferência social e individual, conforme a expressão a seguir:

$$E[\beta_A] = p_A + \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right) \kappa$$

em que $\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \kappa^J$ e $\kappa^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B)$.

A prova dessa proposição encontra-se no Apêndice. Por simetria, observa-se um resultado análogo para o partido *B*.

É importante ressaltar que a literatura acerca de eleições tem mostrado resultados similares ao apresentado na proposição acima. Numa modelagem de um número finito de eleitores, Hinich (1977) mostra que maximizar o número esperado de votos é aproximadamente equivalente a maximizar a probabilidade de vencer as eleições se o número de eleitores for suficientemente grande. Austen-Smith (1987) usa essa aproximação. Observa-se que, neste trabalho, o número de eleitores é infinito, de forma que essa equivalência existe.

Para prosseguir a análise, retoma-se a seguir o jogo estabelecido no Capítulo 1, que representa o jogo-base em análise neste capítulo.

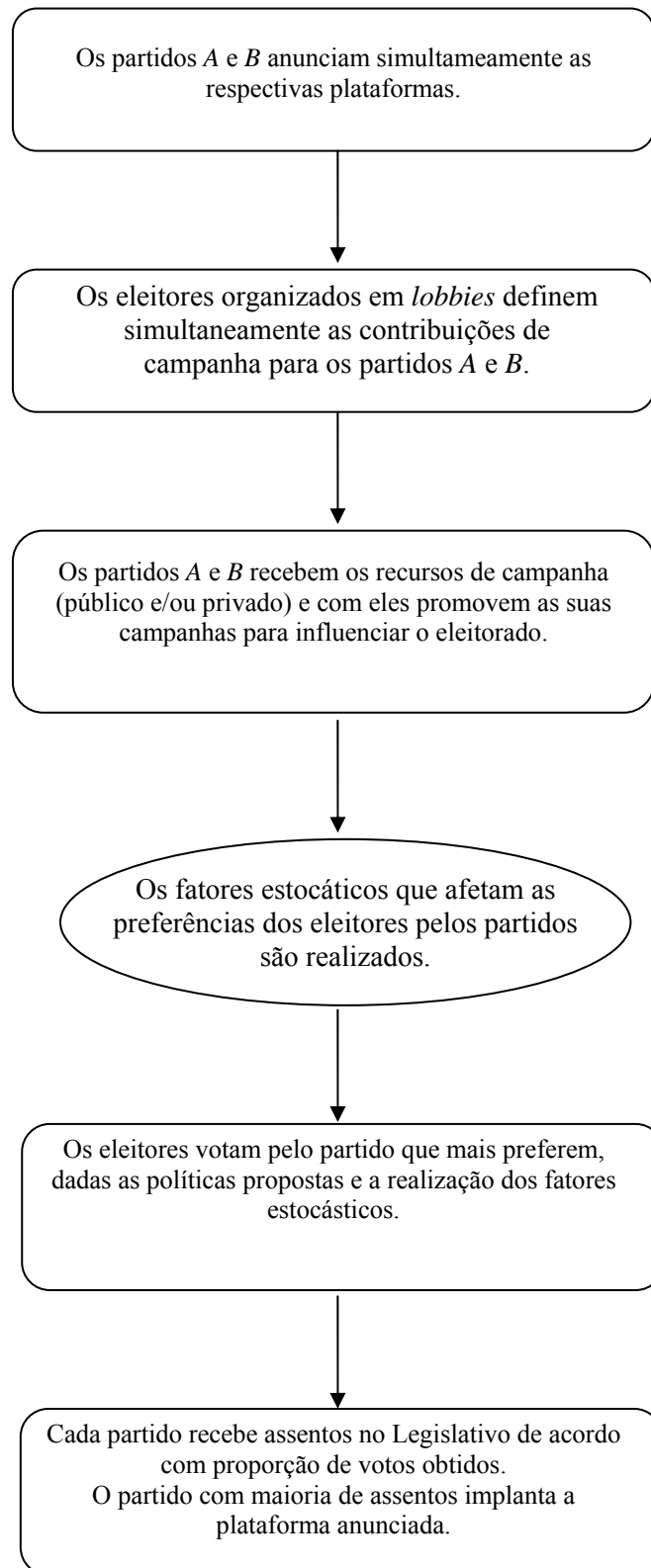


Figura 3.1: Visão geral do jogo entre partidos, *lobbistas* e eleitores.

Este capítulo considera, portanto, a repetição infinita desse jogo base. Para simplificar a notação, no que se segue identifica-se β_A com o seu valor esperado $E[\beta_A]$ e se utiliza o super-índice $t = 0, 1, \dots$, como correspondente aos períodos eleitorais. O jogo se inicia no final do período $t=0$, quando a representação do partido na Câmara é β_A^0 . As eleições ocorrem e no período $t=1$ a representação do partido A é dada por β_A^1 , e assim por diante. Da mesma forma, para $t>1$, p_A^t denotará a probabilidade de o partido A obter a maioria dos votos nas eleições ocorridas no período $t-1$.

3.3. O efeito dinâmico do financiamento privado

Na solução dos problemas dos eleitores e dos partidos referentes ao modelo básico do Capítulo 1, obteve-se que as plataformas de ambos os partidos são idênticas ($g_A = g_B$) e que, por isso, os eleitores decidem não contribuir para a campanha ($C_A = C_B = 0$). Esses resultados indicam que as probabilidades acima expressas se reduzem a $p_A = p_B = 1/2$ (ver expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1). Assim, considerando a possibilidade de se ter apenas contribuição privada, os partidos têm iguais chances de obter a maioria dos votos nas eleições em equilíbrio:

$$p_A^t = p_B^t = \frac{1}{2} \text{ para } \forall t = 1, \dots, n$$

Dessa forma, $\kappa^J = 0$, $J = R, M, P$. Logo $\beta_A^t = \beta_B^t = p_A^t = p_B^t$, o que indica uma tendência igualitária nas proporções dos partidos quando existe a expectativa de contribuição privada sem a adição da contribuição pública. Há que se ressaltar a possibilidade de haver desvios desse resultado em algum período, mas, na média, as proporções são as mesmas. Espera-se, então, haver alternância de poder na composição legislativa quando os partidos contam apenas com contribuições privadas.

Quaisquer variações do modelo básico que ainda levem a plataformas convergentes entre os partidos, como as discutidas no Capítulo 2, geram o mesmo resultado no longo prazo. Assim, mesmo que as classes sejam diferentes em termos de homogeneidade ideológica e que haja uma parcela do eleitorado não votante, tais considerações afetam o viés dos partidos em favor de classes e/ou grupos organizados, mas não levam à divergência política, o que ainda mantém igualitária a disputa entre os partidos no longo prazo.

Além disso, é importante observar que o resultado obtido se refere apenas ao fato de a representação na Casa Legislativa ser mais igualitária, não alterando, porém, o efeito do poder econômico na política a ser implementada, conforme discutido no Capítulo 1.

3.4. O efeito dinâmico do financiamento público

Supondo que não há contribuições privadas³, obtém-se que $g_A = g_B = g^*$. Então, a expressão (1.5) do Capítulo 1 leva à seguinte representação da probabilidade de obtenção da maioria dos votos para o partido A:

$$p_A^t = \frac{1}{2} + \psi h \bar{\alpha} (C_A^{t-1} - C_B^{t-1}) \quad (3.1)$$

em que $C_A^{t-1} = \beta_A^{t-1} c$ e $C_B^{t-1} = \beta_B^{t-1} c$ são os gastos de campanha dos partidos no período $t-1$ publicamente financiados, ou seja, a contribuição pública no período $t-1$ determina a probabilidade de o partido A obter a maioria dos votos no período t , p_A^t , que, por sua vez, afeta a representação esperada do partido no Legislativo também no período t , β_A^t , de acordo com a proposição.

Transforma-se a expressão acima em:

$$p_A^t = \frac{1}{2} + \psi h \bar{\alpha} c (\beta_A^{t-1} - \beta_B^{t-1}) = \frac{1}{2} + \psi h \bar{\alpha} c (2\beta_A^{t-1} - 1)$$

Retomando o equilíbrio obtido na ausência de contribuições privadas, $g_A = g_B = g^*$, bem como a proposição apresentada, tem-se $p_A^t = \beta_A^t - \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right) \kappa$, em que

$$\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \left\{ W^J(g_A) - W^J(g_B) + h c (1 - O^J) (2\beta_A^{t-1} - 1) \right\} = \phi h \bar{\alpha} c (2\beta_A^{t-1} - 1).$$

Dessa forma, a expressão (3.1) pode ser reescrita como:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi h \bar{\alpha} c (2\beta_A^{t-1} - 1) \Leftrightarrow \beta_A^t - \frac{1}{2} = 2\phi h \bar{\alpha} c \left(\beta_A^{t-1} - \frac{1}{2} \right) \quad (3.2)$$

Por indução retroativa, obtém-se:

$$\beta_A^t - \frac{1}{2} = (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right) \quad (3.3)$$

³ Isso é equivalente a $O^J = 0$, para $J = R, M, P$, ou a $\lambda = 0$, representando, hipoteticamente, o efetivo controle de contribuições privadas ilegais por partes das autoridades eleitorais.

Sendo fixos e positivos os valores de ϕ , h e $\bar{\alpha}$, pode-se analisar a tendência da proporção do partido para diferentes valores da contribuição pública *per capita* c . Três casos podem ser analisados a partir da expressão (3.3), são eles: $c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$; $c = \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$ e $c > \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$.

Caso 1: $c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$. Quando c é muito pequeno, a expressão $2\phi h \bar{\alpha} c$ é inferior a um, obtendo-se que $\lim_{t \rightarrow \infty} (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right) = 0$, de forma que $\beta_A^t \rightarrow \frac{1}{2}$, indicando que, no longo prazo, as representações esperadas dos partidos no Legislativo tendem a se igualar.

Nesse caso, não se verifica uma alteração do resultado que já se obtém de imediato por meio do financiamento exclusivamente privado, qual seja, o de uma disputa eleitoral mais igualitária. A diferença que a contribuição pública introduz é que a referida igualdade de condições nas eleições só ocorreria por meio de um processo mais longo e mais custoso para a sociedade como um todo, já que se reduz a quantidade de recursos disponível para o consumo privado dos eleitores com a contribuição pública. Assim, quando a contribuição pública é reduzida, a competição eleitoral se mantém, a despeito do financiamento público.

Caso 2: $c = \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$. Se $c = 1/2\phi h \bar{\alpha}$, então $2\phi h \bar{\alpha} c = 1$, e se verifica, pela expressão (3.2), que a proporção β_A^t se iguala imediatamente à proporção β_A^{t-1} , que, por sua vez, iguala-se a β_A^0 . Assim, $\beta_A^t = \beta_A^0$ para todo t , demonstrando ser mantido o *status quo* original, ou seja, se a proporção inicial dos partidos é desigual, isso permanece ao longo dos anos.

Caso 3: $c > \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$. Para c suficientemente grande, o termo $2\phi h \bar{\alpha} c$ é maior que um e a expressão $(2\phi h \bar{\alpha} c)^t$ cresce explosivamente. Assim, se $\beta_A^0 > 1/2$, então o termo $\beta_A^t - 1/2 = (2\phi h \bar{\alpha} c)^t (\beta_A^0 - 1/2)$ cresce com t até atingir o seu limite máximo, correspondendo a $\beta_A^t = 1$. Por outro lado, se $\beta_A^0 < 1/2$, β_A^t decresce com t até atingir o seu menor valor, $\beta_A^t = 0$. Nesse caso, o partido de maior representação na Câmara no período inicial ($t=0$) torna-

se o partido dominante e o partido menor desaparece no longo prazo. A dominância do maior partido se dá tanto mais rapidamente quanto maior for sua representação inicial.

Assim, se o valor *per capita* da contribuição pública for suficientemente elevado, o financiamento público de campanha imprime um caráter extremamente desigual ao processo eleitoral, que converge, no longo prazo, para um sistema com um único partido ou bloco partidário controlando a Câmara.

Pode-se dizer que o mecanismo de distribuição dos recursos públicos por si só já define o resultado obtido nesta análise, uma vez que, quanto maior o partido, maior a quantidade de recursos que ele recebe, o que, por sua vez, representa melhores chances de obter a maioria dos assentos no Legislativo. No entanto, é importante ressaltar que a presente análise indica a existência de um valor de contribuição pública *per capita* c a partir do qual a mencionada dominância de longo prazo pode ocorrer. Em outras palavras, mesmo considerando a distribuição de recursos públicos na proporção dos partidos no Legislativo, existe um valor de c que não torna a competição eleitoral necessariamente desigual.

Observa-se, por fim, que os resultados dinâmicos obtidos permanecem inalterados se for associado o financiamento público e privado. Isso porque, no modelo básico apresentado no Capítulo 1, as políticas convergem e as contribuições privadas tornam-se nulas nessa situação.

3.5. Análise da hipótese de comprometimento dos partidos⁴

Consta da Seção 3.2. o jogo repetido em que o partido majoritário na Casa Legislativa cumpre as suas promessas de campanha. Nesta seção, passa-se a analisar o equilíbrio do jogo quando se relaxa essa hipótese de comprometimento, ou seja, o partido que obtiver a maioria dos votos tem a opção de escolher uma plataforma diferente daquela anunciada na campanha. Dessa forma, altera-se a estrutura do jogo-base apresentado naquela seção para um outro jogo em que, no último estágio, o partido que obtém maioria no Legislativo escolhe a plataforma a ser implementada.

O objetivo é testar a robustez do equilíbrio considerado nas Seções anteriores. Procura-se verificar, portanto, se um partido majoritário tem incentivo, dada a perspectiva de longo prazo do jogo, de realmente implementar a plataforma anunciada na sua campanha eleitoral.

Adota-se, para tanto, o instrumental da teoria dos jogos repetidos, definindo as estratégias dos agentes (eleitores, grupos de interesse e partidos), obtendo as respectivas

⁴ Agradece-se ao professor Rodrigo Peñaloza por sugerir essa análise.

conseqüências e procurando o equilíbrio perfeito em subjogos – EPS, de forma que esse equilíbrio, sob o ponto de vista dos partidos, seja representado pela implementação da plataforma anunciada g^L , dada pela expressão (1.15) do Capítulo 1.

Estabelecem-se inicialmente as estratégias relativas aos eleitores. Cada eleitor começa o jogo acreditando que os partidos cumprem as promessas de campanha e vota de forma a maximizar sua utilidade, sempre acreditando que cada partido implantará a plataforma anunciada se no período anterior o partido vitorioso realmente implantou sua promessa de campanha. Caso, em algum período do jogo, um partido vitorioso resolva implementar uma proposta diferente daquela anunciada na campanha, há uma quebra irreversível da confiança no sistema eleitoral em geral e nos partidos políticos em particular. Nesse caso, os eleitores passam a desacreditar em qualquer anúncio de ambos os partidos e a esperar que a plataforma a ser implementada seja sempre a pior possível nos períodos seguintes. Mais especificamente, após um período em que partido majoritário descumprir a promessa de campanha, cada eleitor da classe J acreditará que o partido vitorioso implementará a plataforma g^J que satisfaz a $g^J \in \arg \min_{g \in [0, y-c]} W^J(g)$. Portanto, o eleitor será indiferente entre os dois partidos no que diz respeito à política a ser implementada, de forma que seu voto será resultado exclusivo das variáveis estocásticas que refletem a componente ideológica de sua utilidade.

A estratégia do eleitorado é dita dependente da história do jogo ou contingente à escolha do partido majoritário, podendo mudar de acordo com o que ocorreu no passado. No entanto, uma vez alterada a resposta do eleitorado, quando há algum desvio do compromisso de campanha, essa resposta não muda mais nos períodos seguintes do jogo, caracterizando uma estratégia de gatilho (*trigger strategy*).

Os grupos de interesse, assim como os eleitores, acreditam no anúncio dos partidos até que haja algum descumprimento da promessa de campanha. Havendo, então, algum desvio, os grupos também passam a acreditar que os partidos sempre descumprirão as promessas e vão implementar a pior plataforma possível para o grupo. Observe que, como não há componente ideológica na função-objetivo dos grupos de interesse, nenhum grupo aportará recurso para a campanha de qualquer partido se houver descumprimento de promessa de campanha, pois a partir de então os dois partidos passam a ser equivalentes do ponto de vista do grupo.

Assim, na primeira rodada do jogo, as promessas de campanha influenciam os eleitores e os grupos de interesse. A partir do segundo período, os agentes são influenciados pelo que foi

implementado pelo partido majoritário no período anterior, de forma que, havendo algum desvio, eles passam a desacreditar nos partidos daquele período do desvio em diante.

Já as estratégias dos partidos são descritas em dois diferentes estágios do jogo-base. A primeira se refere à escolha das plataformas a anunciar durante as campanhas eleitorais e a segunda à definição da plataforma que será implementada pelo partido majoritário. Considere que cada partido tem a estratégia de anunciar no período inicial do jogo a plataforma g^L e implantar essa plataforma se vitorioso. A partir do período seguinte, os partidos adotam a seguinte estratégia: se não tiver havido nenhum desvio de comprometimento nos períodos anteriores, os partidos anunciam e implementam a plataforma g^L ; tendo havido algum desvio, os partidos escolhem anunciar e implementar a plataforma g^* .

Esse perfil de estratégias representará um equilíbrio perfeito em subjogos, EPS, se satisfizer o “*one stage deviation principle*”, proposto por Fudenberg e Tirole (1993). Por esse princípio, um perfil representa um EPS se nenhum jogador obtiver ganho ao proceder da seguinte maneira: desviar individualmente de sua estratégia em um único período e depois voltar a ela na seqüência do jogo. Dessa forma, analisam-se, dentro e fora do caminho de equilíbrio, as possíveis mudanças, em um único período, nas estratégias dos partidos, mantendo-se as estratégias dos demais jogadores e, em seguida, as mudanças em relação aos grupos.

Menciona-se, por oportuno, que os eleitores não organizados em grupos de interesse, ao considerarem que o voto individual não tem o poder de afetar, por si só, o resultado das eleições, não têm como se beneficiar de um desvio da estratégia descrita. Desta forma, não se analisam mudanças no comportamento dos jogadores que representam o eleitorado não organizado.

Parte-se para a análise das mudanças nas estratégias dos partidos no caminho de equilíbrio, em que a plataforma anunciada g^L é efetivamente implementada pelo partido majoritário e, devido à convergência das políticas nesse caminho, as chances de sucesso dos partidos são definidas pelos valores estocásticos associados à ideologia dos eleitores e pelo financiamento público de campanhas. Em termos esperados, não há contribuição privada em equilíbrio e o partido A é eleito em cada período t do jogo com probabilidade $1/2 + \psi h \bar{\alpha} c (\beta_A^{t-1} - \beta_B^{t-1})$, enquanto B , com probabilidade $1/2 - \psi h \bar{\alpha} c (\beta_A^{t-1} - \beta_B^{t-1})$.

Nessa situação, se um dos partidos decide anunciar uma plataforma $g \neq g^L$, então terá uma menor probabilidade de ser eleito naquele período, uma vez que g^L é o melhor anúncio no jogo estático. Se, além disso, o partido for eleito e descumprir sua promessa em um período t , implementando uma estratégia distinta de g , então ambos os partidos se tornam idênticos para os eleitores e os grupos de pressão a partir do período $t+1$ e as probabilidades esperadas de serem

eleitos voltam a ser, respectivamente, para A e B , $1/2 + \psi h \bar{\alpha} c(\beta_A^t - \beta_B^t)$ e $1/2 - \psi h \bar{\alpha} c(\beta_A^t - \beta_B^t)$ dali em diante. Como o único interesse do partido é vencer as eleições, qualquer anúncio de plataforma e qualquer implementação se vitorioso é equivalente. Portanto, em nenhum dos casos há vantagem para o partido em desviar unilateralmente da estratégia de equilíbrio.

Suponha agora que estamos fora do caminho de equilíbrio. Se a mudança que ocorreu no passado e que colocou o jogo fora do caminho de equilíbrio refere-se à decisão de um grupo de interesse ou de um eleitor, então do ponto de vista dos partidos o subjogo se assemelha ao jogo-base e uma repetição do argumento do parágrafo anterior garante que não há interesse de um partido em desviar unilateralmente em um único período. Por outro lado, se a mudança que ocorreu no passado se refere a um desvio feito por algum dos partidos, então a confiança no sistema político já foi perdida (o gatilho foi acionado) e os resultados da competição eleitoral nesse e nos próximos períodos independem das plataformas que venham a ser anunciadas pelos partidos, bem como da implementação ou não da plataforma anunciada pelo partido eleito. Portanto, nenhum desvio do partido gera qualquer resultado em termos de *payoffs* para esse partido.

Passemos finalmente aos grupos de interesse. No caminho de equilíbrio, nenhum grupo contribui com qualquer partido. Uma mudança unilateral de um grupo corresponderia em contribuir uma quantia não nula para algum partido (ou para ambos). Esse desvio poderia alterar a probabilidade de vitória de um partido mas não alteraria a política implementada pelo vencedor, g^L . Mas então haveria um custo adicional para o grupo sem nenhum retorno em termos de política. Portanto, o grupo seria estritamente prejudicado por esse desvio.

Ademais, fora do caminho de equilíbrio devem-se considerar novamente duas situações. Se o desvio que colocou o jogo fora do caminho de equilíbrio não tiver envolvido nenhum partido, então a análise é análoga àquela analisada no parágrafo anterior e qualquer desvio reduzirá a utilidade de grupo. Por outro lado, se houve no passado desvio por parte de algum partido envolvendo o não-cumprimento de promessa de campanha, então qualquer partido eleito implementará g^* de forma que somente haverá perda de utilidade se o grupo decidir contribuir com a campanha de algum partido. Portanto, novamente não há incentivo a desvio unilateral dos grupos de interesse.

Destarte, pode-se dizer que o perfil de estratégias inicialmente estabelecido para partidos e grupos de interesse representa um EPS do jogo repetido, na medida em que nenhum jogador consegue ganhar com o desvio em um único estágio da estratégia inicialmente estabelecida, conforme o “*one stage deviation principle*” de Fudenberg e Tirole (1993).

A análise da hipótese de comprometimento dos partidos realizada nesta seção revela, portanto, que a estratégia de os partidos cumprirem as promessas de campanha é a melhor possível diante da possibilidade da perda da confiança do eleitorado. Essa conclusão valida o estudo de longo prazo apresentado na seção anterior, onde foi estabelecido que os partidos implementariam as plataformas que anunciassem durante as campanhas eleitorais.

Por fim, menciona-se que a escolha de plataforma a ser anunciada e/ou implementada pelos partidos após quebra de confiança, g^* , é irrelevante e pode ser substituída por qualquer outra escolha. Além disso, o resultado obtido nesta seção se estende a uma situação em que os eleitores perdem a confiança por um período finito nos partidos que descumprem as promessas de campanha, desde que esse período seja suficientemente longo para se fazer sentir na redução da utilidade total dos partidos.

3.6. Conclusão

Efeitos opostos podem ser verificados a partir da análise de longo prazo da influência das contribuições privada e pública na competição eleitoral, relaxando-se ou não a hipótese de comprometimento dos partidos políticos. Enquanto a contribuição privada não torna desigual a chance de obtenção da maioria dos assentos, o financiamento público pode desequilibrar por completo a competição eleitoral. Dado que os recursos são distribuídos na proporção dos partidos no Congresso, se o custo *per capita* c deste financiamento for muito elevado, o partido inicialmente majoritário se sobressai em relação ao outro no longo prazo.

Isso sinaliza para a importância do montante exato da contribuição pública sobre as probabilidades de os partidos obterem a maioria dos votos nas eleições. Um baixo valor de contribuição pública tem efeito pouco significativo, já que se atinge, no longo prazo, a mesma convergência observada quando se tem somente contribuição privada. À medida que o valor de c aumenta, a convergência para um sistema de competição mais igualitário se torna cada vez mais lenta, podendo não se verificar no longo prazo.

No âmbito político, esse efeito de longo prazo é contrário ao que se pretendia ao se propor o financiamento público como a única fonte de recursos para as campanhas eleitorais, pois, em vez de se fomentar a alternância de poder, estabelece-se a dominância de um partido em relação ao outro. Em termos sociais, por outro lado, embora o financiamento público não consiga evitar o viés em favor de grupos de interesse, o seu efeito de longo prazo pode não ser nocivo, já que as plataformas convergentes geram um mesmo nível de utilidade social, independentemente de que partido prevalece no Legislativo.

Porém, essa conclusão não prospera em circunstâncias nas quais há divergência de plataformas políticas, seja pela presença de ideologia nos partidos, seja pela existência de um viés partidário dos grupos *lobbistas*, o que é alvo de estudo nos próximos dois capítulos.

Capítulo 4 - Financiamento de Campanhas Eleitorais: a influência da ideologia dos partidos políticos

4.1. Introdução

No Capítulo 1, apresenta-se uma modelagem em que os partidos são puramente pragmáticos. Eles anunciam plataformas durante as campanhas eleitorais procurando exclusivamente ampliarem as chances de obterem a maioria dos votos no Legislativo e, com isso, obter uma renda exógena R^1 , sem, no entanto, terem nenhuma preferência sobre as plataformas políticas.

Já neste capítulo, o objetivo é acrescentar ao problema dos partidos uma parcela referente à ideologia, invocando o conceito de “candidato-cidadão” considerado em trabalhos como os de Wittman (1983) ou Osborne e Slivinsky (1996). A literatura sobre o tema explora a idéia de que, se um candidato, assim como um eleitor qualquer, também paga impostos, ele tem preferências sobre as plataformas a serem implementadas pelo candidato vencedor das eleições.

Os primeiros trabalhos relativos à competição eleitoral apenas consideravam o aspecto pragmático da utilidade dos candidatos, concluindo pela convergência das plataformas políticas da mesma forma obtida no modelo do Capítulo 1. A base desses trabalhos é o artigo de Hotelling (1929), que, ao analisar a competição de mercado entre dois produtores, concluiu que há estabilidade de competição entre eles e que a disputa por um mesmo mercado consumidor implica não diferenciar muito a qualidade dos produtos ou mesmo a localização dos pontos de venda ou produção como forma de ampliar o mercado de cada produtor. A possibilidade de haver alguma diferenciação não desestabiliza o mercado, vez que há sempre uma tendência de esses produtores retomarem ao ponto estável de semelhança entre os produtores ofertados após pequenas mudanças.

Fazendo um paralelo com o ambiente eleitoral, Hotelling (1929) argumentou ainda que os Partidos Republicano e Democrata nos Estados Unidos não assumiam políticas muito distintas porque somente se preocupavam em ampliar as respectivas chances de serem eleitos. Essa idéia foi formalizada por Downs (1957) em um modelo de representação democrática, em que dois candidatos interessados apenas em vencer eleições e comprometidos em implementar as plataformas anunciadas durante as campanhas eleitorais enfrentam preferências do eleitorado que são de pico-único. A principal conclusão de Downs (1957) é que os candidatos terminam

¹ Tida como unitária ($R = 1$) apenas para facilitar a análise.

propondo políticas públicas idênticas entre si e iguais à preferência do eleitor mediano, para com isso, ampliarem as respectivas probabilidades de serem eleitos.

Depois desse estudo, várias foram as análises empíricas que indicavam ser mais esperada a divergência política entre candidatos, algumas delas citadas por Wittman (1983) e apresentadas na seqüência. Confrontando as propostas de campanha de republicanos e democratas entre os anos de 1932 e 1978, Page (1978) conclui pela diferença entre elas. No mesmo sentido são as conclusões de Ginsburg (1976), comparando os principais partidos dos Estados Unidos entre 1844 e 1968. Hibbs (1977) argumentou que estados americanos governados por partidos de esquerda têm menor desemprego e maior inflação quando comparados a estados governados por partidos de direita, indicando também que nos Estados Unidos e na Inglaterra os partidos Democrata e Trabalhista estavam mais associados ao menor desemprego que os partidos Republicano e Conservador, respectivamente. Da mesma forma, Tufte (1978) afirmou que o partido republicano dava mais prioridade à baixa inflação, enquanto o democrata priorizava mais o baixo desemprego nos Estados Unidos.

A modelagem de candidatos com preferências políticas em dois artigos de Wittman (1983 e 1990) levou à conclusão de que pode haver diferenciação nas plataformas anunciadas. Num modelo em que os dois candidatos maximizam a utilidade esperada, Wittman (1983 e 1990) demonstrou a existência de incentivo à divergência das políticas adotadas entre os candidatos, contrariando os resultados alcançados em Downs (1957). Wittman (1990) estudou também as chances de os candidatos vencerem as eleições quando possuem preferências políticas, obtendo, para o caso de as respectivas funções utilidades serem lineares, iguais chances de sucesso entre eles.

Aspectos como a existência de viés em favor de um ou outro candidato ou a sensibilidade dos eleitores (traduzida na maior informação em relação ao governo) também foram alvos de análise por Wittman (1983 e 1990). Segundo esses estudos ambos os fatores afetam a disposição dos candidatos em divergir em termos de plataformas e correr o risco de perder votos ao se afastarem da política preferida pelo eleitor mediano para se aproximarem das preferências partidárias. Um viés favorável permite um maior afastamento, enquanto a maior sensibilidade do eleitorado sinaliza um risco maior nesse comportamento.

Para corroborar com essas conclusões, Wittman (1990) apresentou as análises desenvolvidas por Achen (1978), Kuklinski e Elling (1977), Amacher e Boyes (1978), e Fiorina (1973). Achen (1978), estudando as eleições para o Congresso americano em 1978, concluiu que os candidatos já ocupantes de cargos eletivos se afastavam mais da preferência do eleitor

mediano que os candidatos desafiantes. Kuklinski e Elling (1977) apontaram para o fato de haver maior coincidência entre o comportamento do Legislativo e a vontade do eleitorado americano em assuntos mais polêmicos, a respeito dos quais os eleitores são mais preocupados e informados. Amacher e Boyes (1978) indicaram que senadores com maior tempo de mandato tendiam mais a desviar as suas políticas da plataforma média defendida pelos membros do Congresso em um mesmo estado. E, por fim, menciona-se o trabalho de Fiorina (1973), que identificou serem mais moderadas as políticas adotadas em distritos mais competitivos.

Em termos de formalização teórica da competição eleitoral, é igualmente importante a análise de longo prazo realizada por Wittman (1990). Para esse autor, se os candidatos possuem preferências políticas e escolhem a mesma plataforma a cada repetição de um jogo infinito, as políticas escolhidas vão divergir e se aproximar daquelas preferidas pelos respectivos candidatos no longo prazo.

Uma outra vertente do estudo acerca do conceito de “candidato-cidadão” diz respeito a modelagens em que a quantidade de candidatos é definida endogenamente. Tais modelos partem também da premissa de que os candidatos têm preferências políticas, quebrando a hipótese básica de Hotelling (1929) que prevê apenas o aspecto pragmático na utilidade dos candidatos. O principal interesse nesse tipo de modelagem é o estabelecimento das condições em que há candidaturas no processo eleitoral e a definição das características das plataformas políticas.

Avaliando a relação entre o custo de concorrer às eleições e o benefício de ganhá-las, bem como comparando os sistemas eleitorais de um (*plurality*²) ou dois turnos (*runoff system*³), Osborne e Slivinski (1996) estabeleceram diversas configurações prováveis para as disputas eleitorais, tanto em termos de quantidade de candidatos, quanto das plataformas a serem anunciadas e implementadas por eles.

Para Osborne e Slivinski (1996), eleições com três ou mais candidatos não são comuns sob o sistema de um único turno, o qual promove mais o bipartidarismo que o sistema de dois turnos. No entanto, na configuração em que dois candidatos disputam as eleições em um único turno, as plataformas precisam divergir o bastante para evitar que um terceiro candidato venha a ganhar a disputa ao escolher uma plataforma um pouco diferente da mediana. Além disso, é preciso que haja um custo de participação nas eleições suficientemente elevado para se evitar novamente que um terceiro candidato entre na disputa com uma chance mínima de vencer

² Sob esse sistema, o ganhador de uma disputa é aquele que obtém maior quantidade de votos.

³ Sob esse sistema, se algum candidato obtém a maioria absoluta dos votos, ele é o vencedor. Se isso não ocorre, parte-se para um segundo turno das eleições somente com os dois candidatos que obtiverem mais votos no primeiro turno, sendo o vencedor das eleições aquele que obtiver a maioria dos votos nesse segundo turno.

apenas para garantir que o seu candidato preferido ganhe. Caso tais condições não sejam satisfeitas, Osborne e Slivinski (1996) entendem possível haver eleições com mais de dois candidatos em eleições de um turno apenas, mas, em todo caso, no máximo dois deles convergirão para uma mesma plataforma, indicando ser a divergência política o mais esperado dos equilíbrios nesse tipo de disputa eleitoral.

Menciona-se também o trabalho de Palfrey (1984), que definiu um modelo de três candidatos no qual o terceiro escolhe sua posição após observar a escolha simultânea dos outros dois. Esse terceiro candidato perde em equilíbrio, mas afeta a escolha dos outros candidatos fazendo com que eles escolham plataformas divergentes.

A principal conclusão desses trabalhos, sejam eles com um número fixo ou com definição endógena de candidatos, é de que as plataformas políticas embutem um aspecto ideológico e, por isso, são divergentes. Considerando isso e a possibilidade de tornar o estudo mais realista com a perspectiva de as plataformas divergirem e de os grupos efetivamente contribuírem para as campanhas eleitorais, é razoável evoluir a modelagem desenvolvida para considerar a preferência de política dos partidos.

Para introduzir a idéia de “candidato-cidadão” à modelagem básica do Capítulo 1, apresenta-se primeiramente uma construção teórica acerca da formação de partidos puramente ideológicos, fundamentada numa outra abordagem de Persson e Tabellini (2000). Na seqüência, apresenta-se a nova modelagem desenvolvida para considerar que os partidos valorizam, além dos votos que recebem (aspecto pragmático), as respectivas plataformas políticas que previamente impulsionaram a formação dos partidos (aspecto ideológico). Obtêm-se as políticas escolhidas pelos partidos durante as campanhas eleitorais e as suas chances de sucesso, dadas as características ideológicas de cada partido.

Também a análise dinâmica da composição legislativa é procedida, aplicando-se a proposição introduzida no Capítulo 3. Relacionando as proporções dos partidos às probabilidades de obtenção da maioria dos votos, avaliam-se as proporções de longo prazo dos partidos levando em conta a divergência de plataformas obtidas a partir da modelagem com ideologia partidária.

Em termos de bem-estar social, o modelo desenvolvido neste Capítulo indica que as plataformas políticas anunciadas por partidos *office* e *policy-motivated* são divergentes e, em geral, não coincidem com a preferência do eleitor médio. As duas motivações a que se sujeitam os partidos fazem com que as respectivas escolhas durante as campanhas eleitorais, por um lado, afastem-se da política socialmente ótima a partir de uma “movimentação centrífuga” em direção

às plataformas ótimas dos respectivos partidos (motivação ideológica), e por outro lado, aproximem-se da política socialmente ótima em um “movimento centrípeto” para maximizar as chances de obter a maioria dos votos (motivação pragmática para a obtenção da maioria no Congresso). A compensação entre os dois efeitos, dados os pesos que ambos os partidos dão para as suas ideologias, gera as plataformas a serem anunciadas pelos partidos. Considerando a hipótese de que, para haver formação partidária, os partidos acabam defendendo políticas mais extremas e distantes da preferência do eleitor médio, a existência de ideologia partidária no modelo tipicamente não melhora o bem-estar social na medida em que acrescenta um novo viés às políticas públicas, além daquele em favor dos *lobbistas*.

Nesse contexto, os grupos de interesse, ao se depararem com plataformas divergentes, decidem contribuir para a campanha do partido que melhor os representa. Assim, dada a consideração de que os partidos ideologicamente defendem plataformas mais extremistas, espera-se, a princípio, haver uma polarização da sociedade, em que grupos de ricos e pobres tenderiam a contribuir mais que o grupo de renda média. No entanto, se os grupos de interesse consideram excessiva a rigidez ideológica de um partido que inicialmente melhor os representaria, pode-se esperar uma reversão no esquema de contribuição caso o outro partido se mostre suficientemente flexível em termos ideológicos.

Em termos de competição eleitoral, a aplicação nesse novo modelo da mesma metodologia de análise construída no Capítulo 3 leva a conclusões também pouco favoráveis. O efeito que a ideologia partidária provoca sobre as chances de sucesso dos partidos não é capaz de se sobrepor ao efeito de longo prazo do financiamento público de campanha quando a contribuição pública *per capita* é muito elevada, de forma que competição eleitoral continua ameaçada pela hegemonia no longo prazo de um partido no Legislativo. A diferença em relação à análise do Capítulo 3 é que o partido hegemônico é estabelecido a partir da compensação dos fatores que influenciam a disputa eleitoral, como a ideologia partidária e as contribuições privadas. Assim, diferentemente das conclusões de Wittman (1990), o modelo desenvolvido indica que os partidos podem apresentar diferentes probabilidades de obtenção da maioria dos votos e, dependendo da configuração dos financiamentos de campanha, essas probabilidades podem ser tais que um partido venha a se sobressair em relação ao outro no longo prazo.

O restante deste capítulo está dividido da seguinte forma. Na Seção 4.2. é apresentada uma análise preliminar da formação partidária quando os partidos são ideologicamente engajados. Na Seção 4.3., o modelo do Capítulo 1 é ajustado para se inserir a ideologia dos partidos. As plataformas anunciadas pelos partidos com ideologia são definidas na Seção 4.4.,

enquanto as probabilidades de obtenção da maioria dos votos são estabelecidas na Seção 4.5. Por fim, da Seção 4.6. constam as principais conclusões obtidas.

4.2. Análise preliminar da formação de partidos

No Capítulo 1 apresenta-se uma modelagem básica, em que os partidos auferem utilidade apenas ao ganhar a maioria dos votos nas eleições para o Legislativo. No modelo básico, então, os partidos são pragmáticos (*office-motivated*), procurando apenas ampliar suas chances de sucesso. Neste Capítulo, no entanto, insere-se uma alteração no modelo para tornar os partidos pragmáticos e ideológicos (*office e policy-motivated*). A partir de agora os partidos procuram não só obter a maioria dos votos, mas também implementar uma política mais próxima possível da considerada ótima para o partido.

Para tanto, inicialmente, apresenta-se nesta seção uma modelagem do tipo candidato-cidadão, restringindo a análise ao aspecto puramente ideológico. Postula-se, então, que a renda exógena auferida pelo partido que obtiver a maioria dos assentos é nula⁴, de forma que o único interesse dele ao se formar é sua habilidade de influenciar a política a ser implementada. Simula-se um jogo mais simplificado que considera uma etapa inicial sobre a formação partidária, em que há primeiramente uma decisão simultânea de cada cidadão sobre formar um partido ou não, tendo que arcar, posteriormente, com os custos de formação desse partido, $\varepsilon > 0$. Após a formação dos partidos, as eleições acontecem e, ao final do jogo, o partido que obtiver a maioria dos votos implementa sua respectiva política ótima.

Esse estudo inicial procura justificar a existência de exatamente dois partidos, tendo por base o custo da formação partidária. Procura-se, então, um equilíbrio com dois partidos formados, tal como apresentado no Capítulo 1, sendo necessário, para isso, estabelecer algumas condições básicas.

Primeiramente, retoma-se a expressão da utilidade dos cidadãos (eleitores que escolhem ou não formar os partidos) apresentada no Capítulo 1. Abstraindo da divisão dos eleitores entre classes sociais, é possível definir a utilidade de um cidadão i de renda y^i , da seguinte forma⁵:

$$W^i(g, \tau) = (1 - \tau)y^i + H(g)$$

em que τ é a alíquota de imposto correspondente ao bem público provisionado g e $H(g)$ é a função-utilidade de g , estritamente crescente e côncava.

⁴ Renda nula ($R = 0$) e não unitária como considerada no Capítulo 1.

⁵ Nesta oportunidade, não se consideram os aspectos ideológicos constantes da utilidade dos eleitores para simplificar a análise.

A segunda condição para o interesse na formação partidária diz respeito às chances de sucesso de cada um dos partidos a serem formados. Para se garantir o interesse de dois cidadãos em formarem um partido é preciso que eles pensem ter a mesmas chances de sucesso na disputa eleitoral. Assim, supondo que dois cidadãos formam os partidos A e B e dada a concavidade da utilidade dos eleitores, a igualdade de chances é garantida a partir da seguinte condição:

$$W^m(g_A) = W^m(g_B) \quad (4.1)$$

em que g_A e g_B representam as plataformas defendidas pelos partidos A e B , e $W^m(\cdot)$ é a utilidade do eleitor mediano⁶.

Essa condição garante igualdade de chances de obter a maioria dos votos por dois motivos. Os eleitores sabem que o partido majoritário implementará a respectiva plataforma preferida ao final do jogo e, como eles são sinceros, votam no partido cuja plataforma ótima é mais próxima à preferida por eles. Destarte, considerando a concavidade da utilidade dos eleitores e o teorema do eleitor mediano, os partidos A e B ficam empatados na disputa eleitoral se as suas propostas proporcionarem a mesma utilidade para o eleitor mediano.

Também como consequência da concavidade da função-utilidade dos eleitores, a condição (4.1) indica que as plataformas ótimas para os partidos A e B estão à direita e/ou à esquerda da plataforma ótima para o eleitor mediano. Postula-se, sem perda de generalidade, que o partido A prefere uma plataforma mais à esquerda da plataforma preferida pelo eleitor mediano e que o partido B , mais à direita da preferida pelo eleitor mediano, de forma que $g_A \leq g_m \leq g_B$.

Precisam ser estabelecidas ainda condições relativas à utilidade que os cidadãos formadores dos partidos A e B auferem. Associando um cidadão A ao partido A , estabelece-se o seguinte:

$$\frac{1}{2} [W^A(g_A) - W^A(g_B)] \geq \varepsilon \quad (4.2)$$

em que $W^A(g_A)$ e $W^A(g_B)$ representam as utilidades que o cidadão A auferem com as plataformas ótimas para ele e para o outro partido B , respectivamente.

Analogamente, sendo o cidadão B associado ao partido B , estabelece-se a condição:

$$\frac{1}{2} [W^B(g_B) - W^B(g_A)] \geq \varepsilon \quad (4.3)$$

⁶ Também se simplifica a análise inicial ao se desconsiderar o efeito das campanhas eleitorais na utilidade dos eleitores e, conseqüentemente, nas chances de sucesso dos partidos a serem formados. Na apresentação da modelagem mais geral esse efeito volta a ser considerado.

em que $W^B(g_B)$ e $W^B(g_A)$ representam as utilidades que o cidadão B auferir com as plataformas ótimas para ele e para o outro partido A , respectivamente.

Tais condições significam que, para se sentirem estimulados a formarem dois partidos distintos, ambos os cidadãos devem estimar uma utilidade esperada que pelo menos supere o custo de formação do partido, ε .

Por fim, estabelece-se uma última condição para se obter um equilíbrio de Nash em que apenas A e B disputem as eleições. É preciso garantir que nenhum outro cidadão, além de A e B , queira formar outro partido. Sabe-se que cidadãos que preferem plataformas à direita da defendida pelo partido B e à esquerda da defendida pelo partido A não se interessam em formar novos partidos, uma vez que, ao defenderem plataformas naqueles intervalos, geram ao eleitor mediano uma menor utilidade que as plataformas defendidas por A e B , indicando que um eventual partido nessas condições teria menor chance de sucesso que os outros dois partidos. Assim, os cidadãos que preferem plataformas à direita ou à esquerda das preferidas por B e A , respectivamente, consideram mais interessante apoiar um ou outro partido para não incorrer no custo da campanha eleitoral.

Porém, cidadãos com políticas preferidas entre as plataformas ótimas do partido A e do partido B podem se interessar em formar um novo partido, uma vez que aquelas políticas também seriam preferidas pelo eleitor mediano. Para evitar que isso aconteça, é suficiente garantir que qualquer cidadão i , para o qual a política preferida g_i é tal que $g_A < g_i < g_B$, tenha utilidade conforme as seguintes condições:

$$W^i(g_i) - W^i(g_A) < \varepsilon \quad (4.4)$$

$$W^i(g_i) - W^i(g_B) < \varepsilon \quad (4.5)$$

Essas condições estabelecem que, mesmo que o cidadão i prefira outras plataformas no intervalo entre as políticas ótimas de A e B , a diferença de utilidade entre a plataforma preferida por i e as plataformas defendidas pelos partidos não supera o custo da campanha eleitoral, o que desencoraja o cidadão i de formar um novo partido⁷.

Dessa forma, as condições (4.1) a (4.5) juntas garantem a formação de apenas dois partidos, como considerado no jogo apresentado no Capítulo 1, caracterizando as plataformas defendidas pelos partidos como diferentes e opostas.

⁷ Essas condições são suficientes para que o eleitor i não se encoraje a formar outro partido. Uma condição necessária e suficiente envolveria contabilizar quantos votos obtém um candidato cuja política preferida encontra-se entre g_A e g_B . Nesse caso, as condições (4.4) e (4.5) somente seriam requeridas para aqueles candidatos que conseguissem uma quantidade de votos suficiente para vencer as eleições. Não se apresentará formalmente essa condição por questão de simplicidade.

Em verdade, o que motiva a entrada de um cidadão no processo eleitoral é a expectativa de evitar que uma política muito diferente da ótima para ele seja implementada pelo outro cidadão que também decidiu formar um partido.

Menciona-se que as políticas ótimas para os cidadãos *A* e *B* não podem ser muito próximas uma da outra para que as condições (4.2) e (4.3) sejam satisfeitas, o que caracteriza um movimento centrífugo dos cidadãos em relação à política preferida pelo eleitor mediano. Por outro lado, as plataformas ótimas dos partidos não podem ser muito distintas para que as condições (4.4) e (4.5) sejam também satisfeitas, caracterizando o movimento centrípeto dos cidadãos em relação à plataforma preferida pelo eleitor mediano.

Finalmente, ressalta-se o papel fundamental do custo de formação dos partidos, ε , na existência de equilíbrios em que as plataformas são muito extremadas ou não. Se esse custo for muito elevado, as plataformas defendidas pelos partidos políticos formados podem ser muito distantes uma em relação à outra, que, ainda assim, as condições (4.2) a (4.5) são satisfeitas. Portanto, pode-se esperar que em países em que os custos de formação partidária são elevados, os partidos políticos tenham mais incentivo de defender políticas muito diferenciadas e extremadas se comparadas com países em que os custos de formação partidária são menores.

A partir da modelagem introduzida nesta seção, pode-se verificar que são vários os equilíbrios possíveis com a formação de dois partidos. No entanto, sendo elevado o custo de formação partidária, alguns desses partidos podem defender políticas mais extremas, sendo esse tipo de equilíbrio o que se procura estudar neste capítulo.

Procura-se, então, modelar um contexto eleitoral em que os partidos possuem uma ideologia forte, mais direcionada para os extremos, em uma situação em que o custo de formação partidária é suficientemente elevado. Essa hipótese se baseia na expectativa de que a formação partidária se dá, inicialmente, a partir da reunião de políticos mais ideologicamente engajados. Considera-se que, para um agente ter disposição de formar um partido, ele auferirá utilidade com a implantação de uma política que somente os membros do partido consideram ótima, caracterizada, portanto, como mais extrema⁸.

Assim, estando garantidas as condições para que apenas dois partidos sejam formados e adotando um custo de formação partidária suficientemente elevado, retoma-se, na seqüência, o jogo inicialmente estabelecido no Capítulo 1, levando em conta que existe alguma rigidez impedindo a formação partidária em qualquer outra fase do jogo. A alteração em relação ao

⁸ Essa caracterização é consistente com Fiorina (1996), segundo o qual, ao longo do tempo, o eleitorado vem preferindo políticas mais moderadas, enquanto os partidos continuam defendendo plataformas mais extremas.

Capítulo 1 é a inserção nas utilidades dos partidos de um diferencial relativo às ideologias por eles defendidas, conforme se descreve na próxima seção.

4.3. Competição eleitoral com ideologia partidária

Apresentada essa modelagem teórica acerca da formação partidária, considerando exclusivamente o aspecto ideológico dos partidos, parte-se para a apresentação de uma modelagem mais geral. O objetivo é introduzir uma alteração do modelo básico do Capítulo 1 para associar ao pragmatismo já modelado naquele capítulo uma ideologia originada na formação dos partidos.

Para tanto, como antes mencionado, adota-se a hipótese de existirem apenas dois partidos no começo do jogo, os quais possuem preferências extremas e opostas a respeito da política ótima para a sociedade. Retoma-se também a estrutura básica do modelo apresentado no Capítulo 1, voltando a valer a divisão da sociedade em classes sociais, a influência de fatores estocásticos e de campanhas eleitorais na utilidade dos eleitores, e, principalmente, a preocupação dos partidos em obter também a maioria dos votos nas eleições para o Legislativo.

Para se levar em conta que os partidos também possuem preferências ideológicas sobre a política a ser implantada, supõe-se que o partido A (respectivamente, B) prefere estritamente a política \bar{g}_A (respectivamente, \bar{g}_B). Além disso, adota-se a hipótese de que os partidos defendem políticas opostas e mais extremas que o resto da sociedade: $\bar{g}_A < g_R^* < g_M^* < g_P^* < \bar{g}_B$, em que g_J^* , para $J = R, M, P$, representa a política ótima das diversas classes sociais⁹.

Considerando que também os partidos políticos têm suas utilidades divididas em aspectos pragmáticos e ideológicos, da mesma forma que os eleitores, as preferências sobre as políticas são incorporadas nas utilidades dos partidos da seguinte forma:

$$U_A = p_A(g_A, g_B) - \gamma_A |\bar{g}_A - g_A|$$

$$U_B = p_B(g_A, g_B) - \gamma_B |\bar{g}_B - g_B|$$

A primeira parcela dessa função representa o aspecto pragmático da utilidade dos partidos, uma vez que p_P , para $P = A, B$, é a probabilidade de obtenção da maioria dos votos anteriormente estabelecida (ver expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1). Já a segunda parcela considera o aspecto ideológico dos partidos, ou ainda, o custo para o partido de desviar de sua

⁹ Obtidas da mesma forma apresentada no Capítulo 1, ou seja, a partir da maximização da função-objetivo expressa em (1.1), para cada grupo J , $J=R, M, P$.

política ótima \bar{g}_P , que representa o viés ideológico propriamente dito, enquanto γ_P , o peso que o desvio em relação à política ótima tem para a utilidade do partido¹⁰, sendo, portanto, entendido como a sua *rigidez* ideológica.

O segundo somando na utilidade do partido A indica que quanto mais a plataforma política proposta pelo partido se afastar de sua política preferida \bar{g}_A , menor é a sua utilidade. Portanto, A somente aceita desviar de sua política ótima para aumentar a probabilidade de obter a maioria dos votos, $p_A(g_A, g_B)$, o que pode ocorrer tanto pelo aumento direto do número de votos, via maior identificação dos eleitores com o partido, quanto pelo aumento indireto desse número, via uso de recursos (públicos e/ou privados) na campanha eleitoral.

Como o partido A tem uma posição mais à esquerda (\bar{g}_A pequena), espera-se que qualquer desvio na plataforma anunciada para aumentar p_A ocorra na direção crescente de g , de forma a aproximar-se mais das políticas preferidas respectivamente pelos grupos de interesse e pelo eleitor mediano. Portanto, em equilíbrio, espera-se que $|\bar{g}_A - g_A| = g_A - \bar{g}_A$. Análise análoga pode ser feita para o partido B , esperando-se que o deslocamento de sua política ótima (\bar{g}_B grande) seja na direção decrescente de g . Assim, em equilíbrio, espera-se que $|\bar{g}_B - g_B| = \bar{g}_B - g_B$. Essas hipóteses de deslocamento são feitas a partir de agora e confirmadas quando da solução dos problemas dos partidos políticos.

Assim, simplificam-se as expressões da utilidade dos partidos para as seguintes:

$$U_A = p_A(g_A, g_B) - \gamma_A(g_A - \bar{g}_A) \quad (4.6)$$

$$U_B = p_B(g_A, g_B) - \gamma_B(\bar{g}_B - g_B) \quad (4.7)$$

Postula-se, ainda, que:

$$\bar{g}_A < (H')^{-1} \left(\frac{y^R}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi} \right) < g_R^* = (H')^{-1} \left(\frac{y^R}{y} \right)$$

$$\bar{g}_B > (H')^{-1} \left(\frac{y^P}{y} - \frac{\gamma_B}{\psi} \right) > g_P^* = (H')^{-1} \left(\frac{y^P}{y} \right)$$

¹⁰ Em verdade, a utilidade de um partido P deveria ser dada por: $U_P = p_P(g_A, g_B)R - \bar{\gamma}_P |\bar{g}_P - g_P|$, em que R representa a renda esperada a partir da obtenção da maioria dos votos no Legislativo. No entanto, essa representação é essencialmente a mesma indicada, considerando-se apenas que $\gamma_P = \bar{\gamma}_P/R$ ou ainda R unitária ($R = 1$).

Denotando $(H')^{-1}\left(\frac{y^R}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi}\right)$ por g_{inf} e $(H')^{-1}\left(\frac{y^P}{y} - \frac{\gamma_B}{\psi}\right)$ por g_{sup} , pode-se fazer a

seguinte ordenação gráfica das plataformas acima definidas:

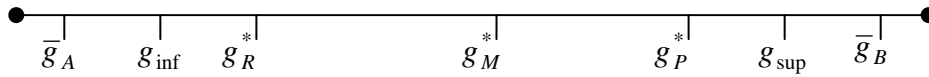


Figura 4.1 - Plataformas preferidas pelos grupos e pelos partidos

O novo problema de maximização enfrentado pelos partidos é analisado em diversos contextos, apresentados na seção seguinte, em que se considera a escolha das plataformas que os partidos anunciam diante da ausência de contribuição de campanha, ou com apenas contribuição pública, ou com apenas contribuição privada ou ainda com ambas as contribuições.

Antes de solucionar o problema dos partidos, observa-se que, pela derivação da probabilidade de os partidos obterem a maioria dos votos apresentada no Capítulo 1, as expressões (1.5) e (1.6) não se alteram com a introdução do viés ideológico dos partidos, uma vez que as mesmas consideram apenas a ideologia dos eleitores. Da mesma forma, mantém-se a expressão da diferença entre as contribuições de campanha disponíveis aos partidos, pois o problema de maximização dos grupos de interesse também não se afeta pela ideologia dos partidos. Menciona-se, por fim, que se mantém a hipótese de comprometimento dos partidos, ou seja, a plataforma anunciada pelo partido majoritário é por ele implementada ao final do jogo.

4.4. Escolha das plataformas anunciadas

4.4.1. Ausência de contribuição de campanha

Para se considerar esse caso singular, supõe-se que inexistem grupos de interesse formados, ou seja, O^J é igual a zero para todo $J = R, M, P$, ou ainda, que há um proibição efetiva da contribuição privada, de forma que $\lambda = 0$ ¹¹. Além disso, supõe-se que não são destinados recursos públicos para as campanhas eleitorais, sendo, portanto, $c = 0$.

¹¹ Embora se tenha considerado na apresentação do modelo básico que $\lambda \in (0,1]$, analisa-se a situação de $\lambda = 0$ nesse caso para melhor caracterizar essa situação hipotética de ausência de contribuição privada para campanhas eleitorais.

Considerando essas simplificações nas expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1 e maximizando as expressões (4.6) e (4.7) em relação à g_A e g_B , respectivamente, as plataformas anunciadas pelos partidos são:

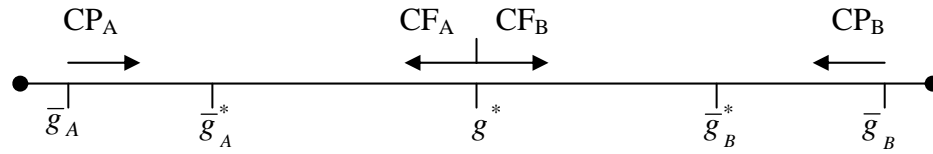
$$\bar{g}_A^* = (H')^{-1} \left(1 + \frac{\gamma_A}{\psi} \right) \quad (4.8)$$

$$\bar{g}_B^* = (H')^{-1} \left(1 - \frac{\gamma_B}{\psi} \right) \quad (4.9)$$

Observa-se que a simplificação representada pelas equações (4.6) e (4.7) está garantida se $y^P < y < y^R$, o que sempre ocorre uma vez que $y^P < y^M < y^R$ e $y = \sum_{J=P,M,R} \alpha^J y^J$. Portanto, a substituição da função valor absoluto como em (4.6) e (4.7) está justificada, ou seja, $\bar{g}_A^* > \bar{g}_A$ e $\bar{g}_B^* < \bar{g}_B$.

Com esses resultados e considerando a plataforma socialmente ótima $g^* = (H')^{-1}(1)$, pode-se dizer que $\bar{g}_A^* < g^*$, para todo γ_A positivo e diferente de zero. Da mesma forma, $\bar{g}_B^* > g^*$ para todo γ_B positivo e diferente de zero ($\bar{g}_A^* < g^* < \bar{g}_B^*$). Assim, infere-se que a presença de ideologia partidária, e mais especificamente, de rigidez ideológica (γ_P), na situação em que inexistem quaisquer contribuições de campanha leva a um desvio da plataforma socialmente ótima (g^*) na direção das plataformas ótimas dos respectivos partidos \bar{g}_P , para $P = A, B$, o que se chama neste trabalho de movimento centrífugo¹². Por outro lado, considerando o aspecto pragmático da utilidade dos partidos, eles também não optam por suas respectivas políticas preferidas \bar{g}_P , $P = A, B$, porque objetivam maximizar as chances de obterem a maioria dos votos, de forma que anunciam plataformas que se afastam de \bar{g}_P , indo na direção de g^* , considerado aqui como o movimento centrípeto. A Figura 4.2 ilustra graficamente esses dois movimentos.

¹² Por analogia ao trabalho de Baron (1994).



CP_P: movimento centrípeta do partido P , $P = A, B$

CF_P: movimento centrífugo do partido P , $P = A, B$

Figura 4.2 – Movimentação centrípeta e centrífuga dos partidos

Muito embora as plataformas anunciadas, \bar{g}_A^* e \bar{g}_B^* não coincidam com aquela plataforma representativa do ótimo social, g^* , pode-se considerar que tais plataformas são, de certo modo, “socialmente ótimas restritas”, pois apenas o aspecto ideológico dos partidos afeta seus valores, não havendo qualquer influência de contribuições de campanha, públicas e/ou privadas.

Nessa situação de inexistência de contribuições de campanha, somente a ideologia dos partidos definirá o quanto as plataformas anunciadas se afastarão da socialmente ótima. Na seqüência, procede-se a essa análise, identificando-se o papel da rigidez ideológica na escolha das plataformas pelos partidos.

De (4.8), obtém-se a seguinte expressão:

$$\frac{\partial \bar{g}_A^*}{\partial \gamma_A} = \frac{1}{\psi \left[H'' \left((H')^{-1} \left(1 + \frac{\gamma_A}{\psi} \right) \right) \right]} < 0$$

Considerando que $H(\cdot)$ é uma função estritamente côncava, a expressão acima indica que quanto maior a rigidez ideológica do partido A , γ_A , menor a plataforma escolhida por esse partido, ou seja, mais forte é o seu movimento centrífugo.

Analogamente, quanto maior a rigidez ideológica do partido B (γ_B), maior a plataforma escolhida por esse partido, uma vez que de (4.9) obtém-se:

$$\frac{\partial \bar{g}_B^*}{\partial \gamma_B} = \frac{-1}{\psi \left[H'' \left((H')^{-1} \left(1 - \frac{\gamma_B}{\psi} \right) \right) \right]} > 0$$

Assim, verifica-se que, se para um partido é muito custoso desviar de sua plataforma ideal, ele se afasta mais da plataforma socialmente ótima, g^* , no intuito de se aproximar da sua plataforma ótima, \bar{g}_P , para $P = A, B$.

Para um determinado partido, o *quantum* ótimo a se movimentar para uma ou outra direção depende também da função $(H')^{-1}$ (vide expressões 4.8 e 4.9). De fato, essa função pode assumir formatos tais que o ritmo de desvio pode ser não-simétrico entre os partidos, como, por exemplo, com a função $H = \sqrt{g}$. Para focalizar a análise na situação em que o determinante na movimentação a partir de g^* seja basicamente a rigidez ideológica dos partidos, considera-se que $(H')^{-1}$ é tal que permite uma movimentação simétrica entre os partidos¹³, de forma que, se $\gamma_A > \gamma_B$, necessariamente o partido A tem um movimento centrífugo maior que o partido B.

4.4.2. Com contribuição pública de campanha

Nesse caso, suponha que inexistem grupos de interesse formados, ou seja, O^J é igual a zero para todo $J = R, M, P$, ou ainda, que há uma proibição efetiva da contribuição privada, de forma que $\lambda = 0$, sendo, no entanto, destinados recursos públicos para as campanhas eleitorais, ou seja, $c \neq 0$.

Considerando que a destinação de recursos públicos na forma prevista no Capítulo 1 não afeta diretamente o anúncio das plataformas (vide expressões (1.12) e (4.6) para o caso do partido A), as plataformas anunciadas são as obtidas no caso anterior, dadas pelas expressões (4.8) e (4.9).

Assim, mesmo que os partidos possuam ideologia própria, obtém-se novamente que a contribuição pública de campanha não afeta o anúncio das respectivas plataformas de governo, não promovendo viés em favor de um ou outro grupo de interesse, como se espera com a presença de contribuição privada tratada a seguir.

4.4.3. Com contribuição privada

Passa-se a supor que não há contribuição pública ($c = 0$), mas que os partidos podem contar com os recursos provenientes dos grupos organizados, que se interessam em contribuir para as campanhas eleitorais de um ou de outro partido como forma de ampliar as respectivas chances de torná-los majoritários no Legislativo. Nesse caso, então, O^J é igual a um para pelo menos uma das classes sociais $J = R, M, P$.

¹³ Como, por exemplo, $H(g) = Kg - g^2$, em que K é suficientemente grande para garantir que a utilidade com a provisão do bem público, g , seja positiva e crescente no intervalo $[0, y-c]$. Nesse caso, H' e $(H')^{-1}$ são lineares, de forma que, se $\gamma_A = \gamma_B$ e $g_A = g^* - \delta$, então necessariamente $g_B = g^* + \delta$, em que δ mede o movimento centrífugo dos partidos.

O problema do grupo de interesse depende exclusivamente das plataformas anunciadas pelos partidos. Portanto, a solução encontrada no Capítulo 1 se aplica também à presente modelagem, de forma que as contribuições de campanha recebidas pelos partidos continuam dadas pela expressão (1.11), com $c = 0$, reescrita a seguir:

$$C_A - C_B = \lambda^2 \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \quad (1.11')$$

Considerando (1.11') aplicada em \bar{g}_A^* e \bar{g}_B^* nas expressões relativas à probabilidade de obtenção da maioria dos votos (dadas por (1.5) e (1.6) do Capítulo 1), pode-se maximizar a utilidade dos partidos políticos ideologicamente engajados (dadas pelas expressões (4.6) e (4.7)), obtendo-se as seguintes plataformas:

$$\bar{g}_A^L = (H')^{-1} \left(\frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y} + \frac{\gamma_A}{\psi \sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J)} \right)$$

$$\bar{g}_B^L = (H')^{-1} \left(\frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y} - \frac{\gamma_B}{\psi \sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J)} \right)$$

em que $\bar{\alpha} = \sum_J \alpha^J (1 - O^J)$, representando a parcela da população que não é organizada.

Reescrevem-se as expressões acima na seguinte forma:

$$\bar{g}_A^L = (H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \quad (4.10)$$

$$\bar{g}_B^L = (H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} - \frac{\gamma_B}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \quad (4.11)$$

em que $\bar{y}^L = \frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J)}$ e $\bar{\alpha}^L = \sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J)$.

A condição para que a simplificação representada pelas expressões (4.6) e (4.7) esteja garantida é que:

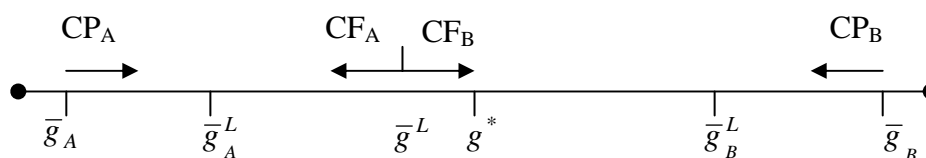
$$\sum_J \alpha^J [1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J] y^P < \sum_J \alpha^J [1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J] y^J < \sum_J \alpha^J [1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J] y^R$$

Como $y^P \leq y^J \leq y^R$, para todo $J = R, M, P$, com pelo menos uma desigualdade inativa, a condição acima será sempre satisfeita, de forma que a substituição da função valor-absoluto como em (4.6) e (4.7) encontra-se justificada, ou seja, $\bar{g}_A^L > \bar{g}_A$ e $\bar{g}_B^L < \bar{g}_B$.

Nessa situação, analisa-se o comportamento dos partidos a partir de outra referência. Considera-se agora a plataforma indicativa da ação dos grupos de interesse, g^L , dada pela expressão (1.14) do Capítulo 1, que por si só já sinaliza um desvio da plataforma anunciada em relação àquela que seria ótima para a sociedade, g^* , a fim de apontar para o fato de que os grupos de interesse, ao poderem financiar as campanhas eleitorais, compensam a perda de votos decorrentes desse desvio com a conquista de novos votos dos eleitores influenciáveis pelas campanhas.

O primeiro somando do argumento de $(H)^{-1}$ em (4.10) e (4.11) representa justamente esse desvio, de g^* em direção a g^L (ver expressão (1.15) do Capítulo 1). Porém, com a introdução do viés ideológico dos partidos, espera-se haver um novo desvio a partir de g^L (pelo segundo argumento de $(H)^{-1}$ em (4.10) e (4.11)), que se dá, da mesma forma que nos casos anteriores, para minimizar o custo de o partido não anunciar a sua plataforma ótima.

Considerando que neste modelo aos partidos é inerente uma certa rigidez ideológica, ou seja, valores positivos de γ_A e γ_B , garante-se que $\bar{g}_A^L < g^L < \bar{g}_B^L$, sendo possível identificar, novamente, duas movimentações simultâneas. Tendo em conta o aspecto ideológico da utilidade dos partidos e tomando a plataforma representativa da ação dos grupos de interesse, g^L , verifica-se uma movimentação centrífuga em sentidos opostos, de forma que os partidos se aproximem mais do que seria ótimo para eles, \bar{g}_A e \bar{g}_B . Por outro lado, pelo aspecto pragmático da utilidade dos partidos e pelas mencionadas plataformas ótimas dos partidos, modeladas mais ao extremo do intervalo $[0, y - c]$, a movimentação identificável é a centrípeta, em direção à plataforma g^L (Figura 4.3). Ao final, os partidos anunciam \bar{g}_A^L e \bar{g}_B^L porque representam plataformas a partir das quais a expectativa de votos do eleitorado compensa a perda de utilidade relativa ao afastamento da respectiva ideologia partidária.



CP_P: movimento centrípeta do partido P , $P = A, B$

CF_P: movimento centrífuga do partido P , $P = A, B$

Figura 4.3 – Movimentação centrípeta e centrífuga dos partidos

Em relação à representação constante da Figura 4.2, observa-se que o ponto de referência da movimentação representada na Figura 4.3 é a plataforma g^L e não mais a plataforma g^* . Isso

se dá porque se procura indicar o movimento decorrente da ideologia dos partidos e, na presença de contribuições privadas, o desvio da plataforma anunciada pelos partidos de g^* para g^L independe dessa movimentação ideológica.

Para um determinado partido P , o *quantum* ótimo a se movimentar para um ou outro sentido depende da influência dos grupos de interesse e do grau de rigidez ideológica γ_P .

A magnitude da influência dos grupos de interesse no desvio a partir da política ótima dos partidos em direção a g^L depende da composição daqueles grupos. Esse desvio é tanto maior quanto maior o peso da renda do grupo organizado, que leva em conta o seu tamanho (α^J) e o quanto aquele grupo consegue exercer influência, dada a efetividade dos gastos de campanha (h) e a possibilidade de controle do governo de contribuições ilegais (λ).

Por outro lado, quanto maior a rigidez ideológica, ou seja, maior valor de γ_P , maior o movimento centrífugo, ou seja, maior o desvio a partir da plataforma g^L em direção às plataformas ótimas dos partidos (\bar{g}_A e \bar{g}_B), como se verificam pelas derivadas a seguir apresentadas:

$$\frac{\partial \bar{g}_A^L}{\partial \gamma_A} = \frac{1}{\psi \bar{\alpha}^L \left[H'' \left((H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \right) \right]} < 0$$

$$\frac{\partial \bar{g}_B^L}{\partial \gamma_B} = \frac{-1}{\psi \bar{\alpha}^L \left[H'' \left((H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} - \frac{\gamma_B}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \right) \right]} > 0$$

Em termos dos valores que os grupos de interesse estão dispostos a contribuir quando os partidos possuem ideologia, inicialmente rerepresentam-se as equações (1.8) e (1.9) do Capítulo 1:

$$C_A^J = \max \{ 0, \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_A) - W^J(g_B)] \} \quad (1.8)$$

$$C_B^J = \max \{ 0, \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [W^J(g_B) - W^J(g_A)] \} \quad (1.9)$$

Pode-se dizer, então, que a divergência entre as plataformas anunciadas ($\bar{g}_A^L \neq \bar{g}_B^L$) faz com que, em geral, $W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)$ seja diferente de zero para $J = R, M, P$, tornando a diferença $C_A^J - C_B^J$ também não-nula no caso de algum grupo J ser organizado. Esse resultado traz mais riqueza ao modelo básico desenvolvido no Capítulo 1, uma vez que se obtém, a partir

do incremento da ideologia partidária, uma assimetria no problema dos partidos e, por consequência, a esperada contribuição privada dos grupos de interesse.

Mesmo que ainda se atinja o resultado de que cada grupo contribui exclusivamente para um partido, há, então, um real incentivo à efetiva contribuição de campanha pelos grupos organizados. Esse incentivo ocorre porque um partido que melhor represente um grupo contribuinte pode ter suas chances de obtenção da maioria dos assentos no Legislativo ampliada com a contribuição de campanha privada não-nula, como se verifica pelas expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1.

Como mencionado no Capítulo 1, as políticas ótimas dos grupos, g_R^* , g_M^* e g_P^* , são tais que, quanto maior a renda de um grupo, menor o valor da plataforma ótima para esse grupo no intervalo $[0, y-c]$. Considerando que os partidos são ideologicamente posicionados mais ao extremo do intervalo de plataformas viáveis, deslocando-se diferentemente para o centro, espera-se que os grupos de ricos e pobres estejam melhores representados pelos partidos A e B , respectivamente, o que gera incentivo àqueles grupos em, ao se organizarem, contribuírem para as campanhas eleitorais do partido que melhor os representa.

Já o grupo de renda média, se organizado, teria menor incentivo a financiar a campanha eleitoral de um ou outro partido pelo fato de as plataformas anunciadas gerarem, a princípio, uma menor diferença de utilidade para esse grupo. O exemplo constante da Figura 4.4, onde são posicionadas as plataformas ótimas dos grupos e as plataformas anunciadas pelos partidos, ilustra bem a situação em que o grupo de pobres acaba tendo maior incentivo a contribuir mais que o grupo de renda média.

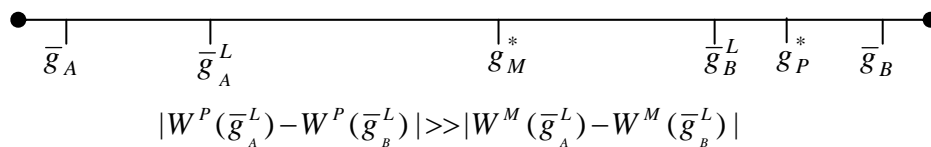


Figura 4.4 – Diferença de utilidade entre o grupo de pobres e de renda média

Espera-se, então, haver uma polarização da sociedade em que os grupos que mais gastam com a campanha eleitoral são os grupos de ricos e de pobres, uma vez que as contribuições são tanto maiores quanto maior a diferença de utilidade que um grupo auferir das plataformas

anunciadas pelos partidos¹⁴. Esse resultado sugere que, em países cuja população é preponderantemente formada por eleitores de classe média, as eleições possam ser mais baratas que em países em que a classe média é reduzida, o que é coerente com o achado de Samuels (2001), que aponta as eleições no Brasil como relativamente mais caras que as dos Estados Unidos¹⁵.

A influência do viés ideológico no nível de contribuição privada pode ser sentida analisando-se a expressão a seguir:

$$\frac{\partial(C_A^J - C_B^J)}{\partial\gamma_A} = \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J \left[\frac{\bar{y}^L - y^J}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi \bar{\alpha}^L} \right] \left[\frac{1}{\psi \bar{\alpha}^L H'' \left((H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \right)} \right]$$

Se a rigidez ideológica do partido A for suficientemente elevada, o primeiro termo entre colchetes da expressão acima se torna positivo e, como o segundo termo entre colchetes é negativo, a expressão pode se tornar negativa, indicando que, mesmo que o grupo organizado de ricos prefira, *a priori*, o partido A, seu apoio a esse partido é tanto menor quanto maior for a rigidez ideológica. No limite, é possível que esse grupo venha a apoiar o partido B. Como o partido A tem uma menor movimentação centrípeta devido a sua elevada rigidez ideológica, o partido B, com uma rigidez ideológica relativamente menor, pode proporcionar mais utilidade ao grupo de ricos. Esse efeito pode ser potencializado ao se considerar a situação em que o partido B possui uma baixa rigidez ideológica, ampliando seu movimento centrípeta e se aproximando do que é ótimo para o grupo de ricos (Figura 4.5). Dessa forma, é possível dizer que, uma maior rigidez ideológica prejudica a arrecadação de contribuições de campanha que os partidos podem vir a angariar.

¹⁴ Menciona-se que esse resultado poderia valer mesmo que existissem mais de dois candidatos. Isso porque, havendo ideologia partidária, o partido que defendesse uma plataforma mais central somente seria financiado por um grupo de interesse de renda média se a aversão ao risco desse grupo fosse suficientemente grande para compensar o custo desse financiamento em relação à utilidade que o grupo poderia esperar com plataformas mais extremas dos outros partidos.

¹⁵ Essa comparação entre países com tão diferentes formações partidárias como o Brasil, essencialmente multipartidário, e os Estados Unidos, onde o bipartidarismo é muito mais forte, faz-se viável na medida em que se consideram as permanentes formações de blocos partidários tanto durante as legislaturas, quanto durante as campanhas eleitorais. Um exemplo disso é a coalizão existente entre os chamados partidos de centro-direita, PSDB e PFL, que tem perdurado por muitos anos, consolidando-se no atual período eleitoral por meio do lançamento de uma candidatura conjunta à presidência da república.

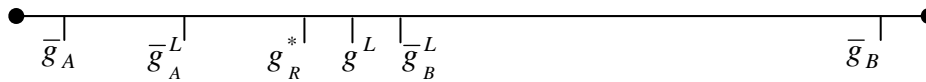


Figura 4.5 – Comparação da rigidez ideológica dos partidos

Essa situação também pode se verificar no caso de o grupo de pobres ser organizado, pois se o partido B tiver rigidez ideológica elevada, a sua vantagem inicial para atrair o apoio do grupo P pode ser diminuída por uma flexibilização do partido A . O gráfico a seguir indica esse resultado:

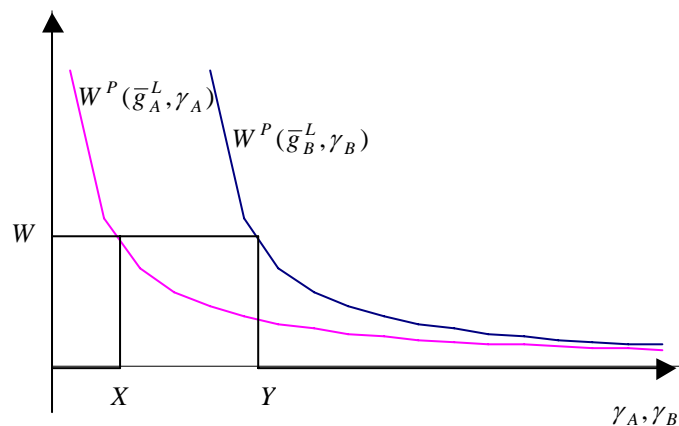


Gráfico 4.1 – Utilidade da classe de pobres a partir da rigidez ideológica dos partidos

Considere a função representada no Gráfico 1 como a utilidade da classe pobre a partir da rigidez ideológica dos partidos γ_P , dadas as plataformas \bar{g}_P^L , para $P = A, B$. Se a rigidez do partido A está no intervalo $[0, X]$ e a rigidez do partido B está no intervalo $[Y, +\infty)$, a utilidade da classe de pobres é maior a partir da plataforma \bar{g}_A^L do que a partir de \bar{g}_B^L . O grupo P pode atingir o mesmo nível de utilidade W com o partido A que se poderia esperar que esse grupo atingisse com o partido B se $\gamma_A = X$ e $\gamma_B = Y$. Dessa forma, pode-se dizer que uma maior rigidez ideológica pode reverter por completo o esquema de contribuição entre partidos e grupos.

4.4.4. Com contribuições pública e privada

Não havendo qualquer restrição às contribuições de campanha que os partidos podem obter e considerando novamente que a destinação de recursos públicos na forma estabelecida no Capítulo 1 não afeta diretamente o anúncio das plataformas (vide expressões (1.12) do Capítulo

1 e (4.6) para o caso do partido A), as plataformas anunciadas nesse caso são as obtidas no caso anterior, dadas pelas expressões (4.10) e (4.11), valendo todas as conclusões antes apresentadas.

Passa-se, na seqüência, a analisar a influência da ideologia dos partidos políticos na probabilidade de eles obterem a maioria dos assentos no Legislativo. As probabilidades de sucesso dos partidos são avaliadas, em termos estáticos e em termos dinâmicos, nas mesmas situações em que se analisaram as plataformas anunciadas: ausência de contribuições, apenas contribuições pública, apenas contribuição privada e com contribuições pública e privada.

4.5. Probabilidade de obtenção da maioria dos votos

4.5.1. Ausência de contribuição de campanha

Na ausência de contribuição de campanha as probabilidades de os partidos obterem a maioria dos votos são dadas por:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi [W(\bar{g}_A^*) - W(\bar{g}_B^*)]$$

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi [W(\bar{g}_A^*) - W(\bar{g}_B^*)]$$

em que $W(\bar{g}_P^*) = \sum_J \alpha^J W^J(\bar{g}_P^*)$, para $P = A, B$.

Portanto, tais probabilidades dependem exclusivamente da diferença de utilidade que as plataformas anunciadas geram aos agentes. Se $W(\bar{g}_A^*) > W(\bar{g}_B^*)$, o partido A é o de maior chance de sucesso, ou seja, tem mais chance de obter a maioria dos assentos no Legislativo. Caso contrário, o partido B passa a ser o partido favorito.

Como $W(g_P)$, para $P = A, B$, representa uma média ponderada das utilidades das diversas classes em que estão divididos os eleitores, a probabilidade de sucesso depende da proporção das classes sociais (α^J) e das plataformas.

Como mencionado anteriormente, as políticas ótimas dos grupos, g_R^* , g_M^* e g_P^* , são tais que, quanto maior a renda do grupo, menor o valor da plataforma preferida por eles no intervalo $[0, y - c]$. Assim, espera-se que $W^P(\bar{g}_B^*) > W^P(\bar{g}_A^*)$, para um dado nível de rigidez ideológica dos partidos, γ_P , $P = A, B$. Por essa razão, diz-se que:

$$\frac{\partial p_B}{\partial \alpha^P} = -\psi [W^P(\bar{g}_A^*) - W^P(\bar{g}_B^*)] > 0$$

Pode-se concluir, então, que quanto maior a proporção da classe mais pobre, maior a chance de sucesso do partido B , cuja plataforma anunciada \bar{g}_B^* se encontra mais à direita de g^* . Nesse caso, a ideologia do partido B pode afetar positivamente a sua probabilidade de obter a maioria dos votos, vez que, ao considerarmos a classe social pobre como a mais representativa, o movimento centrífugo devido à rigidez ideológica de B pode aumentar a utilidade média ponderada dos eleitores, $W(\bar{g}_B^*)$.

Há que se ponderar, no entanto, que se B tiver uma rigidez ideológica muito elevada, levando a uma maior proximidade da política extrema \bar{g}_B , isso desagrade por completo as outras classes sociais, podendo até desapontar a classe social mais representativa, a dos pobres. Nesse caso, o eleitorado pode partir para a escolha do partido A caso ele anuncie uma plataforma mais de centro, devido a uma menor rigidez ideológica. A desvantagem provocada por uma maior rigidez ideológica para o partido B pode ser verificada na equação a seguir:

$$\frac{\partial p_B}{\partial \gamma_B} = \frac{\gamma_B}{\psi H'' \left((H')^{-1} \left(1 - \frac{\gamma_B}{\psi} \right) \right)} < 0$$

Analogamente, pode-se dizer que o partido A tem maior chance de sucesso caso a maior parte da população pertença à classe dos ricos, uma vez que, nesse caso, é preferível uma plataforma mais à esquerda de g^* , ou seja, uma menor plataforma na escala $[0, y - c]$:

$$\frac{\partial p_A}{\partial \alpha^R} = \psi [W^R(\bar{g}_A^*) - W^R(\bar{g}_B^*)] > 0$$

Da mesma forma que na situação anterior, se o partido A tiver uma rigidez ideológica muito elevada, ele desagrade todas as classes, inclusive a dos ricos, reduzindo suas chances de obtenção da maioria dos assentos no Legislativo, com se verifica a seguir:

$$\frac{\partial p_A}{\partial \gamma_A} = \frac{\gamma_A}{\psi H'' \left((H')^{-1} \left(1 + \frac{\gamma_A}{\psi} \right) \right)} < 0$$

Menciona-se que $\partial p_B / \partial \alpha_R < 0$ e $\partial p_B / \partial \gamma_A > 0$, enquanto $\partial p_A / \partial \alpha_P < 0$ e $\partial p_A / \partial \gamma_B > 0$, em decorrência da relação $p_A = 1 - p_B$. Assim, se, a princípio, B (A) representa melhor a classe de pobres (ricos), a classe de ricos (pobres) ser numerosa é desvantajoso para B (A). Da mesma maneira, quanto maior a rigidez ideológica de um partido, melhor a chance de sucesso do outro.

Por outro lado, se a classe mais numerosa for a de renda média, não se pode indicar, *a priori*, o favoritismo de um ou outro partido, pois não se sabe quais são os sinais das expressões a seguir:

$$\frac{\partial p_A}{\partial \alpha^M} = \psi [W^M(\bar{g}_A^*) - W^M(\bar{g}_B^*)] \quad \text{e} \quad \frac{\partial p_B}{\partial \alpha^M} = -\psi [W^M(\bar{g}_A^*) - W^M(\bar{g}_B^*)]$$

Nesse caso, espera-se que o partido que anunciar uma plataforma mais ao centro do intervalo $[0, y - c]$, onde provavelmente está a plataforma preferida pela classe média, seja o de maior chance de sucesso. Para isso, no entanto, é necessário que esse partido possua um viés ideológico mais baixo, de forma a minimizar o movimento centrífugo em direção da sua plataforma ótima, que se supõe de extrema direita ou esquerda. Na Figura 4.6, representa-se o favoritismo do partido A, cuja plataforma anunciada \bar{g}_A^* se aproxima mais da plataforma preferida pela classe média (g_M^*), indicando uma menor rigidez ideológica se comparada à do partido B.

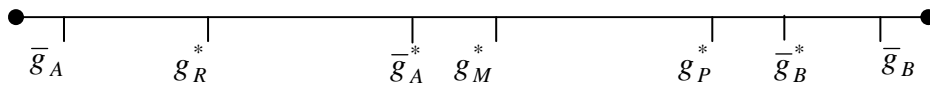


Figura 4.6 – Favoritismo do partido A frente ao partido B.

4.5.2. Com contribuição pública de campanha

Com contribuição pública de campanha as probabilidades de sucesso dos partidos são dadas por¹⁶:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi \left[\left(W(\bar{g}_A^*) - W(\bar{g}_B^*) \right) + (h\bar{\alpha} c(\beta_A - \beta_B)) \right] \quad (4.12)$$

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi \left[\left(W(\bar{g}_A^*) - W(\bar{g}_B^*) \right) + (h\bar{\alpha} c(\beta_A - \beta_B)) \right] \quad (4.13)$$

Assim, além da influência da proporção das classes sociais (α^J) e das plataformas anunciadas (\bar{g}_A^* e \bar{g}_B^*), as chances de os partidos obterem a maioria dos votos dependem

¹⁶ Postula-se, neste caso, $\lambda=0$.

também da efetividade e alcance das campanhas (h e $\bar{\alpha}$) e das contribuições públicas, mais especificamente, da proporção dos partidos no Legislativo (β_P , para $P=A,B$). Verifica-se, então, que a contribuição pública promove um novo efeito sobre as probabilidades, sendo necessário identificar qual é dominante: o primeiro, decorrente do nível de utilidade média ponderada que as plataformas geram no eleitorado, ou o segundo, referente aos recursos públicos utilizados durante as campanhas eleitorais para influenciar os eleitores não organizados.

Nesse caso, considerando a análise do Capítulo 3, é possível estudar as probabilidades de sucesso dos partidos tanto em termos estáticos, quanto em termos dinâmicos. Dessa forma, essa seção é subdividida em outras duas, apresentadas a seguir.

Análise estática

Pode-se dizer que, para uma rigidez ideológica suficientemente pequena, o partido B é favorito quando a classe de pobre for mais representativa somente se o efeito da contribuição pública não diminuir essa vantagem. Assim, considerando válida toda a análise relativa à influência da utilidade média ponderada do eleitorado sobre a probabilidade de sucesso dos partidos, parte-se para a verificação da influência do financiamento público de campanha.

O favoritismo de B pode continuar quando, assim como a parcela relativa à diferença de utilidade do eleitorado em (4.13), a parcela relativa à contribuição pública lhe for favorável, o que ocorre quando $\beta_B > \beta_A$. Nesse caso, o que se verifica é que B , além de obter mais votos por anunciar uma plataforma mais favorável à maioria da população, consegue também influenciar mais a sociedade, uma vez que recebe mais recurso para isso.

Por outro lado, B pode ainda ser o favorito quando a parcela relativa à contribuição pública na expressão da probabilidade não lhe for suficientemente desfavorável ($\beta_B < \beta_A$) a ponto de anular ou superar a parcela da diferença de utilidade dos eleitores. Assim, mesmo que B não possa contar com os recursos públicos para ampliar a sua vantagem, esse partido ainda pode ter mais chances de vencer as eleições ao anunciar uma plataforma que favoreça a maioria da população.

Analogamente, para uma rigidez ideológica suficientemente pequena, o partido A é favorito em uma sociedade predominantemente rica quando a parcela relativa à contribuição pública na expressão da probabilidade de sucesso de A lhe for favorável ($\beta_A > \beta_B$), ou quando aquela parcela não lhe for suficientemente desfavorável ($\beta_A < \beta_B$) a ponto de anular ou superar a parcela da diferença de utilidade dos eleitores.

Dessa forma, a contribuição pública pode manter o favoritismo de um determinado partido, somando-se ao efeito da utilidade média ponderada do eleitorado, ou alterar por completo a respectiva possibilidade de sucesso, sobrepondo-se a esse último efeito. Nos casos em que o financiamento público inverte o favoritismo dos partidos, o anúncio de plataformas que gerem maior utilidade à maioria da população passa a ter um papel secundário na definição da probabilidade de obter a maioria dos votos, sendo determinante a proporção em que os recursos públicos são repassados.

Porém, se a rigidez ideológica dos partidos for muito elevada, representando um movimento centrífugo muito forte em direção a \bar{g}_P , para $P = A, B$, a vantagem relativa à diferença de utilidade do eleitorado característica de um ou outro partido pode, como visto no caso em que não há contribuição, tornar-se uma desvantagem. Se, no entanto, a contribuição pública de campanha for suficientemente grande, a perda de votos decorrente de uma plataforma que não agrada a maioria da população pode ser compensada pelo aumento dos votos dos eleitores não organizados que se influenciam com a campanha eleitoral, conferindo um papel decisivo à contribuição pública de campanha nessa situação.

É importante observar que esse efeito da contribuição pública depende fortemente da proporção de eleitores influenciáveis ($\bar{\alpha}$) e da efetividade dos gastos de campanha (h). A influência da proporção de eleitores influenciáveis é dada pelas expressões:

$$\frac{\partial p_A}{\partial \bar{\alpha}} = \psi h c (\beta_A - \beta_B)$$

$$\frac{\partial p_B}{\partial \bar{\alpha}} = -\psi h c (\beta_A - \beta_B)$$

Assim, para uma dada efetividade dos gastos de campanha (h) e um dado custo *per capita* de o governo financiar a campanha eleitoral (c), a probabilidade de sucesso do partido que tiver maioria no Legislativo é tanto maior quanto maior a proporção de eleitores influenciáveis ($\bar{\alpha}$), enquanto o outro partido, minoritário no Legislativo, tem sua probabilidade de sucesso reduzida quanto maior a proporção de eleitores influenciáveis ($\bar{\alpha}$).

De maneira análoga, para uma dada proporção de eleitores influenciáveis ($\bar{\alpha}$) e um dado custo *per capita* de o governo financiar a campanha eleitoral (c), a probabilidade de sucesso do partido que tiver maioria (minoría) no Legislativo é tanto maior (menor) quanto maior a efetividade dos gastos de campanha (h), pois tem-se:

$$\frac{\partial p_A}{\partial h} = \psi \bar{\alpha} c (\beta_A - \beta_B)$$

$$\frac{\partial p_B}{\partial h} = -\psi \bar{\alpha} c(\beta_A - \beta_B)$$

Dessa forma, em um país pobre, onde se espera que a maior parte da população seja influenciável (não organizada em grupos de interesse) e que as campanhas eleitorais sejam bastante efetivas, o financiamento público de campanhas eleitorais pode levar a um resultado que não representa a vontade da maioria dos eleitores. Isso porque, nesse cenário, o efeito sobre a probabilidade de os partidos obterem a maioria dos assentos no Legislativo devido à contribuição pública (terceira parcela das expressões (4.12) e (4.13)) pode superar o efeito da diferença de utilidade média ponderada da população (segunda parcela daquelas expressões), sinalizando um possível conflito de representatividade da composição legislativa que se estabelecerá.

Análise dinâmica

Em termos dinâmicos, o papel da contribuição pública na definição da probabilidade de sucesso, ou mais especificamente da proporção dos partidos no Legislativo no longo prazo, pode ser estudado por meio da proposição apresentada no Capítulo 3, Seção 3.2.

A relação entre a proporção dos partidos no Legislativo e a probabilidade de obtenção da maioria dos votos é dada pela expressão:

$$E[\beta_A] = p_A + \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right) \kappa \quad (4.14)$$

em que $\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \kappa^J$ e $\kappa^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B)$.

Adotam-se as mesmas notações do Capítulo 3, vez que se identifica daqui por diante $E[\beta_A]$ apenas como β_A . Além disso, um expoente indica o período de tempo correspondente. Assim, o jogo começa ao final do período $t = 0$, em que a representação do partido A no Legislativo é β_A^0 . As eleições ocorrem no período $t = 1$ e a representação do partido A passa a ser β_A^1 e assim por diante. A probabilidade p_A^t denota as chances de A obter a maioria dos assentos nas eleições que ocorrem no fim do período $t-1$, definindo o Legislativo no período t .

Considerando as plataformas a serem anunciadas, expressas por (4.8) e (4.9), e substituindo nas expressões (4.12), (4.13) e (4.14), obtêm-se as seguintes igualdades:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi \bar{W}^* \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i + (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right) \quad (4.15)$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \phi \bar{W}^* \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\frac{1}{2} - \beta_B^0 \right) \quad (4.16)$$

em que $\bar{W}^* = W(\bar{g}_A^*) - W(\bar{g}_B^*)$ e $\beta_A^t + \beta_B^t = 1$, sendo válidos os valores dessas proporções que estão limitados ao intervalo $[0,1]$.

Para um dado valor de \bar{W}^* , as proporções dos partidos, no longo prazo, são analisadas considerando-se três casos: $c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$, $c = \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$ e $c > \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$.

Caso 1: $c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$

Reapresentam-se as proporções dos partidos no longo prazo da seguinte maneira:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi \bar{W}^* \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) + (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right)$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \phi \bar{W}^* \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\frac{1}{2} - \beta_B^0 \right)$$

Quando a contribuição pública é pequena, obtém-se:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} (2\phi h \bar{\alpha} c)^t = 0$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} = \frac{1}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

Dessa forma, as proporções dos partidos no longo prazo tendem a:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_A^t = \frac{1}{2} + \frac{\phi \bar{W}^*}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_B^t = \frac{1}{2} - \frac{\phi \bar{W}^*}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

Pode-se dizer, então, que, com o passar do tempo, a contribuição pública fica cada vez menos determinante na definição da proporção dos partidos. Sendo $(1 - 2\phi h \bar{\alpha} c) > 0$, o fator fixo $\phi \bar{W}^*$ definirá sozinho, no longo prazo, como será a composição do Legislativo, ou seja, tal composição dependerá da diferença de utilidade média ponderada que o eleitorado tem com as plataformas anunciadas \bar{g}_A^* e \bar{g}_B^* .

Assim, vale a análise feita anteriormente, no tocante à probabilidade de sucesso, passando-se agora a aplicar os resultados à proporção dos partidos no longo prazo. Isso significa

dizer que se a classe predominante for a de pobres e o partido B tiver uma rigidez ideológica suficientemente pequena, B será majoritário no longo prazo ($\phi\bar{W}^*$ negativo). Por outro lado, se a classe predominante for a de ricos e o partido A também tiver uma rigidez ideológica suficientemente pequena, A será majoritário no longo prazo ($\phi\bar{W}^*$ positivo).

Se a rigidez ideológica de algum partido for muito alta, aquele que conseguir agradar mais a maioria do eleitorado será majoritário, mesmo que isso resulte na situação em que, por exemplo, o partido A seja o majoritário em uma sociedade predominantemente pobre. No entanto, se a classe média for a predominante, o partido de menor rigidez ideológica tenderá a ser majoritário no longo prazo.

Caso 2: $c = \frac{1}{2\phi h\bar{\alpha}}$

Dessa forma, as proporções no período t serão dadas por:

$$\beta_A^t = t\phi\bar{W}^* + \beta_A^0$$

$$\beta_B^t = -t\phi\bar{W}^* + \beta_B^0$$

Nesse caso bem particular, verifica-se que no longo prazo haverá a dominância de um partido em relação ao outro, uma vez que o primeiro termo de ambas as expressões tende a infinito (em valor absoluto). O que definirá qual dos partidos será o dominante no longo prazo será o fator fixo $\phi\bar{W}^*$. Se esse fator for negativo, indicando que a sociedade prefere a plataforma anunciada pelo partido B , esse partido será o dominante no longo prazo. Caso contrário, $\phi\bar{W}^* > 0$, o partido A dominará no longo prazo.

Menciona-se que a inserção da ideologia na utilidade dos partidos é a variação em relação à análise do Capítulo 3 que gerou dominância de um partido em relação ao outro já a partir desse valor limite do financiamento público. Esse resultado depende exclusivamente da divergência de plataformas decorrente do fator ideológico dos partidos, de forma que, a partir de agora, não só o financiamento público pode reduzir a competitividade entre os partidos, mas também as ideologias partidárias reduzem a competitividade dos partidos no longo prazo, gerando a preferência de um partido em relação ao outro para com a sociedade.

Da mesma forma que no caso anterior, pode-se dizer que se a classe predominante for a de pobres (ricos) e o partido B (A) tiver uma rigidez ideológica suficientemente pequena, B (A) será dominante no Legislativo ($\phi\bar{W}^*$ negativo (positivo)). Também se diz que, se a rigidez

ideológica de algum partido for muito alta, o partido que conseguir agradar mais a maioria do eleitorado dominará o Legislativo e se a classe média for a predominante, o partido de menor rigidez ideológica tenderá a prevalecer no Legislativo no longo prazo.

Caso 3: $c > \frac{1}{2\phi h\bar{\alpha}}$

As expressões (4.15) e (4.16) podem ser representadas como a seguir:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \frac{\phi\bar{W}^*}{1 - 2\phi h\bar{\alpha}c} + \frac{(2\phi h\bar{\alpha}c)^t}{2\phi h\bar{\alpha}c - 1} \left\{ \phi\bar{W}^* + \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2}\right)[(2\phi h\bar{\alpha}c) - 1] \right\}$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \frac{\phi\bar{W}^*}{1 - 2\phi h\bar{\alpha}c} - \frac{(2\phi h\bar{\alpha}c)^t}{2\phi h\bar{\alpha}c - 1} \left\{ \phi\bar{W}^* + \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2}\right)[(2\phi h\bar{\alpha}c) - 1] \right\}$$

Analisando as expressões acima, verifica-se que, na situação de elevada contribuição pública, haverá também a dominância de um partido em relação ao outro, uma vez que o fator que multiplica o termo entre colchetes tende a infinito. Para se saber qual partido será o dominante no longo prazo, é preciso analisar a relação entre os fatores fixos $(2\phi h\bar{\alpha}c)$, $\phi\bar{W}^*$ e $(\beta_A^0 - \frac{1}{2})$.

Para um dado valor de contribuição pública *per capita* c , pode-se dizer que se $\phi\bar{W}^* \gg 0$, significando que a sociedade prefere muito mais o partido A ao partido B devido a uma grande divergência de plataformas entre eles, A pode vir a dominar no longo prazo a composição legislativa, mesmo que sua situação inicial não lhe seja muito favorável ($\beta_A^0 < 1/2$). Nesse caso, o partido B, tendo uma composição legislativa inicialmente mais favorável, receberia mais recursos que A no início do jogo repetido, mas a sua ideologia forte faria com que, no longo prazo, B fosse diminuindo sua participação no Legislativo, de forma que se pode dizer que o efeito da ideologia partidária estaria minimizando o efeito do financiamento público capturado na análise do Capítulo 3, Seção 3.4.

No entanto, se houver pequena divergência ideológica, o fator $\phi\bar{W}^*$ passa a não ser determinante na definição de qual partido irá dominar no longo prazo. Nesse caso, sendo a contribuição pública elevada, a composição inicial do Legislativo será o fator decisivo para se estabelecer qual partido será o dominante. Se $\beta_A^0 > 1/2$, então $\beta_A^t \rightarrow 1$ quando $t \rightarrow \infty$, de forma

que $\beta'_B \rightarrow 0$. Por outro lado, se $\beta_B^0 > 1/2$, então $\beta'_B \rightarrow 1$, de forma que $\beta'_A \rightarrow 0$. Dessa forma, o efeito de longo prazo capturado no Capítulo 3, Seção 3.4, volta a se fazer presente e dominante.

Identifica-se, no entanto, uma diferenciação entre a análise realizada nesta seção e aquela constante da Seção 3.4 do Capítulo 3, quando se considerou a modelagem sem o aspecto ideológico dos partidos e havia convergência das plataformas anunciadas. Não só um elevado financiamento público de campanha, mas também uma ideologia partidária forte pode gerar a dominância de um partido no longo prazo, ameaçando da mesma maneira a competição eleitoral. Se, no entanto, a ideologia não se mostrar suficientemente forte, a divergência de plataformas não minimizará o efeito de longo prazo do financiamento público, que dominará e perpetuará o partido que inicialmente for maioria no Legislativo.

Dessa forma, o financiamento público continua tendo um papel fundamental na composição do Legislativo no longo prazo. Se suficientemente pequeno, o que determinará as proporções dos partidos será a diferença de utilidade do eleitorado a partir das plataformas anunciadas, que, por sua vez, dependem da rigidez ideológica dos partidos e das proporções das diversas classes sociais. No entanto, se a contribuição pública for muito alta, a ideologia partidária pode não ser determinante na composição do Legislativo no longo prazo. Havendo grande divergência de política, a ideologia define o partido dominante no longo prazo. Com pequena divergência, o financiamento público determina aquela composição, em detrimento da consideração da utilidade dos eleitores, o que poderia, dependendo da composição do eleitorado e da ideologia dos partidos, sinalizar uma situação de completa ausência de representatividade do partido dominante, que é mantido no poder apenas pela sua capacidade de influenciar, via propaganda política e outros instrumentos que envolvem os recursos recebidos, o voto popular. Nessa situação, atinge-se uma composição legislativa tal que possibilita a implantação de políticas viesadas em direção às plataformas ótimas dos partidos, que podem se mostrar extremas e distantes do ótimo social.

4.5.3. Com contribuição privada

Com contribuição privada apenas¹⁷, os partidos passam a ter as seguintes probabilidades de obtenção da maioria dos votos:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi \left[[W(\bar{g}_A^L) - W(\bar{g}_B^L)] + \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)] \right]$$

¹⁷ Postula-se, portanto, que $c = 0$.

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi \left[[W(\bar{g}_A^L) - W(\bar{g}_B^L)] + \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)] \right]$$

Assim, além do fator relativo à diferença de utilidade média ponderada que os agentes auferem com as plataformas anunciadas na situação de apenas contribuição privada ($W(\bar{g}_A^L) - W(\bar{g}_B^L)$), há também a influência de um outro fator relativo à contribuição privada propriamente dita, doada pelos grupos de interesse aos partidos ($C_A - C_B = \lambda^2 \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)]$).

Nesse caso, então, embora a média ponderada de utilidade possa ser favorável a um determinado partido, as contribuições privadas podem ser favoráveis a outro, uma vez que essa contribuição somente considera a diferença de utilidade dos grupos organizados em *lobby*. Dessa forma, é preciso avaliar os efeitos que cada um desses fatores produzem na probabilidade de sucesso dos partidos.

Considerando serem as plataformas anunciadas nessa situação complexas funções de h , $\bar{\alpha}$ e α^J ($\bar{g}_A^L = f(\alpha^J, h, \bar{\alpha})$ e $\bar{g}_B^L = f(\alpha^J, h, \bar{\alpha})$, para $J = R, M, P$, conforme expressões (4.10) e (4.11)), não se procede à análise das probabilidades de sucesso dos partidos para determinadas composições da sociedade (classe dominante e/ou organizada) ou sendo dadas a efetividade dos gastos de campanha ou a parcela da população influenciável, da maneira como se procedeu nas Seções 4.5.1 e 4.5.2. No entanto, pode-se ainda obter informação importante a respeito do efeito da rigidez ideológica dos partidos sobre as respectivas probabilidades de sucesso.

No caso em que se associam os efeitos do *lobby* pré-eleitoral e da ideologia partidária nas plataformas anunciadas pelos partidos, ainda se mantém o resultado de que a ideologia forte reduz as chances dos partidos de obterem a maioria dos votos, como se observa das expressões a seguir apresentadas:

$$\frac{\partial p_B}{\partial \gamma_B} = \frac{\gamma_B}{\psi \bar{\alpha}^L} \left[\frac{1}{H'' \left((H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} - \frac{\gamma_B}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \right)} \right] < 0$$

$$\frac{\partial p_A}{\partial \gamma_A} = \frac{\gamma_A}{\psi \bar{\alpha}^L} \left[\frac{1}{H'' \left((H')^{-1} \left(\frac{\bar{y}^L}{y} + \frac{\gamma_A}{\psi \bar{\alpha}^L} \right) \right)} \right] < 0$$

Esse resultado permanece porque o viés em favor dos grupos de interesse, devido ao *lobby* pré-eleitoral e independente da ideologia partidária, não é suficiente para se sobrepor ao efeito negativo de um movimento centrífugo elevado decorrente de uma ideologia exacerbada, que visa exclusivamente satisfazer o partido e não os grupos de interesse.

Por fim, menciona-se que ainda se observa $\partial p_B / \partial \gamma_A > 0$ e $\partial p_A / \partial \gamma_B > 0$, uma vez que isso resulta de $p_A = 1 - p_B$, ou seja, quanto mais rígido ideologicamente o partido oponente, melhor para o partido menos rígido.

4.5.4. Com contribuições pública e privada

Ao contar com os dois tipos de contribuições de campanha, pública e privada, os partidos passam a ter as seguintes probabilidades de obtenção da maioria dos votos:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi \left[[W(\bar{g}_A^L) - W(\bar{g}_B^L)] + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)] + h \bar{\alpha} c(\beta_A - \beta_B) \right] \quad (4.17)$$

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi \left[[W(\bar{g}_A^L) - W(\bar{g}_B^L)] + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)] + h \bar{\alpha} c(\beta_A - \beta_B) \right] \quad (4.18)$$

Nessa situação, todas as influências estão sendo consideradas nas três parcelas componentes das expressões (4.17) e (4.18): a diferença de utilidade média ponderada (com as respectivas proporções dos grupos), as contribuições privadas dos grupos de interesse organizados em *lobby* e a contribuição pública distribuída de acordo com as proporções dos partidos. Assim, é necessário verificar se haverá sobreposição de efeitos e qual deles é mais significativo.

Em termos estáticos, a análise desenvolvida na seção anterior ainda se aplica, de forma que se conclui ser prejudicial às chances de sucesso de um partido uma ideologia partidária forte. A diferença aqui é que a contribuição pública pode amenizar ou até ampliar o efeito negativo dessa ideologia, uma vez que um partido ideologicamente muito engajado pode ter uma proporção legislativa maior (menor) e, com isso, aumentar (reduzir) as suas chances de obtenção da maioria dos votos.

Sob outro ponto de vista, no caso de a sociedade como um todo ter uma preferência diferente daquela manifestada pelos grupos de interesse, seria possível esperar que o financiamento público equalizasse os efeitos relativos àqueles fatores. No curto prazo, essa situação poderia até ocorrer, favorecendo a competição eleitoral, na medida em que estariam equilibradas as forças atuantes no processo eleitoral. No entanto, uma análise de longo prazo do

financiamento público é mais apropriada para avaliar esse papel do financiamento público, o que será discutido a seguir.

Retomando a proposição apresentada no Capítulo 3, Seção 3.2, tem-se que a relação entre a proporção dos partidos no Legislativo e a probabilidade de obtenção da maioria dos votos é dada pela expressão:

$$E[\beta_A] = p_A + \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right) \kappa \quad (4.19)$$

em que $\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \kappa^J$ e $\kappa^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B)$.

Simplifica-se novamente a notação, identificando-se $E[\beta_A]$ por β_A e utilizando o expoente t para indicar o período de tempo, com o jogo começando ao final do período $t = 0$, as eleições ocorrendo no período $t = 1$ e assim por diante.

Considerando as plataformas a serem anunciadas, expressas por (4.10) e (4.11), e substituindo nas expressões (4.17), (4.18) e (4.19), obtêm-se as seguintes expressões para as proporções dos partidos no período t :

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi \bar{W}^L \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i + \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J} \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i + (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right) \quad (4.20)$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \phi \bar{W}^L \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i - \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J} \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\frac{1}{2} - \beta_B^0 \right) \quad (4.21)$$

em que $\bar{W}^L = W(\bar{g}_A^L) - W(\bar{g}_B^L)$, $\bar{W}^{L,J} = W^J(\bar{g}_A^L) - W^J(\bar{g}_B^L)$ e $\beta_A^t + \beta_B^t = 1$, sendo válidos os valores dessas proporções que estão limitados ao intervalo $[0,1]$.

Os fatores de \bar{W}^L e de $\sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}$ se referem, respectivamente, à utilidade média ponderada de todas as classes sociais e à utilidade média ponderada dos grupos organizados em *lobby* a partir do anúncio das plataformas \bar{g}_A^L e \bar{g}_B^L , as quais consideram tanto a influência do *lobby* quanto a da ideologia partidária. Mais uma vez, a análise das proporções dos partidos no longo prazo é decorrente da consideração de três diferentes valores para a contribuição pública *per capita*:

$$c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}, \quad c = \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}} \quad \text{e} \quad c > \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}.$$

Caso 1: $c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$

Representam-se as proporções dos partidos no longo prazo da seguinte maneira:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi \bar{W}^L \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) + \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J} \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) + (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right)$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \phi \bar{W}^L \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) - \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J} \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\frac{1}{2} - \beta_B^0 \right)$$

Quando a contribuição pública é pequena, obtém-se:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} (2\phi h \bar{\alpha} c)^t = 0$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} = \frac{1}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

Dessa forma, as proporções dos partidos no longo prazo tendem a:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_A^t = \frac{1}{2} + \frac{\phi \bar{W}^L}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} + \frac{\phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_B^t = \frac{1}{2} - \frac{\phi \bar{W}^L}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} - \frac{\phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

Da mesma forma que na análise dinâmica da Seção 4.5.2., a contribuição pública fica cada vez menos determinante na definição da proporção dos partidos no longo prazo. Sendo $(1 - 2\phi h \bar{\alpha} c) > 0$, os fatores \bar{W}^L e $\sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}$ definirão a composição do Legislativo, de forma que ela dependerá das utilidades que as plataformas anunciadas com ambas as contribuições (\bar{g}_A^L e \bar{g}_B^L) geram à sociedade como um todo e aos grupos de interesse financiadores das campanhas eleitorais.

Assim, dadas as proporções das classes sociais e a rigidez ideológica dos partidos, se a sociedade preferir um partido e os grupos de interesse preferirem o outro partido, os efeitos desses dois fatores serão opostos, não se podendo definir *a priori* qual partido se tornaria majoritário no longo prazo. Nessa situação, vislumbra-se, no entanto, a possibilidade de um efeito se sobrepor ao outro e, com isso, um partido com ideologia muito forte (e, portanto, desinteressante para a maioria das classes sociais) sobreviver no longo prazo devido ao apoio do restante da sociedade (organizada em grupos de interesse) que possui elevado poder econômico.

Nesse sentido, a ideologia partidária pode até se tornar uma vantagem para um partido com uma maior rigidez. Isso porque, recebendo apoio financeiro suficiente de grupos de

interesse, esse partido ideologicamente rígido garante a sua sobrevivência a partir das campanhas eleitorais sobre o eleitorado influenciável.

Menciona-se, ainda, que se a preferência da sociedade e/ou dos grupos de interesse por um dos partidos for suficientemente elevada, de forma que a soma das duas últimas parcelas das expressões anteriores sejam superiores a 1/2, poderá haver, já nessa situação de pequena contribuição pública, a dominância de um partido em relação ao outro, minando a competição eleitoral.

Caso 2: $c = \frac{1}{2\phi h\bar{\alpha}}$

Dessa forma, as proporções de longo prazo serão dadas por:

$$\beta_A^t = t(\phi\bar{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}) + \beta_A^0$$

$$\beta_B^t = -t(\phi\bar{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}) + \beta_B^0$$

Da mesma maneira que na Seção 4.5.2., verifica-se que haverá a dominância de um partido em relação ao outro no longo prazo. A compensação entre os efeitos dos fatores \bar{W}^L e $\sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}$ definirá qual partido será dominante na Casa Legislativa, valendo, para tanto, a análise constante do caso anterior desta seção.

Menciona-se que, num caso ainda mais particular de efeitos opostos e equilibrados, a composição legislativa inicial pode se manter no longo prazo, pois se tem que:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_A^t = \beta_A^0 \text{ e } \lim_{t \rightarrow \infty} \beta_B^t = \beta_B^0 \text{ se } \phi\bar{W}^L = \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}$$

Caso 3: $c > \frac{1}{2\phi h\bar{\alpha}}$

As expressões (4.20) e (4.21) podem ser rerepresentadas da seguinte forma:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \frac{\phi\bar{W}^L}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} + \frac{\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} + \frac{(2\phi h\bar{\alpha}c)^t}{2\phi h\bar{\alpha}c-1} \left\{ \phi\bar{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J} + (\beta_A^0 - \frac{1}{2})(2\phi h\bar{\alpha}c-1) \right\}$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \frac{\phi\bar{W}^L}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} - \frac{\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J}}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} - \frac{(2\phi h\bar{\alpha}c)^t}{2\phi h\bar{\alpha}c-1} \left\{ \phi\bar{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \bar{W}^{L,J} + (\beta_B^0 - \frac{1}{2})(2\phi h\bar{\alpha}c-1) \right\}$$

Quando estão presentes as contribuições pública e privada, a dominância de longo prazo depende da compensação dos fatores fixos $(2\phi h\bar{\alpha}c)$, $\phi\bar{W}^L$, $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\bar{W}^{L,J}$ e $(\beta_A^0 - \frac{1}{2})$.

O que se mostra de especial atenção nessa análise é o papel da divergência de plataformas. Se a divergência entre \bar{g}_A^L e \bar{g}_B^L for pequena, o fator determinante da composição de longo prazo do Legislativo continuará sendo o financiamento público, de forma que o partido inicialmente mais representativo terminará dominando o Congresso no caso de a contribuição pública ser elevada.

Por outro lado, se a divergência entre \bar{g}_A^L e \bar{g}_B^L for muito grande, duas situações precisam ser analisadas: uma em que os efeitos de $\phi\bar{W}^L$ e $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\bar{W}^{L,J}$ se somam, e outra em que tais efeitos se opõem um ao outro.

Se há soma dos efeitos relativos à vontade da sociedade como um todo e dos grupos organizados em *lobby*, e um desses efeitos ou ambos são muito elevados ($|\phi\bar{W}^L| \gg 0$ e/ou $|\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\bar{W}^{L,J}| \gg 0$), o partido dominante será aquele preferido pela sociedade/grupos de interesse. Se, no entanto, os efeitos são opostos, esses fatores serão determinantes na dominância de longo prazo se um deles for suficientemente grande para se sobrepor ao outro e ainda gerar um efeito maior do que os efeitos dos termos $(2\phi h\bar{\alpha}c)$ e $(\beta_A^0 - \frac{1}{2})$. Nessa circunstância, o partido dominante no longo prazo será aquele preferido pela sociedade ou pelos grupos de interesse quando $\phi\bar{W}^L$ ou $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\bar{W}^{L,J}$ for suficientemente grande, respectivamente.

No caso de os efeitos desses fatores serem opostos e nenhum deles ser suficientemente grande para se sobrepor ao outro, ou ainda no caso bastante particular de equilíbrio entre eles ($\phi\bar{W}^L$ igual ou próximo a $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\bar{W}^{L,J}$), o financiamento público volta a dominar, valendo como fator determinante a composição da Casa Legislativa no início do jogo, ou seja, o partido mais representativo no Congresso no início do jogo é o dominante no longo prazo.

Destarte, mais uma vez, somente quando o financiamento público é pequeno é que se pode esperar não haver dominância de um partido em relação ao outro. A partir de valores mais elevados de contribuição pública, a competição eleitoral passa a ser novamente ameaçada, e os fatores que determinarão qual partido será o dominante podem ser ou a vontade da sociedade ou a vontade dos grupos de interesse ou a composição inicial do Congresso, dependendo de qual deles é o mais preponderante sobre os outros.

Vale ressaltar que, como o financiamento público não afeta a contribuição privada que os grupos estão dispostos a fazer, os *lobbistas* não desistirão de contribuir para as campanhas eleitorais dos partidos de sua preferência (mesmo que o financiamento público determine a dominância de longo prazo), podendo reforçar, *a posteriori*, o problema em potencial referente à representatividade do partido dominante no Legislativo e a eventual implantação da extremada política ótima do partido majoritário.

4.6. Conclusões

O modelo analisado neste capítulo foi desenhado para estudar a interação da ideologia partidária e a abordagem básica de associação entre *lobby* pré-eleitoral e financiamento público de campanhas eleitorais apresentada no Capítulo 1. Os resultados obtidos tanto em termos de bem-estar social (plataformas anunciadas) e competição eleitoral (probabilidade de obtenção da maioria dos votos) são analisados em diferentes configurações de contribuições de campanha.

Quando não há contribuições privadas, são identificados dois movimentos opostos em termos das plataformas políticas de equilíbrio. Por um lado, existe um movimento centrípeto que faz com que os partidos convirjam para a plataforma preferida do eleitor médio para, com isso, receber a maior quantidade de votos possível. Por outro lado, afastar-se da plataforma ideologicamente estabelecida pelos partidos é custoso o suficiente para causar um movimento centrífugo em direções opostas. O resultado é um movimento intermediário em que os partidos se distinguem por escolherem plataformas diferenciadas, tipicamente também não coincidentes com a plataforma preferida pelo eleitor médio.

Quando contribuições privadas se fazem presentes, observam-se, novamente, dois movimentos direcionais. Partidos ideológicos ainda continuarão querendo se mover em direção às respectivas plataformas preferidas (a mesma força centrífuga antes mencionada), mas agora eles também vão querer agradar grupos de interesse para obterem as contribuições privadas. Esse último incentivo gera de novo um movimento centrípeto, mas não em direção à política preferida pelo eleitor médio, e sim em direção à política preferida pelos grupos *lobbistas*. A intensidade de

cada uma dessas forças, divergente e convergente, depende de fatores como a ideologia e a efetividade dos gastos de campanha, os quais são novamente independentes do recurso público destinado às campanhas eleitorais.

Dessa forma, mais uma vez se pode dizer que o financiamento público não afeta as políticas de equilíbrio anunciadas pelos partidos. O efetivo controle governamental das doações privadas poderia até reduzir o viés em favor de grupos de interesse (minimizando o movimento centrípeto). No entanto, estando presente a ideologia partidária, o sistema de financiamento baseado na proporção dos partidos no Congresso não consegue evitar o viés em favor das ideologias dos partidos (movimento centrífugo). Nesse sentido, a atuação dos grupos de interesse pode até vir a ser, do ponto de vista do bem-estar social, mais interessante do que a falta dela, uma vez que, ao evitar um movimento centrífugo de maior intensidade em direção às plataformas políticas, os grupos de interesse podem tornar menos extremas as plataformas anunciadas por partidos muito ideológicos.

Resultam do modelo também contribuições privadas não-nulas. Os grupos *lobbistas* considerarão ótimo contribuir para as campanhas eleitorais, representando um custo adicional totalmente inexistente na ausência de ideologia partidária. Em equilíbrio, a rigidez ideológica dos partidos determinará o quanto de financiamento privado os partidos irão receber dos grupos de interesse. No limite, poderá haver uma situação em que os *lobbistas* decidem financiar um partido que tenha uma posição política *a priori* diferente da deles, mas que seja mais flexível em termos ideológicos. Além disso, o modelo sugere que os grupos organizados de ricos e pobres tendem a participar mais do processo eleitoral e doar maiores montantes de contribuições privadas que a classe de renda média.

Nesse contexto, as contribuições privadas e o financiamento público adquirem um papel fundamental quando o foco é a probabilidade de os partidos obterem a maioria dos votos. De fato esses dois tipos de contribuições afetam as chances de sucesso dos partidos no curto prazo e seus efeitos podem se dar na mesma direção (beneficiando um partido em detrimento do outro) ou em direções opostas, situação em que se faz necessário descobrir qual dos efeitos é o dominante. Se o financiamento público é elevado o suficiente, ele pode alterar totalmente o resultado eleitoral, independentemente da vontade da maioria da sociedade ou dos grupos de interesse financiadores. Um partido menos popular que é amplamente financiado por recursos públicos possui grandes chances de sucesso, a despeito da sua ideologia ou da sua rigidez ideológica.

No longo prazo, tanto o aspecto relacionado à ideologia partidária (sob o ponto de vista da sociedade ou dos grupos de interesse), quanto aquele relativo à distribuição de recursos

públicos por meio da representação dos partidos no Legislativo, podem levar a uma situação limite em que um dos partidos se torne hegemônico no Congresso, o que corresponde, de fato, à inexistência de competição, como já obtido no Capítulo 3 sem ideologia partidária. Dessa forma, elevados níveis de financiamento público ou ainda alguma preferência forte da sociedade ou dos grupos de interesse por um dos partidos (em geral, o menos extremista) podem gerar o efeito indesejado de eliminar a competição eleitoral.

Assim, em termos de bem-estar e de competição eleitoral, a introdução da ideologia partidária no modelo, embora o torne mais realista, não minimiza os efeitos negativos obtidos nos Capítulos 1 e 3, relativos à existência de viés em favor dos grupos de interesse e à redução da competição eleitoral. Em verdade, dependendo da rigidez ideológica dos partidos, o bem-estar social pode, inclusive, piorar, ao indicar a possibilidade de os partidos anunciarem plataformas mais extremas. Nesse contexto, o financiamento público nos moldes considerados é totalmente inócuo quanto ao bem-estar social e pode ser extremamente desfavorável quanto à competição eleitoral, o que sugere mais uma vez ser possivelmente pouco proveitosa a alteração normativa que se propõe no Congresso em termos do financiamento público de campanha eleitorais.

No próximo capítulo retira-se o efeito da ideologia partidária para se introduzir uma nova variável: o viés dos grupos de interesse em relação aos partidos. Essa inovação é mais uma tentativa de tornar a modelagem mais realista e estudar as conseqüências que essa nova consideração, conjugada ao financiamento público, tem sobre o bem-estar social e a competição eleitoral.

Capítulo 5: Financiamento de Campanhas Eleitorais: a influência da ideologia dos grupos de interesse

5.1. Introdução

A ação dos grupos de interesse organizados em *lobby* decorre do que se pode chamar de “lógica da ação coletiva”, em que indivíduos de preferências semelhantes percebem que, ao se unirem, podem ter maiores ganhos a partir da implantação de políticas favoráveis a eles anunciadas pelos partidos durante suas campanhas eleitorais (Olson, 1965). A formação desses grupos é um complexo e interessante processo a ser estudado, mas também interessante é o estudo sobre o que motiva tais grupos a atuarem após estarem formados.

Essa é a intenção dos estudiosos do *lobby* pré-eleitoral, que focam nas conseqüências da influência desses grupos sobre os partidos políticos quando estes anunciam suas plataformas durante as campanhas eleitorais. Muito se discute se essa influência tem algum caráter positivo, pois alguns grupos organizados podem até defender posições coincidentes com a vontade coletiva (como, por exemplo, os grupos relacionados à proteção do meio ambiente, ao controle do tráfico de drogas, etc.). No entanto, o que se apresenta como de especial interesse é a análise da situação em que os grupos *lobbistas* procuram influenciar as políticas públicas em benefício próprio e em detrimento da coletividade, bem como a motivação dos partidos em cederem a tais pressões.

A modelagem de competição pré-eleitoral *downsiana* desenvolvida no Capítulo 1 propõe-se a fazer essa análise. Nesse modelo, o eleitorado é dividido em três classes sociais, de forma que os agentes em cada uma delas preferem uma política, traduzida na provisão de um bem público, adequada à renda que auferem. Tais classes ou estão sujeitas às campanhas eleitorais dos políticos ou são potenciais grupos de interesse que não se influenciam pelas campanhas.

No modelo básico do Capítulo 1, os grupos de interesse possuem uma aptidão exógena a se organizarem, o que lhes confere o poder de indiretamente influenciar os políticos a partir da doação de recursos financeiros para a respectiva campanha eleitoral, que, por sua vez, é utilizada para influenciar o eleitorado não-organizado. Assim, os grupos organizados avaliam o que eles podem obter se forem bem sucedidos ao pressionarem os políticos, comparando isso com o custo de financiar as campanhas eleitorais e definindo, posteriormente ao anúncio das plataformas, o

quanto contribuir, caracterizando o *lobby* pré-eleitoral para ampliar as chances de um ou outro partido ser majoritário no Legislativo¹.

Naquele modelo básico há a possibilidade de mais de uma classe social se organizar para formar um grupo *lobbista*. Quando dois grupos *lobbistas* se formam, os partidos podem receber contribuições desses grupos dependendo do quanto eles se dispõem a desviar do ótimo social em direção ao ótimo dos grupos. Porém, como os interesses dos *lobbistas* não são coincidentes, já que as classes a que pertencem possuem diferentes rendas, os partidos levarão mais em consideração, no momento de anunciar as plataformas políticas, aqueles grupos que têm maior potencial de contribuir para as suas campanhas, estabelecendo-se de certa maneira uma competição pelos grupos.

Ressalta-se, no entanto, que, para os gastos de campanha serem efetivos durante o período eleitoral, no máximo dois grupos *lobbistas* podem existir, já que se estabeleceu, por simplificação, que o eleitorado se divide em três classes e, se todas forem organizadas, não haverá vantagem em se contribuir para as campanhas eleitorais porque não haverá eleitor a influenciar.

A função-objetivo dos grupos é modelada considerando-se a utilidade esperada a partir das plataformas anunciadas pelos partidos e o custo gerado pelas contribuições. O custo representado pelas contribuições, quadraticamente considerado, possui tanto um caráter puramente financeiro quanto um caráter relativo ao esforço não-financeiro que um grupo pode ter ao promover um partido. Essa consideração se alinha com uma pesquisa mencionada em Grossman e Helpman (2001), desenvolvida por Scholzman e Tierney (1986), em que 175 organizações com representação em Washington foram entrevistadas a respeito da respectiva participação no processo eleitoral americano, obtendo-se que 58% delas doam recursos financeiros para campanhas eleitorais e outras 24% ofertam pessoal ou trabalho.

A solução dos problemas de maximização dos grupos no Capítulo 1 leva ao resultado de que, se um deles decidir contribuir para um partido, não valerá a pena contribuir para o outro. Esse resultado não representa plenamente a realidade, vez que o que se observa é que os grupos contribuem para ambos os partidos durante as campanhas eleitorais (Grossman e Helpman, 2001). Levando em conta que a motivação para tanto pode estar associada a intenções pós-eleitorais de acesso ao governo por parte dos grupos, independentemente de quem venha a obter

¹ Como neste estudo os grupos de interesse não apresentam propostas de contribuição de campanha previamente ao anúncio das plataformas, não se considera a possibilidade de haver uma influência direta (contratual) dos grupos sobre as plataformas estabelecidas pelos partidos, como propõem Grossman e Helpman (2001).

a maioria dos assentos no Legislativo, pode-se considerar suficiente o resultado obtido no estudo do Capítulo 1, dado que se pretende analisar apenas motivações pré-eleitorais. Ademais, como o que mais interessa a um partido é o quanto a mais ele recebe de recursos comparado ao outro partido, mesmo que um grupo contribuísse para ambos os partidos, seria possível reduzir esse caso àquele em que uma das contribuições seria nula e a outra não.

Outro ponto de destaque na solução do problema dos grupos organizados do Capítulo 1 diz respeito às contribuições privadas. Os partidos, antevendo potenciais contribuições privadas, acabam por anunciar plataformas convergentes, fazendo com que os grupos, na seqüência do jogo, decidam por não contribuírem para as campanhas eleitorais. Os grupos, então, não incorrem em custo algum para as campanhas eleitorais, enquanto o viés em favor deles é mantido. Como mencionado no Capítulo 1, cada partido mantém um mesmo viés em favor dos grupos de interesse como uma forma de evitar que o outro partido receba apoio financeiro de algum grupo, ampliando suas chances de sucesso.

Ressalta-se que a intensidade do desvio alcançado em favor dos grupos nem sempre é a pretendida pelos *lobbistas*. Os partidos, ao definirem suas políticas, precisam ponderar também a vontade da sociedade como um todo e anunciar plataformas que considerem a renda do eleitorado não-organizado, uma vez que os eleitores também se importam com a política anunciada no momento de votar. No entanto, para os grupos de interesse, qualquer desvio na direção do que seria ótimo para eles é vantajoso.

Apesar de a modelagem do Capítulo 1 já apresentar muitos resultados no sentido de melhor compreender como funciona o *lobby* pré-eleitoral, procura-se uma forma de tornar o modelo mais realista e, com isso, mais robusta a análise. Para tanto, apresenta-se inicialmente um breve relato de dois modelos desenvolvidos com o fim de incluir na preferência do eleitorado outros fatores além da política anunciada em si, por essa razão chamados aqui de multidimensionais. Em um outro modelo elaborado por Persson e Tabellini (2000), bem como em um de Groseclose (2001), o eleitorado considera uma diferenciação entre os partidos, entendida como ideologia ou considerada como uma vantagem relacionada à competência do partido, respectivamente.

Persson e Tabellini (2000) modelam uma diferenciação entre os partidos, do ponto de vista das classes sociais, em uma dimensão diferente daquela relativa à política. Eles se referem a essa dimensão como “ideologia”, embora admitam que tal fator possa estar relacionado a, por exemplo, características particulares a um líder de partido. Duas variáveis aleatórias definem, individualmente e para cada classe, uma utilidade para os agentes quando um determinado

partido ganha as eleições, sendo nulas para outro partido, assim como no modelo básico discutido anteriormente. Além disso, um fator determinístico estabelece o peso da utilidade pragmática desses eleitores (aquela utilidade totalmente relacionada à plataforma anunciada), sendo tanto maior quanto maior a importância dessa parcela da utilidade, em contraposição àqueles aspectos estocásticos vinculados à ideologia dos indivíduos/classes. Emerge dessa modelagem a convergência de plataformas (apesar de se considerarem preferências multidimensionais), bem como a identificação de um viés maior em favor de classes que dão mais valor à parte pragmática da utilidade e, portanto, menos valor à ideologia. Se for possível atribuir à classe de renda média a característica de dar menos valor à ideologia, pode-se dizer que o resultado do modelo se conforma com o achado de Stigler (1970), que ressaltou um maior favorecimento de classes de renda média a partir da implantação de políticas redistributivas.

Já Groseclose (2001) desenvolveu uma modelagem multidimensional considerando uma diferenciação entre candidatos a partir dos chamados “*valence factors*”. Essa diferenciação se traduz numa vantagem que um candidato tem sobre o outro por fatores como *incumbency power*, competência, personalidade, reconhecimento, carisma, etc. Esse trabalho procura determinar o comportamento de dois candidatos com diferença em fatores *valence*, obtendo o surpreendente resultado de que o candidato com vantagem escolhe uma plataforma mais moderada do que o candidato em desvantagem. Segundo Groseclose (2001), o equilíbrio resultante dessa modelagem é apoiado por estudos empíricos desenvolvidos por Fiorina (1973), e Ansolabehere, Snyder e Stewart (2001), tendo como intuição o incentivo que tem um candidato com vantagem do tipo *valence* de enfatizá-la durante o processo eleitoral, procurando aproximar-se da plataforma anunciada pelo seu opositor e permitindo que o eleitorado escolha entre eles mais pela vantagem *valence* que pelas plataformas anunciadas.

Tanto o modelo de Persson e Tabellini (2000) quanto o modelo de Groseclose (2001) indicam existirem, teórica e empiricamente, outras preocupações do eleitorado que não necessariamente a política pública a ser anunciada pelos partidos. Tomando como válida essa premissa e procurando aprofundar o estudo das interações entre o *lobby* pré-eleitoral e o financiamento público de campanha, sugere-se a introdução de um diferencial “ideológico” entre os grupos de interesse, seguindo o mesmo padrão de diferenciação entre partidos apresentado no Capítulo 4. Procura-se distinguir os grupos de interesse pelas preferências que possuem em relação aos partidos, seja por uma maior ou menor afinidade que remonta ao momento da

formação dos partidos, seja pela competência ou incompetência associada aos membros dos partidos², seja pelo histórico de ações dos partidos³, consideradas boas ou ruins.

A idéia, então, é retratar a situação em que grupos têm preferências declaradas pelos partidos, permitindo-se a manifestação tanto de simpatia quanto de antipatia em relação a eles. Para justificar a uniformidade de preferência pelos partidos dentro dos grupos de interesse formados, considera-se que exista uma espécie de mesa diretora em cada grupo, diretamente envolvida na atividade *lobbista*, que tem o poder de estabelecer as preferências do grupo e definir as respectivas políticas ótimas.

Ressalta-se, ainda, que a “ideologia” aqui proposta se diferencia daquelas introduzidas no Capítulo 1 por três fatores. O primeiro é que a ideologia deste capítulo não é aleatória, sendo o seu valor em relação a cada um dos partidos de conhecimento tanto dos partidos quanto dos outros grupos. A outra diferença é que esse novo fator é estabelecido apenas para os grupos de interesse organizados em *lobby*, sendo, portanto, considerado na resolução do problema desses grupos. Por fim, as modelagens se distinguem pelo fato de essa nova ideologia reforçar a importância que os grupos dão à parcela pragmática das respectivas utilidades, sendo essa importância o que aproxima esse novo fator ao conceito de ideologia.

Nesse contexto, propõe-se a análise da disposição que os grupos passam a ter no tocante à contribuição de campanha, associada ao viés dos partidos em relação a esses grupos pelo efeito do *lobby*, confrontando os resultados obtidos com as plataformas anunciadas na ausência de *lobby* (com o ótimo social g^* , expressão (1.7) do Capítulo 1) e em presença de *lobby* mas na ausência de ideologia dos grupos *lobbistas* (com a plataforma g^L , expressão (1.15) do Capítulo 1), bem como com as plataformas preferidas pelas diferentes classes sociais (com as g_J^* para cada $J = R, M, P$, obtidas pela maximização da expressão (1.1) do Capítulo 1). Além disso, investiga-se a influência das contribuições privadas sobre as probabilidades de os partidos obterem a maioria dos votos no Legislativo, estando tais contribuições associadas ou não ao financiamento público distribuído na proporção dos partidos no Congresso.

Os resultados obtidos a partir da introdução da ideologia dos grupos na modelagem básica do Capítulo 1 indicam divergência de plataformas e um novo viés das políticas anunciadas durante as campanhas eleitorais em favor dos grupos de interesse. A ideologia, no

² Autores como Hess e Orphanides (1995) e Adams (1998) reconhecem esse tipo de vantagem de um partido em relação ao outro.

³ Esse tipo de vantagem de um partido em relação ao outro foi apontada por Londregan e Romer (1993), Cameron e Enelow (1992), Enelow e Hinich (1982), Cukierman (1991), Harrington e Hess (1996), Fiorina (1977 e 1981), Rogoff (1990), Banks e Sundaram (1993), e Feld e Grofman (1991).

entanto, afeta a intensidade desse viés, podendo tornar muito extrema as plataformas anunciadas quando apenas uma classe é organizada. Havendo, porém, uma antipatia forte do grupo organizado por um dos partidos, a plataforma anunciada por ele será menos viesada em função do grupo, aproximando-se mais do ótimo social. No entanto, com mais de uma classe organizada, as ideologias dos grupos podem se contrapor, vindo a possibilitar o anúncio de plataformas menos radicais, mesmo que ainda viesadas em favor dos grupos organizados.

Em termos de competição eleitoral, os resultados do estudo das probabilidades de obtenção da maioria dos votos com ideologia dos grupos de interesse pouco divergiram, em essência, daqueles já obtidos no Capítulo 4. Estaticamente, os efeitos da utilidade média ponderada da sociedade (representando a vontade da sociedade), das contribuições privadas (representando a vontade dos grupos de interesse) e do financiamento público são novamente contrabalançados para se verificar qual desses efeitos é o dominante. Dinamicamente, um elevado financiamento público de campanhas eleitorais continua a ameaçar a competição eleitoral, na medida em que permanece a dominância de um partido em relação ao outro.

Para a apresentação desses resultados, este Capítulo está dividido em mais quatro seções. Na Seção 5.2, apresenta-se a nova modelagem desenvolvida para a introdução da ideologia dos grupos. A Seção 5.3 se dedica à determinação das plataformas políticas de equilíbrio diante dessa ideologia, comparando-as com a plataforma socialmente ótima e aquela representativa do *lobby* sem a presença de ideologia, bem como analisando o comportamento dos grupos de interesse enquanto financiadores das campanhas eleitorais dos partidos. As probabilidades de os partidos obterem a maioria dos votos são, estática e dinamicamente, analisadas na Seção 5.4. As conclusões são, por fim, apresentadas na Seção 5.5.

5.2. Modelo com ideologia dos grupos de interesse

Passa-se, então, a postular que os grupos de interesse possuem preferências exogenamente definidas pelos dois partidos considerados no Capítulo 1, mantendo-se inalteradas as demais considerações constantes daquele capítulo. Propõe-se que os grupos organizados têm preferências tais que terminam se alinhando, em termos ideológicos, mais a um partido que a outro, de forma que, nos respectivos problemas de maximização, as plataformas anunciadas são consideradas com diferentes pesos, como representado a seguir:

$$\begin{aligned} & \underset{C_A^J, C_B^J}{\text{Max}} \quad \mu^J p_A W^J(g_A) + \eta^J (1 - p_A) W^J(g_B) - \frac{1}{2} (C_A^J + C_B^J)^2 \\ & \text{s.a.} \quad \begin{cases} C_A^J \geq 0 \\ C_B^J \geq 0 \end{cases} \end{aligned}$$

em que p_A é a probabilidade de o partido A obter a maioria dos votos no Legislativo, e os fatores positivos μ^J e η^J representam, respectivamente, os pesos que as plataformas anunciadas pelos partidos A e B têm na utilidade dos grupos.

No modelo original, os pesos μ^J e η^J são unitários, indicando inexistir preferência ou identificação entre grupos e partidos, ou seja, neutralidade ideológica por parte dos grupos. Neste capítulo, no entanto, postula-se que tais fatores são diferentes entre si para um mesmo grupo, sendo que, se $\mu^J > \eta^J$, o grupo J prefere o partido A ao partido B . Caso contrário, $\mu^J < \eta^J$, o grupo J prefere o partido B ao partido A . Ademais, $\mu^J > 1$ ou $\eta^J > 1$ significa simpatia em relação ao partido correspondente, e $0 < \mu^J < 1$ ou $0 < \eta^J < 1$ pode ser interpretado como o sentimento de antipatia em relação aos partidos.

Essa preferência é uma mensuração de fatores não necessariamente ligados às políticas públicas. Como nos modelos multidimensionais, a identificação representa uma outra dimensão de política que não tem relação com as plataformas anunciadas, em que os partidos e grupos estão diretamente relacionados, sem possibilidade de negociação entre eles. Uma forma de interpretar essa preferência é associá-la à afinidade ou não que um grupo de interesse pode ter com um partido a partir, por exemplo, de uma maior ou menor identificação com o seu processo de formação, ou de uma maior ou menor identificação com os integrantes do partido, ou de uma avaliação positiva ou negativa dos feitos históricos dos partidos, conforme discutido anteriormente.

O novo problema de maximização enfrentado pelos grupos de interesse é solucionado para se verificar as contribuições privadas que os grupos estão dispostos a doar diante da ideologia que possuem. A solução desse problema leva à seguinte contribuição privada de um grupo organizado J :

$$\tilde{C}_A^J = \max \{0, \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [\mu^J W^J(g_A) - \eta^J W^J(g_B)]\} \quad (5.1)$$

$$\tilde{C}_B^J = \max \{0, \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [\eta^J W^J(g_B) - \mu^J W^J(g_A)]\} \quad (5.2)$$

Dessa forma:

$$\tilde{C}_A^J - \tilde{C}_B^J = \lambda \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J \alpha^J [\mu^J W^J(g_A) - \eta^J W^J(g_B)] \quad (5.3)$$

Retomam-se as expressões que retratam o total de contribuições com as quais os partidos podem contar, dadas por:

$$C_A = \beta_A c + \lambda \sum_J O^J \alpha^J C_A^J$$

$$C_B = \beta_B c + \lambda \sum_J O^J \alpha^J C_B^J$$

Assim, pode-se estabelecer a seguinte expressão:

$$\tilde{C}_A - \tilde{C}_B = \lambda^2 \psi h \bar{\alpha} \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [\mu^J W^J(g_A) - \eta^J W^J(g_B)] + (\beta_A - \beta_B) c \quad (5.4)$$

Solucionado o problema dos grupos, parte-se para a definição das plataformas a serem anunciadas pelos partidos, objeto de análise da próxima seção.

5.3. Escolha das plataformas anunciadas

No Capítulo 4 as diversas configurações de contribuições de campanha e o reflexo disso na definição das políticas foram analisados separadamente, dando origem às Seções 4.4.1 a 4.4.4. Neste capítulo, pondera-se, inicialmente, que somente há relevância a definição das plataformas na configuração em que todas as contribuições, tanto privadas quanto públicas, estão presentes. A justificativa para isso reside no fato de que a presença ou não de contribuição pública distribuída na proporção dos partidos no Congresso acaba não afetando a escolha das políticas e, no caso hipotético de inexistência de contribuições de todos os tipos, a plataforma anunciada por ambos os partidos seria g^* (já estabelecida no Capítulo 1, expressão (1.7)), não sendo, portanto, relevante distinguir essa situação.

Observa-se também que, pela derivação da probabilidade de os partidos obterem a maioria dos votos apresentada no Capítulo 1, as expressões (1.5) e (1.6) não se alteram com a introdução do viés ideológico dos grupos, uma vez que as mesmas consideram apenas a ideologia dos eleitores.

Havendo ideologias dos eleitores e dos grupos de interesse, os partidos voltam a maximizar apenas as chances de obterem a maioria dos votos. Assim, considerando a equação (5.4) nas equações (1.5) e (1.6) do Capítulo 1, que representam as probabilidades de obtenção da maioria dos votos quando os partidos são apenas pragmáticos, obtêm-se as seguintes plataformas políticas ótimas:

$$\tilde{g}_A^L = (H')^{-1} \left(\frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \mu^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \mu^J) y} \right)$$

$$\tilde{g}_B^L = (H')^{-1} \left(\frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \eta^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \eta^J) y} \right)$$

De forma mais simplificada, as plataformas ótimas para os partidos A e B pode ser representadas da seguinte forma:

$$\tilde{g}_A^L = (H')^{-1} \left(\frac{\tilde{y}_A^L}{y} \right) \quad (5.5)$$

$$\tilde{g}_B^L = (H')^{-1} \left(\frac{\tilde{y}_B^L}{y} \right) \quad (5.6)$$

em que $\tilde{y}_A^L = \frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \mu^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \mu^J) y}$ e $\tilde{y}_B^L = \frac{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \eta^J) y^J}{\sum_J \alpha^J (1 + \psi(\lambda h \bar{\alpha})^2 O^J \alpha^J \eta^J) y}$.

Destarte, em geral, será ótimo para os partidos o anúncio de plataformas divergentes. A divergência se caracteriza pela consideração dos fatores de ideologia dos grupos nas políticas ótimas, μ^J na plataforma anunciada pelo partido A e η^J na plataforma anunciada pelo partido B , indicando uma nova forma de viés em relação aos grupos de interesse. Como já mencionado no Capítulo 1, a partir da organização de uma classe, já se obtém um viés em favor dela na medida em que a renda dessa classe é mais fortemente considerada na definição da plataforma. No entanto, com a introdução da ideologia dos grupos, a intensidade com que a renda desse grupo organizado é considerada no estabelecimento da plataforma é afetada pelos pesos que os grupos dão aos partidos A e B , ou seja, pelos pesos μ^J e η^J , respectivamente.

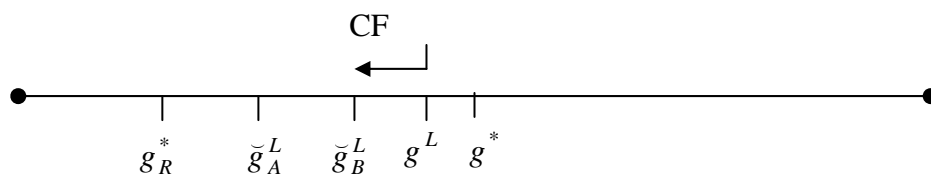
Um peso maior que a unidade aumenta o viés já observado em favor do grupo de interesse correspondente. Observa-se, porém, que, caso um deles ou ambos sejam menores que a unidade, por serem sempre positivos, o viés em favor do grupo de interesse continua existindo, uma vez que a renda desse grupo é, mesmo que com menor intensidade, duplamente considerada no numerador das expressões relativas às plataformas ótimas a serem anunciadas pelos partidos.

Observa-se, primeiramente, que, no caso bastante particular de o(s) grupo(s) organizado(s) não diferenciarem suas preferências pelos partidos A e B , de forma que $\mu^J = \eta^J = 1$, para o grupo J organizado, obtém-se o mesmo viés verificado no Capítulo 1 com

convergência das plataformas anunciadas pelos partidos, ou seja, $g_A = g_B = g^L$. Com pesos diferentes entre si, diversas são as análises que podem ser feitas para estudar como se dá esse novo viés em favor dos grupos de interesse. Na seqüência, apresentam-se basicamente três casos de estudo, um quando apenas uma classe é organizada, outro quando duas classes são organizadas e possuem preferências opostas em relação aos partidos e um último caso, em que os dois grupos de interesse possuem o mesmo tipo de preferência em relação aos partidos.

No primeiro caso, se a ideologia do grupo J é tal que $\mu^J > \eta^J$, indicando que o grupo J prefere o partido A ao partido B , o partido A dará mais importância a esse grupo que o partido B . Isso significa que o partido A tem mais incentivo a se aproximar da plataforma ótima para o grupo J que o partido B , embora ambos os partidos viessem suas políticas em favor desse grupo, tanto pelo fato de ele ser organizado em grupo de interesse quanto pela existência de preferência ideológica em relação aos partidos.

Assim, se, por exemplo, somente a classe de ricos for organizada e possuir ideologia mais favorável ao partido A que ao partido B , de forma que $\mu^R > \eta^R > 1$, embora ambos os partidos considerem a ideologia do grupo R na plataforma a anunciar, a plataforma \check{g}_A^L vai se aproximar mais de g_R^* (plataforma preferida pelo grupo de ricos) que a plataforma \check{g}_B^L . Os dois partidos vão, portanto, afastar-se da plataforma g^L , que representa a política a ser anunciada quando o *lobby* pré-eleitoral não está associado à ideologia dos grupos, num movimento centrífugo (Figura 5.1).



CF: movimento centrífugo dos partidos A e B

Figura 5.1 – Movimentação dos partidos quando apenas R é organizado e $\mu^R > \eta^R > 1$

No entanto, se as preferências forem tais que $\mu^R > 1 > \eta^R > 0$, a plataforma de A continuará com o mesmo incentivo de se aproximar do ótimo para o grupo R , mas o partido B , com o qual o grupo R antipatiza, terminará afastando-se bem menos da plataforma socialmente ótima g^* , passando inclusive para a direita da plataforma g^L ($g^L < \check{g}_B^L < g^*$), uma vez que o viés de B em favor do grupo organizado, nesse caso, diminui com o peso $0 < \eta^R < 1$. Dessa forma,

enquanto o partido A fará um movimento centrífugo a partir de g^L , o partido B fará um movimento centrípeto a partir dessa plataforma na direção de g^* (Figura 5.2).

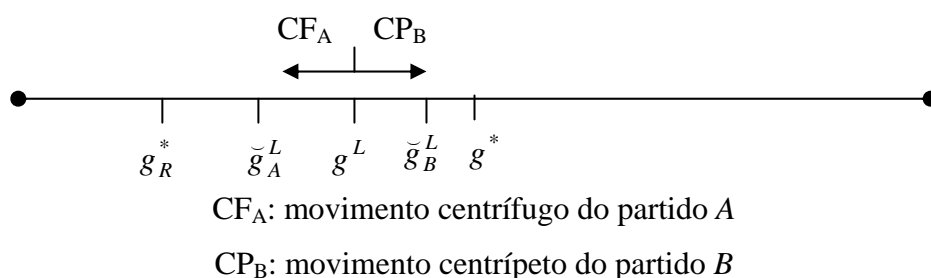


Figura 5.2 – Movimentação dos partidos quando apenas R é organizado e $\mu^R > 1 > \eta^R > 0$

Neste ponto, dois comentários em relação à antipatia dos grupos pelos partidos se fazem necessários. Um diz respeito à independência da plataforma anunciada por um partido em relação ao peso dos grupos para com o outro partido, ou seja, $\partial \tilde{g}_A^L / \partial \eta^J = 0$ e $\partial \tilde{g}_B^L / \partial \mu^J = 0$, para $\forall J = R, M, P$. Seria possível esperar que, havendo uma antipatia forte de um grupo organizado em relação a um partido, o outro partido teria uma folga maior para anunciar uma plataforma menos viesada e, com isso, esse último partido obteria mais votos do restante da sociedade. No entanto, o que o modelo sugere é uma outra situação, em que o viés de um partido por um grupo permite que esse grupo se disponha a contribuir mais para a campanha e, com isso, o partido ampliar suas chances de sucesso influenciando mais eleitores. A ideologia dos grupos não vincula o voto deles, mas vincula as contribuições de campanha, ou seja, a antipatia de um grupo por um partido não permite ao outro uma maior folga no anúncio da plataforma, porque, se assim for, menos o partido disporá de contribuições, reduzindo suas chances de sucesso.

É importante mencionar que o resultado discutido no parágrafo anterior se contrapõe àquele apresentado por Groseclose (2001). Enquanto esse autor, ao considerar uma vantagem do tipo *valence* de um partido sobre o outro, identifica que o partido com vantagem acaba anunciando uma plataforma mais moderada, minimizando, portanto, o viés de sua plataforma. Segundo esse estudo, esse comportamento se justifica na medida em que o partido em vantagem procura evidenciá-la, não se afastando muito da plataforma do oponente, que se mostra mais central para permitir a obtenção de mais votos. No entanto, quando se acrescenta ao cenário em que um partido tem preferência sobre o outro a possibilidade de os grupos organizados contribuírem para as campanhas eleitorais e de o eleitorado não organizado se influenciar por tais campanhas, não se pode esperar que aquele resultado prospere. Isso é o que mostra a modelagem deste capítulo, ao indicar que as contribuições privadas de campanha terminam

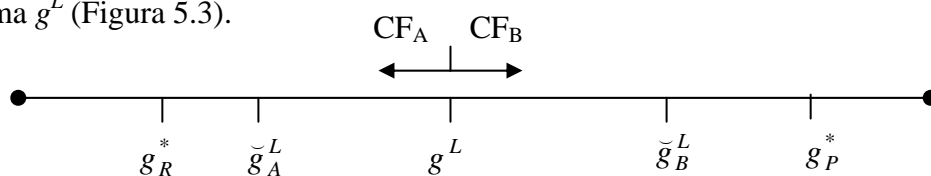
disciplinando o partido com vantagem (ou, como descrito neste capítulo, mais preferido) a anunciar uma plataforma mais próxima das ótimas para os grupos financiadores, para, com isso, obter mais recursos de campanha e ampliar suas chances de sucesso.

O segundo comentário também relacionado à antipatia refere-se à redução do viés quando esse aspecto é muito forte. Um partido fortemente antipatizado por um grupo de interesse tem pouco incentivo a viesar a plataforma em favor desse grupo, de forma que, se houver apenas um grupo organizado, o viés do partido antipatizado será bem pequeno. Isso se dá porque, na tentativa de ampliar suas chances de sucesso, o partido antipatizado tentará conquistar o restante do eleitorado anunciando uma plataforma que proporcione maior utilidade da sociedade como um todo, sem um viés considerável em favor do grupo organizado, ou seja, o mais próximo possível de g^* .

Caso mais de um grupo seja organizado, a influência deles na definição das plataformas a serem anunciadas pelos partidos dependerá dos pesos que cada um dos grupos dá aos partidos, os quais avaliarão a importância relativa dos grupos.

Com, por exemplo, as classes de ricos e pobres organizadas, mas o grupo de ricos com ideologia tal que $\mu^R > \eta^R$ e o de pobres, $\mu^P < \eta^P$, ou seja, os ricos preferindo o partido A e os pobres, o partido B , o partido A vai anunciar uma plataforma viesada mais em favor do grupo de ricos, enquanto o partido B deve viesar sua plataforma mais em favor do grupo de pobres, estabelecendo ambos os partidos um movimento centrífugo a partir da plataforma g^L .

Se essa situação for tal que $\mu^R > 1 > \eta^R > 0$ e $\eta^P > 1 > \mu^P > 0$, o grupo R simpatiza fortemente com o partido A e antipatiza o partido B , enquanto o grupo P simpatiza fortemente com o partido B e antipatiza com o partido A , ficando claros os incentivos de ambos os partidos em favorecerem diferentemente os grupos de interesse. O partido A se aproximará mais de g_R^* e B , de g_P^* (a plataforma preferida pelo grupo de pobres), afastando-se em movimento centrífugo da plataforma g^L (Figura 5.3).



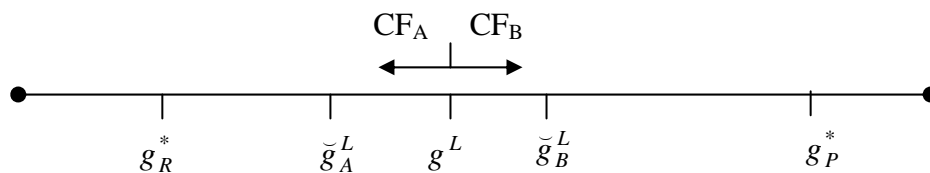
CF_A : movimento centrífugo do partido A

CF_B : movimento centrífugo do partido B

Figura 5.3 – Movimentação dos partidos quando R e P são organizados, para $\mu^R > 1 > \eta^R > 0$ e $\eta^P > 1 > \mu^P > 0$

Essa situação bem intuitiva, em que o alinhamento ideológico é tal que cada partido possui uma parcela da população em seu favor e contra o outro, representa uma configuração ideológica em que há maior tendência de as plataformas anunciadas serem extremas. Considerando estar a sociedade organizada em pólos opostos, as políticas dos partidos tenderão a também serem mais divergentes, com o fim de agradar os grupos organizados para obterem a maior quantidade possível de recursos privados para as respectivas campanhas eleitorais e, com isso, influenciar a parcela da população restante, que não é organizada.

Contudo, se as preferências opostas dos grupos forem tais que $\mu^R > \eta^R > 1$ e $\eta^P > \mu^P > 1$, os partidos irão considerar a influência de ambos os grupos na definição das plataformas, contrabalançando o viés em favor do grupo de ricos com o viés em favor do grupo de pobres. Espera-se, então, que as plataformas anunciadas sejam menos extremas, ou seja, mais distanciadas das preferências dos grupos R e P , g_R^* e g_P^* , respectivamente, quando comparadas à situação retratada anteriormente em que há antipatia pelos partidos A e B , com menores movimentos centrífugos de ambos os partidos e, portanto, menor divergência (Figura 5.4).



CF_A : movimento centrífugo do partido A

CF_B : movimento centrífugo do partido B

Figura 5.4 – Movimentação dos partidos quando R e P são organizados,

$$\text{para } \mu^R > \eta^R > 1 \text{ e } \eta^P > \mu^P > 1$$

Essa situação pode parecer, ideologicamente, contra-intuitiva, uma vez que se espera que, se um grupo simpatiza com um partido, ele antipatize com o outro partido. No entanto, é possível considerar válida essa análise ao se ponderar que, de fato, os *lobbistas* agem junto aos partidos com o objetivo de influenciar o anúncio de suas plataformas, podendo diferenciá-los

quanto à capacidade de viesar em favor do grupo, preferindo um ao outro, mas não necessariamente chegando a antipatizar com nenhum deles⁴.

Para efeito de uma análise mais completa, passa-se a estudar, por fim, a situação em que dois grupos são organizados, mas possuem preferências em relação aos partidos num mesmo sentido, ou seja, ambos preferem, por exemplo, o partido *A* ao partido *B*, muito embora essa não seja uma configuração ideológica esperada. Se $\mu^R > \eta^R$ e $\mu^P > \eta^P$, o partido *A* irá avaliar qual dos grupos tem maior preferência ideológica pelo partido e, dada uma proporção do grupo em relação à sociedade que seja suficientemente elevada, favorecerá mais esse grupo: se $\mu^R > \mu^P$, o grupo de ricos será mais favorecido, e se $\mu^P > \mu^R$, o grupo de pobres será mais favorecido. No entanto, ambos os grupos serão considerados na plataforma anunciada por *A*, de forma que, se a ideologia em favor desse partido não for muito diferente entre os grupos, haverá um contraponto entre o viés em favor dos ricos com o viés em favor de pobres, gerando uma plataforma menos extrema, ou seja, mais distante de g_R^* e g_P^* .

Essa situação também leva ao anúncio de plataformas menos viesadas por parte de *B*. Se, por um lado, os grupos de ricos e pobres antipatizam com *B*, ou seja, $0 < \eta^R < 1$ e $0 < \eta^P < 1$, esse partido tem menor incentivo forte a viesar em favor de qualquer deles, podendo anunciar uma plataforma que se desvia menos do ótimo social, g^* . Por outro lado, havendo simpatia em relação a *B* por parte dos grupos de ricos e pobres, mesmo que menor que a simpatia em relação a *A*, ou seja, $\mu^R > \eta^R > 1$ e $\mu^P > \eta^P > 1$, o partido *B* também tenderá a contrabalançar os pesos de cada grupo, anunciando plataformas menos extremas da mesma maneira que o partido *A*, ou seja, mais distantes de g_R^* e g_P^* .

Conclui-se, portanto, que quanto mais forte a identificação com um partido e havendo, em contrapartida, um maior antagonismo com relação ao outro ($\mu^J \gg 1 \gg \eta^J > 0$, para algum *J*), mais extrema será a política anunciada pelo partido que tem ideologia favorável a ele. Sob outro ponto de vista, se os partidos não despertarem antipatias fortes dos grupos, as plataformas

⁴ Essa situação coincide com o fato de os grupos financiadores das campanhas eleitorais no Brasil e nos Estados Unidos acabarem contribuindo para vários partidos ao mesmo tempo. Embora a modelagem desenvolvida não indique esse resultado, porque, se um grupo decide financiar um partido, ele não financia o outro, o fato de os grupos procederem dessa maneira sinaliza que, pelo menos para certos setores da sociedade, não se espera o sentimento de antipatia.

anunciadas por eles quando mais de um grupo de interesse é formado são menos extremas, uma vez que são contrabalançadas as ideologias dos grupos.

Já sob o ponto de vista do grupo *lobbista*, a divergência de políticas a partir da consideração da ideologia dos grupos se traduz em contribuições privadas de campanha. A utilidade associada à política anunciada pelo partido de melhor alinhamento ideológico com o grupo será maior do que a utilidade referente à política do outro partido, de forma que, após o anúncio dessas plataformas, os grupos efetivamente contribuirão para as campanhas eleitorais.

A decisão de contribuir leva em conta, então, a utilidade que as plataformas anunciadas geram aos *lobbistas*. Conforme as expressões (5.1) e (5.2), os grupos, ao maximizarem suas respectivas utilidades esperadas, comparam $\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L)$ e $\eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)$ para avaliarem para qual partido eles farão as suas doações.

No caso de apenas uma classe ser organizada, a preferência desse grupo se materializará numa contribuição privada para o partido mais preferido pelo grupo. Com duas classes organizadas em grupos de interesse, duas situações podem ocorrer: uma em que ambos os grupos prefiram um mesmo partido, e outra em que as preferências dos grupos são opostas em relação aos partidos. Se dois grupos preferem um mesmo partido, esse partido receberá mais recursos privados para investir nas campanhas. Se as preferências são opostas, as contribuições privadas serão tais que um grupo contribuirá para um partido e o outro grupo, para o outro partido. A comparação entre $\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L)$ e $\eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)$ para cada um dos grupos definirá qual partido vai ter mais doações para investir na campanha eleitoral, pois se um grupo atribuir um peso muito mais forte ao seu partido preferido que o outro grupo, o grupo de mais ideologia vai despender mais recursos com contribuições de campanha que o grupo de menos ideologia.

Menciona-se que, embora um grupo organizado decida contribuir apenas para um dos partidos (aquele mais preferido), se esse grupo tem simpatia pelos dois partidos, ambos irão viesar suas plataformas em favor do grupo, independente do fato de um dos partidos não receber recursos privados para a sua campanha eleitoral. Isso ocorre, novamente, porque caso o partido menos preferido não viesse sua plataforma em favor desse grupo, o partido mais preferido receberia uma contribuição muito maior, vindo a aumentar as suas chances de sucesso. Assim, o partido menos preferido prefere viesar a sua plataforma e evitar que as chances do outro partido se ampliem, em detrimento da sua. Como mencionado na introdução deste capítulo, esse incentivo já era identificado no modelo básico do Capítulo 1, embora fosse mais extremo que o

observado neste Capítulo, uma vez que na modelagem básica os partidos desviam do ótimo mesmo sabendo que, em equilíbrio, nenhum deles ganha contribuição privada.

Dessa forma, a presença de ideologia dos grupos, além de gerar um novo viés em favor dos grupos de interesse, implica um custo para os grupos que não se identificava na ausência dessa ideologia (ver Capítulo 1). No entanto, há que se ponderar que, havendo um efetivo controle das contribuições privadas ($\lambda \rightarrow 0$), minimiza-se o incentivo dos partidos de viesarem as políticas, bem como se reduzem as contribuições privadas que os grupos estarão dispostos a doar. Nesse sentido, esse controle continua mostrando-se um instrumento eficaz para a melhoria de bem-estar social quando há *lobby* pré-eleitoral e os grupos se distinguem pelas preferências em relação aos partidos.

Ressalta-se, por fim, que os resultados referentes ao anúncio das plataformas são, mais uma vez, totalmente independentes da contribuição pública de campanha distribuída entre os partidos de acordo com as respectivas proporções no Congresso. Essa contribuição, no entanto, tem forte relação com as chances de obtenção da maioria dos votos pelos partidos, as quais receberão também uma forte influência das contribuições privadas que se verificam a partir da ideologia dos grupos. Esse assunto será objeto da próxima seção.

5.4. Probabilidade de obtenção da maioria dos votos

A probabilidade de sucesso dos partidos, dado que existe ideologia dos grupos de interesse, é afetada pelas contribuições privadas que os grupos organizados em *lobby* estarão dispostos a fazer (ver expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1). Se um mesmo partido recebe as contribuições dos grupos organizados, as suas chances de obter a maioria dos votos no Legislativo se ampliam bastante quando comparadas a do outro partido sem aquelas contribuições, o que pode tornar o partido financiado favorito. Na situação em que as contribuições de campanha serão divididas entre os partidos, a disputa deverá ser mais acirrada, não se estabelecendo, *a priori*, nenhum favoritismo.

O financiamento público, distribuído na proporção dos partidos no Congresso, também afeta o favoritismo dos partidos. Como apresentado no Capítulo 4, duas análises podem ser procedidas, uma estática e outra dinâmica, em que os efeitos de curto e longo prazo do financiamento público podem ser verificados a partir da associação com o efeito da ideologia dos grupos.

Inicia-se a apresentação dos resultados pela análise da situação em que inexistente financiamento público, verificando-se o efeito estático das contribuições privadas sobre as chances de sucesso dos partidos.

5.4.1. Sem contribuição pública

Na ausência de financiamento público, adotam-se as expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1 para as probabilidades de obtenção da maioria dos votos dos partidos A e B com $c = 0$, gerando, respectivamente, as seguintes chances de sucesso:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi[W(\tilde{g}_A^L) - W(\tilde{g}_B^L)] + (\lambda \psi h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) - \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)]$$

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi[W(\tilde{g}_A^L) - W(\tilde{g}_B^L)] - (\lambda \psi h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 [\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) - \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)]$$

em que $W(\tilde{g}_P^L) = \sum_J \alpha^J W^J(\tilde{g}_P^L)$, para $P = A, B$, representa a utilidade média ponderada da sociedade com a plataforma \tilde{g}_P^L .

Portanto, as probabilidades dependem da compensação entre a diferença de utilidade que a sociedade auferir com as plataformas anunciadas e o efeito das contribuições privadas, que se dá sob a forma de uma maior influência do eleitorado por meio de campanhas eleitorais.

Se $W(\tilde{g}_A^L) > W(\tilde{g}_B^L)$, o partido A , embora viesando a plataforma \tilde{g}_A^L em favor do(s) grupo(s) de interesse, está anunciando uma plataforma que, na média, é melhor para todas as classes que o partido B , o que amplia as chances de sucesso de A . O fator determinante desse efeito, associado à vontade da sociedade como um todo, é a proporção das classes α^J , de forma que, quanto mais predominante uma classe social, mais a utilidade dessa classe é considerada nessa comparação. Como se está analisando a situação da sociedade, com classes organizadas ou não, não há que se ponderar nessa primeira parcela das expressões de probabilidade o efeito da ideologia dos grupos, o qual apenas afeta a segunda parcela daquelas expressões.

Essa segunda parcela representa o efeito da contribuição privada, que pode se somar ao anterior ou reduzi-lo. Dado que $W(\tilde{g}_A^L) > W(\tilde{g}_B^L)$, ocorre a soma de efeitos se a utilidade da plataforma \tilde{g}_A^L para o(s) grupo(s) de interesse que doa(m) para a campanha eleitoral de A , ponderada pelo peso que o(s) grupo(s) dá(dão) a esse partido, for também maior que a utilidade gerada para o(s) grupo(s) por \tilde{g}_B^L , também ponderada pelo peso que o(s) grupo(s) dá(dão) a esse

partido ($\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) > \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)$), ampliando as chances do partido *A* ao passo em que se reduzem as chances de *B*.

A ideologia dos grupos de interesse tem papel fundamental nesse último efeito, ao determinar como será o viés das plataformas anunciadas. Se uma classe é numerosa e ao mesmo tempo somente ela é organizada, muito provavelmente identifica-se a soma dos efeitos, pois o partido mais preferido pela classe mais numerosa, que também é organizada, viesará mais a sua plataforma em favor dessa classe/grupo, tornando num mesmo sentido os dois efeitos antes mencionados.

No entanto, se a classe mais numerosa não for organizada, esperam-se efeitos opostos. O partido mais preferido pelo grupo organizado vai viesar mais sua plataforma em favor desse grupo, de forma que a classe mais numerosa pode enfrentar plataformas pouco favoráveis a ela. Por outro lado, o efeito da contribuição privada só leva em conta a utilidade do grupo organizado, que é maior com a plataforma anunciada pelo partido de maior preferência do grupo, principalmente ao se considerar os pesos das respectivas preferências. Assim, enquanto o primeiro efeito pode ser tal que, por exemplo, $W(\tilde{g}_A^L) < W(\tilde{g}_B^L)$, o efeito da contribuição privada pode ser tal que $\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) > \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)$, para *J* representando o grupo organizado, restando saber qual dos efeitos se sobrepõe ao outro para se determinar qual dos partidos tem mais chances de sucesso.

No caso de mais de um grupo de interesse organizado em *lobby*, os efeitos dessa parcela sobre as probabilidades de sucesso dos partidos podem se somar ou serem opostos, dependendo da composição da sociedade e da característica ideológica dos grupos.

5.4.2. Com contribuição pública

Havendo financiamento público, adotam-se na plenitude as expressões (1.5) e (1.6) do Capítulo 1 para as probabilidades de obtenção da maioria dos votos dos partidos *A* e *B*, gerando, respectivamente, as seguintes chances de sucesso:

$$p_A = \frac{1}{2} + \psi[W(\tilde{g}_A^L) - W(\tilde{g}_B^L)] + (\lambda\psi h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J(\alpha^J)^2 [\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) - \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)] + \psi h\bar{\alpha}c(\beta_A - \beta_B) \quad (5.7)$$

$$p_B = \frac{1}{2} - \psi[W(\tilde{g}_A^L) - W(\tilde{g}_B^L)] - (\lambda\psi h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J(\alpha^J)^2 [\mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) - \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)] - \psi h\bar{\alpha}c(\beta_A - \beta_B) \quad (5.8)$$

em que $W(\bar{g}_P^L) = \sum_J \alpha^J W^J(\bar{g}_P^L)$, para $P = A, B$, representa a utilidade média ponderada da sociedade com a plataforma \bar{g}_P^L .

Portanto, as probabilidades dependem agora da compensação de mais um fator além daqueles destacados na seção anterior. Além da diferença de utilidade que a sociedade auferir com as plataformas anunciadas e do efeito das contribuições privadas, deve-se avaliar, estática e dinamicamente, o efeito da contribuição pública, representada pelo último fator das expressões antes apresentadas.

Análise estática

Em termos estáticos, o financiamento público distribuído na proporção dos partidos no Congresso pode afetar até o ponto de reverter o favoritismo dos partidos. Enquanto a sociedade como um todo pode considerar, por exemplo, que a plataforma do partido A é mais preferível que a do partido B e os grupos de interesse preferirem mais, por exemplo, também o partido A, o financiamento público pode vir a favorecer o partido B se ele for o mais representativo no Legislativo ($\beta_B > \beta_A$), podendo superar os outros efeitos.

O contraponto entre esses três efeitos definirá o partido com maior probabilidade de obter a maioria dos votos. No caso do financiamento público, o efeito é tanto maior quanto maior for a contribuição pública *per capita* c , podendo, inclusive, suplantando a vontade da sociedade e dos grupos de interesse se a contribuição pública *per capita* for muito elevada. Assim, se o partido A é o favorito tanto pela sociedade, quanto pelos grupos de interesse, mas a contribuição pública é muito elevada e o partido B é o mais representativo no Congresso no momento em que se implanta a contribuição pública, o efeito do financiamento público, que permite a realização de uma campanha eleitoral mais ampla e influente sobre o eleitorado não organizado, pode superar os outros dois efeitos.

Nesse caso, tem-se novamente o efeito perverso do financiamento público, na medida em que nem a vontade da sociedade nem a vontade dos grupos de interesse podem superar a vantagem do partido mais representativo no Legislativo, que dispõe de mais recursos para realizar a sua campanha eleitoral. Essa vantagem tem relação direta com a possibilidade de os eleitores se influenciarem pelas campanhas eleitorais e com a efetividade das campanhas eleitorais.

Da mesma forma que no Capítulo 4, poder-se-ia pensar que o financiamento público equalizaria as forças contrárias relativas à vontade da sociedade e dos grupos *lobbistas*.

Estaticamente, isso pode até ocorrer, mas em termos dinâmicos o financiamento público no contexto de ideologia dos grupos de interesse pode ter outros efeitos, que se analisam a seguir.

Análise dinâmica

Para se fazer a análise da contribuição pública em termos dinâmicos, repetindo-se infinitamente o jogo estabelecido no Capítulo 1 sob a condição de que os grupos agora possuem ideologia, retoma-se a proposição apresentada no Capítulo 3, Seção 3.2, dada por:

$$E[\beta_A] = p_A + \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right) \kappa \quad (5.9)$$

em que $\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \kappa^J$ e $\kappa^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B)$.

Adotam-se as mesmas notações do Capítulo 3, identificando-se $E[\beta_A]$ apenas como β_A , bem como utilizando-se um expoente para indicar o período de tempo correspondente. Assim, o jogo começa ao final do período $t = 0$, em que representação do partido A no Legislativo é β_A^0 , as eleições ocorrem no período $t = 1$, passando a representação do partido A a ser β_A^1 , e assim por diante. A expressão de p_A^t denota a probabilidade de o partido A obter a maioria dos assentos nas eleições que ocorrem no fim do período $t-1$, definindo o Legislativo no período t .

Considerando as plataformas a serem anunciadas, expressas por (5.5) e (5.6), e substituindo nas expressões (5.7), (5.8) e (5.9), obtêm-se as seguintes expressões:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi \tilde{W}^L \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i + \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J} \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i + (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right) \quad (5.10)$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \phi \tilde{W}^L \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i - \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J} \sum_{i=0}^{t-1} (2\phi h \bar{\alpha} c)^i - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\frac{1}{2} - \beta_B^0 \right) \quad (5.11)$$

em que $\tilde{W}^L = W(\tilde{g}_A^L) - W(\tilde{g}_B^L)$, $\tilde{W}^{L,J} = \mu^J W^J(\tilde{g}_A^L) - \eta^J W^J(\tilde{g}_B^L)$ e $\beta_A^t + \beta_B^t = 1$, sendo válidos os valores dessas proporções que estão limitados ao intervalo $[0,1]$.

Analogamente ao apresentado nos Capítulos 3 e 4, são analisados três casos relativos à contribuição pública *per capita* ($c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$, $c = \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$ e $c > \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$), para dados valores de \tilde{W}^L e de $\sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}$ referentes, respectivamente, à utilidade média ponderada de todas as

classes sociais e à utilidade média ponderada dos grupos organizados em *lobby* a partir do

anúncio das plataformas \tilde{g}_A^L e \tilde{g}_B^L , que dependem de fatores como a preferência ideológica dos grupos em relação aos partidos.

Caso 1: $c < \frac{1}{2\phi h \bar{\alpha}}$

As proporções de longo prazo, nesse caso, são dadas por:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \phi \tilde{W}^L \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) + \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J} \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) + (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\beta_A^0 - \frac{1}{2} \right)$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \phi \tilde{W}^L \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) - \phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J} \left(\frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} \right) - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t \left(\frac{1}{2} - \beta_B^0 \right)$$

Quando a contribuição pública é pequena, obtém-se:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} (2\phi h \bar{\alpha} c)^t = 0$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \frac{1 - (2\phi h \bar{\alpha} c)^t}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} = \frac{1}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

Dessa forma, as proporções dos partidos no longo prazo tendem a:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_A^t = \frac{1}{2} + \frac{\phi \tilde{W}^L}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} + \frac{\phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_B^t = \frac{1}{2} - \frac{\phi \tilde{W}^L}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c} - \frac{\phi \psi (\lambda h \bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}}{1 - 2\phi h \bar{\alpha} c}$$

Assim, os fatores \tilde{W}^L e $\sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}$ definirão a composição do Legislativo, de forma que ela dependerá das utilidades que as plataformas anunciadas com ambas as contribuições (\tilde{g}_A^L e \tilde{g}_B^L) geram à sociedade como um todo e aos grupos de interesse financiadores das campanhas eleitorais.

Portanto, valem as conclusões da Seção 5.4.1. para essa situação de longo prazo, interpretando-se os resultados atinentes às probabilidades como referentes às proporções dos partidos.

Também se registra que uma preferência da sociedade e/ou dos grupos de interesse suficientemente elevada, de forma que soma das duas últimas parcelas das expressões anteriores

sejam superiores a 1/2, poderá haver, já nessa situação de pequena contribuição pública, a dominância de um partido em relação ao outro, minando a competição eleitoral.

Caso 2: $c = \frac{1}{2\phi h\bar{\alpha}}$

Nesse caso particular, as proporções de longo prazo serão dadas por:

$$\beta_A^t = t(\phi\tilde{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}) + \beta_A^0, \quad \forall t \geq 1$$

$$\beta_B^t = -t(\phi\tilde{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}) + \beta_B^0, \quad \forall t \geq 1$$

As expressões acima indicam que em geral haverá dominância de um partido em relação ao outro no longo prazo. A compensação entre os efeitos dos fatores \tilde{W}^L e $\sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}$ definirá o partido dominante na Casa Legislativa, de forma que os aspectos relativos à vontade da sociedade e/ou dos grupos de interesse podem levar à dominância de um partido em relação ao outro, eliminando a competição eleitoral.

Apenas no caso bastante particular de tais fatores serem iguais é que se pode esperar um certo equilíbrio das proporções dos partidos, que serão constantes e iguais às proporções iniciais dos partidos, uma vez que:

$$\lim_{t \rightarrow \infty} \beta_A^t = \beta_A^0 \text{ e } \lim_{t \rightarrow \infty} \beta_B^t = \beta_B^0 \text{ se } \phi\tilde{W}^L = \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}$$

Caso 3: $c > \frac{1}{2\phi h\bar{\alpha}}$

As expressões (5.10) e (5.11) podem ser rerepresentadas da seguinte forma:

$$\beta_A^t = \frac{1}{2} + \frac{\phi\tilde{W}^L}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} + \frac{\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} + \frac{(2\phi h\bar{\alpha}c)^t}{2\phi h\bar{\alpha}c-1} \left\{ \phi\tilde{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J} + (\beta_A^0 - \frac{1}{2})[(2\phi h\bar{\alpha}c)-1] \right\}$$

$$\beta_B^t = \frac{1}{2} - \frac{\phi\tilde{W}^L}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} - \frac{\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}}{1-2\phi h\bar{\alpha}c} - \frac{(2\phi h\bar{\alpha}c)^t}{2\phi h\bar{\alpha}c-1} \left\{ \phi\tilde{W}^L + \phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J} + (\beta_A^0 - \frac{1}{2})[(2\phi h\bar{\alpha}c)-1] \right\}$$

Mais uma vez, a dominância de longo prazo depende da compensação dos fatores fixos $(2\phi h\bar{\alpha}c)$, $\phi\tilde{W}^L$, $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}$ e $(\beta_A^0 - \frac{1}{2})$.

Da mesma maneira que já abordado no Capítulo 4, a divergência entre \tilde{g}_A^L e \tilde{g}_B^L é o que define a composição de longo prazo do Legislativo. Quanto menor a divergência entre as plataformas anunciadas, menor a influência dos fatores $\phi\tilde{W}^L$ e $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\tilde{W}^{L,J}$ nas expressões acima, tornando determinante o fator $(2\phi h\bar{\alpha}c)$, representativo do financiamento público propriamente dito, e levando à dominância do partido inicialmente mais representativo no Congresso.

Por outro lado, se a divergência entre \tilde{g}_A^L e \tilde{g}_B^L for suficientemente grande, a compensação dos efeitos de $\phi\tilde{W}^L$ e $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\tilde{W}^{L,J}$ poderá definir qual partido é dominante no longo prazo. Se há soma dos efeitos relativos à vontade da sociedade como um todo e dos grupos organizados em *lobby*, e um desses efeitos ou ambos são muito elevados ($|\phi\tilde{W}^L| \gg 0$ e/ou $|\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\tilde{W}^{L,J}| \gg 0$), o partido dominante será aquele preferido pela sociedade/grupos de interesse. Se, no entanto, os efeitos são opostos, esses fatores serão determinantes na dominância de longo prazo se um deles for suficientemente grande para se sobrepor ao outro e ainda gerar um efeito maior do que os efeitos dos termos $(2\phi h\bar{\alpha}c)$ e $(\beta_A^0 - \frac{1}{2})$. Nessa circunstância, o partido dominante no longo prazo será aquele preferido pela sociedade ou pelos grupos de interesse quando $\phi\tilde{W}^L$ ou $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\tilde{W}^{L,J}$ for suficientemente grande, respectivamente.

No caso de os efeitos desses fatores serem opostos e nenhum deles ser suficientemente grande para se sobrepor ao outro, ou ainda no caso bastante particular de equilíbrio entre esses dois efeitos ($\phi\tilde{W}^L$ igual ou próximo a $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2\sum_J O^J(\alpha^J)^2\tilde{W}^{L,J}$), o financiamento público volta a dominar, valendo como fator determinante a composição da Casa Legislativa no início do jogo, ou seja, o partido mais representativo no Congresso no início do jogo é o dominante no longo prazo.

Destarte, da mesma forma que apresentado no Capítulo 4, somente quando o financiamento público é pequeno e não há uma preferência forte da sociedade ou de grupos de interesse pelos partidos é que se pode esperar não haver dominância de um partido em relação ao outro. A partir de valores mais elevados de contribuição pública, a competição eleitoral passa a

ser novamente ameaçada, e os fatores que determinarão qual partido será o dominante podem ser ou a vontade da sociedade ou a vontade dos grupos de interesse ou a composição inicial do Congresso, dependendo de qual deles é o mais preponderante sobre os outros.

Ressalta-se que, embora o estudo dinâmico que se apresenta aqui seja, tecnicamente, muito semelhante àquele já considerado no Capítulo 4, os fatores determinantes, $\phi\psi(\lambda h\bar{\alpha})^2 \sum_J O^J (\alpha^J)^2 \tilde{W}^{L,J}$, são dependentes das plataformas anunciadas sob a ideologia de grupos de interesse, \tilde{g}_A^L e \tilde{g}_B^L , as quais, de acordo com a análise apresentada na Seção 5.3, representam aos partidos e aos grupos de interesse incentivos diferentes daqueles estudados no Capítulo 4, quando se considerou a ideologia dos partidos.

5.5. Conclusões

O objetivo de se introduzir a ideologia dos grupos de interesse no modelo básico apresentado no Capítulo 1 é tornar cada vez mais realista o modelo desenvolvido. Essa consideração fez com que os partidos terminassem anunciando plataformas políticas divergentes e mais extremas, com a identificação de um novo viés em favor dos *lobbistas*. Os resultados mais interessantes referem-se a possíveis configurações ideológicas que até permitem o anúncio de plataformas menos extremas ao se contrapor o favorecimento de um grupo com o de outro, ou configurações que gerem menos incentivo a viés a partir de uma antipatia forte por um dos partidos. Menciona-se que, diferentemente dos favorecimentos identificados nos Capítulos 2 (Seção 2.3) e 4, o viés obtido em favor dos grupos de interesse decorrente da ideologia desses grupos pode ser evitado com um efetivo controle das autoridades eleitorais.

Com a divergência das plataformas anunciadas, os grupos de interesse mostram-se novamente dispostos a contribuir para as campanhas eleitorais dos partidos mais preferidos ideologicamente. Essas contribuições, juntamente com fatores relativos à utilidade média ponderada do eleitorado (independente da organização em grupos de interesse) e ao financiamento público de campanha, afetam a probabilidade de os partidos obterem a maioria dos votos. Assim, estaticamente, é preciso identificar qual desses fatores domina o outro, para se dizer qual dos partidos terá mais chances de sucesso na obtenção da maioria dos assentos.

Porém, em termos dinâmicos, a preferência forte da sociedade ou dos grupos de interesse por um dos partidos e/ou ainda o financiamento público suficientemente elevado poderão levar à dominância de um partido no longo prazo, eliminando a competição eleitoral.

Qual partido será dominante dependerá de qual dos fatores é o mais forte na compensação dos seus efeitos.

Dessa forma, mesmo se atingindo o objetivo de tornar mais realista o modelo básico inicialmente elaborado, obtendo plataformas políticas divergentes e contribuições privadas não-nulas, a interação do *lobby* pré-eleitoral ideológico com o financiamento público de campanha distribuído na proporção dos partidos no Congresso mantém o principal resultado já apresentado: as plataformas políticas serão viesadas em favor dos *lobbistas* e as competições eleitorais poderão se tornar desiguais, indicando problemas de legitimidade do partido majoritário e enfraquecimento das instituições democráticas.

Esse resultado reforça a preocupação esboçada nos Capítulos 3 e 4 quanto ao elevado montante do financiamento público que se está propondo no Congresso brasileiro, bem como quanto ao mecanismo de distribuição dos recursos públicos propriamente dito, que pode ser um fator determinante na obtenção dessa predominância de longo prazo.

Conclusão

A preocupação com a influência do poder econômico nas decisões políticas e a conseqüente discussão sobre financiamento de campanha eleitoral sugeriram a construção do modelo formal constante desta tese. Objetivou-se, principalmente, a análise dos efeitos das contribuições pública, distribuída na proporção dos partidos no Congresso, e privada, decorrente da ação dos *lobbistas*, sobre as plataformas prometidas pelos partidos e sobre as probabilidades de obtenção da maioria dos votos, como forma de analisar o bem-estar social e a competição eleitoral sob ambas as contribuições.

Na modelagem básica, sem diferenciação relativa à ideologia de partidos ou grupos organizados, obtêm-se que partidos propõem plataformas políticas convergentes e viesadas em favor de grupos de interesse. Levar em conta diferentes padrões de homogeneidade para as classes sociais que compõem o eleitorado, bem como distinguir o eleitorado entre votante e não-votante, permitiram a identificação de novos vieses em favor dos grupos de interesse, embora as plataformas ainda se mostrassem convergentes.

A inserção no modelo da ideologia partidária ou da ideologia de grupos de interesse gera divergência nas plataformas políticas anunciadas pelos partidos e possibilita observar novos desvios das plataformas anunciadas em relação ao que seria o ótimo social. Dessa forma, a consideração desses aspectos ideológicos continua a sinalizar perda de bem-estar social, permitindo, ainda, identificar a limitação de medidas como a instituição do financiamento exclusivamente público das campanhas e do controle das autoridades eleitorais sobre contribuições privadas ilegais, quando está em jogo, por exemplo, a ideologia partidária.

Em decorrência da divergência das plataformas anunciadas pelos partidos nas campanhas eleitorais, as contribuições privadas passam a existir. Os grupos de interesse, então, participam efetivamente do processo eleitoral e contribuem para as campanhas eleitorais do partido que mais se alinha com suas preferências. Fatores como a rigidez ideológica ou a simpatia forte por um partido determinam o quanto tais grupos estão dispostos a doar para as campanhas eleitorais. Essas contribuições privadas também assumem importante papel na definição das chances de sucesso dos partidos estática e dinamicamente. Sendo suficientemente elevadas, em decorrência de uma preferência intensa por um dos partidos, essas contribuições podem até determinar a dominância desse partido no longo prazo, suplantando a vontade da população e/ou o efeito do financiamento público.

Enquanto o financiamento público distribuído na proporção dos votos no Legislativo não afeta as plataformas anunciadas sob nenhuma circunstância, a sua influência sobre as

chances de sucesso dos partidos é muito forte. Estaticamente, esse financiamento, que favorece o partido majoritário no Legislativo, contrapõe-se com outros referentes à vontade da população e/ou dos grupos de interesse, podendo ou não ser determinante na composição do Legislativo no curto prazo. Já no longo prazo, o efeito do financiamento público tem potencial decisivo, de forma que, se muito elevado, chega-se à perpetuação no poder do partido que no início do jogo dinâmico era majoritário, independentemente da vontade da sociedade ou dos *lobbistas*.

É possível que, por exemplo, o financiamento público favoreça um partido diferente daquele que recebe contribuições privadas mais generosas por um melhor alinhamento ideológico (tanto da parte dos partidos quanto dos grupos). Se assim o for, poder-se-ia esperar um equilíbrio de forças entre os efeitos de ambos os fatores, equalizando o peso do voto dos eleitores não-organizados com o dos grupos de interesse. No entanto, a situação pode ser oposta, e o efeito do financiamento público vir a se somar com o das contribuições privadas, desequilibrando ainda mais as forças numa competição eleitoral e institucionalizando a dominância de um partido que pode favorecer enormemente um determinado grupo financiador ou que possui uma posição ideológica muito radical.

Assim, mesmo procurando tornar o modelo básico mais realista ao considerar os diversos fatores afetos ao eleitorado, aos partidos e aos grupos de interesse nos Capítulos 2, 4 e 5, os principais resultados da modelagem básica apresentada nos Capítulos 1 e 3 foram, com algumas variações, novamente obtidos: as plataformas políticas continuam viesadas em favor dos *lobbistas* e a competição eleitoral continua ameaçada.

Considerando que atualmente a legislação brasileira já permite a conjunção dos tipos de financiamento considerados nos modelos desenvolvidos, esses dois resultados indicam realmente a necessidade de uma alteração da legislação. No entanto, a proposta já aprovada no Senado pode não solucionar os problemas antes mencionados, uma vez que um elevado nível de contribuição pública, que sairia de R\$ 0,35 para R\$ 7,00 por eleitor, pode potencializar a dominância partidária identificada neste estudo.

Além da questão da hegemonia de um único partido, associada a um elevado financiamento exclusivamente público nos anos eleitorais, convém notar que, no passado, a legislação¹ que regulamentava as campanhas eleitorais vedava a contribuição privada e, a despeito disso, a história mostrou que esse dispositivo legal não foi suficiente para desestimular a prática da contabilização paralela, como a que se constatou com a investigação do chamado

¹ Lei nº 5682/71.

“Esquema PC”. Assim, não seria absurdo esperar que, a partir da implantação do financiamento exclusivamente público, os gastos de campanha não se limitassem aos publicamente providos.

Destarte, uma nova lei de financiamento público exclusivo poderia estar promovendo não uma homogeneização dos gastos, mas sim uma previsibilidade do que seria declarado, uma vez que os recursos oriundos do *lobby* pré-eleitoral, quando existentes, só poderiam fazer parte do “caixa dois” dos partidos. Nesse caso, perder-se-ia também uma rica fonte de informação sobre os interesses privados que financiam as campanhas no país, ou seja, o banco de dados das prestações de contas do financiamento privado de campanhas dos candidatos.

Ademais, não se pode dizer que a efetiva coibição das contribuições privadas nos anos eleitorais impediria o viés das plataformas anunciadas em favor dos grupos de interesse. Não há como evitar que, uma doação feita durante os três anos antecedentes ao ano eleitoral afete a plataforma anunciada durante a campanha pelo partido agraciado com essa doação, mostrando, portanto, que o financiamento público pode vir a ser um gasto governamental inócuo.

A modelagem desenvolvida pode ainda ser aprimorada em diversas formas. Passa-se a seguir a apresentar algumas sugestões para estudos futuros visando ampliar o entendimento do *lobby* pré-eleitoral associado ao financiamento público de campanha.

Uma primeira sugestão seria a análise da hipótese de comprometimento de os partidos efetivamente implantarem as plataformas anunciadas durante o processo eleitoral quando se acresce ao modelo a ideologia partidária. Espera-se, com isso, enriquecer a análise e verificar se o estudo de longo prazo em que tal hipótese fosse relaxada geraria diferentes resultados no tocante à competição eleitoral.

Menciona-se que a inserção da ideologia dos grupos de interesse no modelo não sugere a análise do comprometimento antes mencionada, uma vez que não se vislumbram incentivos de os partidos desviarem das plataformas anunciadas quando se considera apenas a ideologia dos *lobbistas*. No entanto, surge um possível conflito na tomada de decisão do partido quanto a que política implementar, uma vez eleito, quando esse partido possui viés ideológico.

Já sob o aspecto da minimização do viés em favor de grupos de interesse, também se faz pertinente um exame de outras formas de contenção das doações privadas para as campanhas eleitorais, vez que esse vem sendo um instrumento cada vez mais utilizado nos diversos países em que há regulação do financiamento de campanha (Shefold, 1995), conforme exemplos brevemente discutidos na introdução deste estudo.

Menciona-se a ausência de qualquer consideração informacional do financiamento de campanha nos modelos desenvolvidos, uma vez que se postulou que os financiamentos público e privado são puramente mecanismos de influência do eleitorado. No entanto, os gastos de campanha também podem servir para que os eleitores conheçam de forma mais precisa os candidatos envolvidos. A inserção desse papel informacional no modelo pode trazer novas conclusões, enriquecendo a análise da conjunção do *lobby* pré-eleitoral com o financiamento público de campanha.

O modelo mostra-se extremamente limitado no que diz respeito à negociação no Legislativo ao supor que o partido que obtém a maioria dos assentos consegue impor a implantação de sua proposta de campanha. Quando são considerados de forma explícita a negociação interna no Legislativo e a negociação entre o Legislativo e o Executivo, novos incentivos aparecem, inclusive a possibilidade de os eleitores serem mais estratégicos no momento de votar, escolhendo otimamente a representação de cada partido na Casa Legislativa. Nesse caso surgem naturalmente questões associadas ao fenômeno conhecido como voto dividido, que, na ausência de *lobby*, foram amplamente analisadas por Alesina e Rosenthal (1996), Fiorina (1996), Bugarin (1999) e Bugarin (2003). Uma extensão desses modelos para incluir o *lobby* pré-eleitoral é também uma sugestão para estudos futuros.

Em termos da ideologia de grupos de interesse, há uma forma de aprimorar o estudo iniciado nesta tese. Considerando a possibilidade de todos os membros do grupo, e não apenas os dirigentes dos grupos, possuírem preferências pelos partidos, a análise desse fator ideológico pode ser bastante distinta da aqui apresentada. Espera-se haver uma plataforma socialmente ótima correspondente a cada partido, uma vez que a sociedade como um todo possui diferentes preferências em relação a eles. Isso mudaria toda a análise de incentivos dos partidos ao anunciar as plataformas políticas, com movimentações centrífugas e centrípetas diferentes das já analisadas, sem, no entanto, afetar a expectativa de haver viés das plataformas anunciadas na presença de ideologia de grupos.

Considerando que a análise de longo prazo da competição eleitoral se baseia na contribuição pública *per capita* distribuída na proporção dos partidos no Legislativo, poder-se-ia argumentar que esse mecanismo de distribuição de recursos públicos é o principal responsável pela dominância de um partido no longo prazo. Para aclarar essa questão, sugere-se, ainda, uma análise de formas alternativas de distribuição dos recursos públicos para o financiamento das campanhas eleitorais, apresentando-se, na seqüência, algumas alternativas desse estudo.

Supondo que se pudesse exigir que parte de uma quantia diretamente doada a um partido fosse destinada ao fundo de assistência financeira dos partidos, poder-se-ia analisar como os efeitos do *lobby* ocorreriam. Nessa situação, embora um dos candidatos tenda a anunciar propostas favoráveis a determinados grupos de interesse, o outro, que receberia parte do recurso correspondente à doação privada daqueles grupos via distribuição do fundo partidário, poderia ter uma maior chance de vencer as eleições sem se vincular a interesses específicos. Surge, então, um efeito *free rider* que pode reduzir o incentivo à contribuição privada.

Há também a proposta apresentada no Senado no dia da votação do Projeto de Lei nº 353/99 aprovado². Como forma de aperfeiçoar a lei de financiamento de campanha exclusivamente público, o Senador Eduardo Suplicy sugeriu um mecanismo de revelação de preferências em que os eleitores, no período anterior às eleições, definissem para qual partido destinariam as respectivas contribuições públicas *per capita*. Seria pertinente, portanto, avaliar o efeito desse mecanismo em termos da igualdade nas disputas eleitorais sob o financiamento público de campanha.

Por fim, uma outra análise se mostra viável. Propõe-se a definição do percentual ideal de recursos públicos a distribuir aos partidos. O objetivo principal aqui é conter o efeito dominante do financiamento público no longo prazo. Como esse procedimento, por si só, pode não minimizar a influência do poder econômico nas políticas públicas, poder-se-ia associar essa medida à contenção de doações para campanhas eleitorais. Resta ainda a se determinar que mecanismos poderiam de fato limitar na prática a contribuição privada, que se mostra como um problema institucional de elevada complexidade no Brasil.

² Ver Diário do Senado Federal, dia 26/04/2001: “A proposta que eu havia formulado é que haveria da parte dos próprios eleitores a possibilidade de, previamente, dizer para qual partido iriam aqueles sete reais a que cada eleitor terá direito.”, Senador Eduardo Suplicy.

Apêndice

Proposição: Seja um sistema de eleição proporcional, no qual a representação de cada partido na Casa Legislativa corresponde ao percentual de votos recebidos numa eleição geral com um único distrito eleitoral. Suponha que o partido P ($P = A, B$) propõe a política g_P e coleta o montante C_P em termos de contribuições públicas e/ou privadas. Então, a proporção esperada de parlamentares eleitos pelo partido A , $E[\beta_A]$, corresponde à probabilidade p_A de esse partido obter a maioria dos votos nas eleições somada a um fator que considera os aspectos estocásticos de preferência social e individual, conforme a expressão a seguir:

$$E[\beta_A] = p_A + \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right) \kappa$$

em que $\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \kappa^J$ e $\kappa^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B)$.

Prova:

(i) Proporção de votos. Retomando a expressão (1.4) relativa ao total de votos recebidos pelo partido A :

$$\pi^A = \sum_J \alpha^J \left[\sigma^J + \frac{1}{2\phi} \right] \phi \quad (\text{A.1})$$

O eleitor do tipo indiferente é dado por:

$$\sigma^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B) - \tilde{\delta} \quad (\text{A.2})$$

Assim, sendo $\kappa^J = W^J(g_A) - W^J(g_B) + h(1 - O^J)(C_A - C_B)$, escreve-se:

$$\pi^A = \frac{1}{2} + \sum_J \alpha^J \phi (\kappa^J - \tilde{\delta})$$

Seja agora $\kappa = \sum_J \alpha^J \phi \kappa^J$. A expressão acima pode ser reescrita como:

$$\pi^A = \frac{1}{2} + \kappa - \tilde{\delta} \phi$$

Como $E[\tilde{\delta}] = 0$, o percentual de votos esperado para o partido A é:

$$E[\pi^A] = \frac{1}{2} + \kappa - \phi E[\tilde{\delta}] = \frac{1}{2} + \kappa \quad (\text{A.3})$$

(ii) Representação esperada. Dada a expressão (A.3) e o sistema proporcional de eleições, a representação esperada do partido A no Legislativo é dada por:

$$E[\beta_A] = E[\pi^A] = \frac{1}{2} + \kappa$$

(iii) Probabilidade de obtenção da maioria no Legislativo. A probabilidade de o partido A obter a maioria dos votos no Legislativo $p_A = \text{prob}[\pi^A \geq 1/2]$, pode ser expressa por:

$$p_A = \text{prob}\left[\pi^A \geq \frac{1}{2}\right] = \text{prob}\left[\frac{1}{2} + \kappa - \tilde{\delta}\phi \geq \frac{1}{2}\right] = \text{prob}\left[\tilde{\delta} \leq \frac{\kappa}{\phi}\right]$$

Assim:

$$p_A = \frac{1}{2} + \kappa \frac{\psi}{\phi} \tag{A.4}$$

De (A.3) e (A.4) obtém-se que $E[\beta_A] = p_A + \left(1 - \frac{\psi}{\phi}\right)\kappa$. \square

Referências Bibliográficas

- Achen, C. 1978. 'Measuring Representation'. *American Journal of Political Science*, 21: 805-815.
- Adams, J. 1998. 'Policy Divergence in Multicandidate Probabilistic Spatial Voting'. *Public Choice*, 100: 103-122.
- Alesina, A. e Rosenthal, H. 1996. 'A Theory of Divided Government'. *Econometrica*, 64: 1311-1342.
- Alston, L. e Mueller, B. 2001. 'Coalitional Stability and the Gains from Trade between the Executive and the Legislature in Brazil', Workshop on Neoliberalism and its Consequences, USP.
- Amacher, R. e Boyes, W. 1978. 'Cycles in Senatorial Voting Behavior: implications for the optimal frequency of elections'. *Public Choice*, 33: 1-78.
- Ansolabehere, S. D., Snyder Jr., J. M., e Stewart III, C. 2001. 'Candidate Positioning in U.S. House Elections'. *American Journal of Political Science*, 45: 136-159.
- Austen-Smith, D. 1987. 'Interest Groups, Campaign Contributions, and Probabilistic Voting'. *Public Choice*, 54:123-9.
- Banaian, K. e Luksetich, W. 1991. 'Campaign Spending in Congressional Elections'. *Economic Inquiry*, 29: 92-100.
- Banks, J. S. e Sundaram, R. K. 1993. 'Moral Hazard and Adverse Selection in a Model of Repeated Elections'. *Political Economy: Institutions, Competition, and Representation*, editado por W. A. Barnett, M. J. Hinich, e N. J. Schoefield, Cambridge: Cambridge University Press.
- Baron, D. 1994. 'Electoral Competition with Informed and Uninformed Voters'. *The American Political Science Review*, 88: 33-47.
- Becker, G. S. 1983. 'A Theory of Competition Among Pressure Groups for Political Influence'. *Quarterly Journal of Economics*, 98: 371-400.
- Bennedsen, M. 1998. 'Vote Buying Through Resource Allocation in Government Controlled Enterprises'. University of Copenhagen.
- Börgers, T. 2004. 'Costly Voting'. *American Economic Review*, 94: 57-67.

- Bugarin, M. 1999. 'Vote Splitting as Insurance Against Uncertainty'. *Public Choice*, 98: 153–69.
- Bugarin, M. 2003. 'Vote Splitting, Reelection and Electoral Control: Towards a Unified Model'. *Social Choice and Welfare*, 20: 137–54.
- Bugarin, M. e Portugal, A. 2003. 'Financiamento Público e Privado de Campanhas Eleitorais: efeitos sobre bem-estar social e representação partidária no Legislativo'. *Economia Aplicada*, Vol. 7, nº 3: 549–584.
- Bugarin, M. e Portugal, A. 2004. 'Public Financing of Electoral Campaigns: Effect on Social Welfare and Party Representation in the Legislature'. Second World Congress of the Game Theory Society, Marselha.
- Calvert, R. L. 1985. 'Robustness of the Multidimensional Voting Model: Candidate Motivations, Uncertainty, and Convergence'. *American Journal of Political Science*, 29: 69-95.
- Cameron, C. M. e Enelow, J. M. 1992. 'Assymmetric Policy Effects, Campaign Contributions, and Spatial Theory of Elections'. *Mathematical and Computer Modelling*, 16: 117-132.
- Conley, J. P. e Temimi, A. 2001. 'Endogenous Enfranchisement when Groups' Preferences Conflict'. *Journal of Political Economy*, 109: 79-102.
- Cukierman, A. 1991. 'Asymmetric Information and the Electoral Momentum of Public Opinion Polls'. *Public Choice*, 70: 181-213.
- Dix, M. 2001. 'Campaign Contributions with Swing Voters'. Department of Economics, Tulane University, New Orleans.
- Downs, A. 1957. 'An Economic Theory of Democracy'. New York: Harper and Row.
- Enelow, J. M. e Hinich, M. J. 1982. 'Nonspacial Candidate Characteristics and Electoral Competition', *Journal of Economics*, 44: 115-130.
- Erickson, R. e Palfrey, T. 1998. 'Campaign Spending and Incumbency: an alternative simultaneous equations approach'. *The Journal of Politics*, 60: 355-373.
- Feld, S. e Grofman, B. 1991. 'Incumbency Advantage, Voter Loyalty and the Benefit of the Doubt'. *Journal of Theoretical Politics*, 3: 115-137.
- Ferejohn, J. 1986. 'Incumbent Performance and Electoral Control'. *Public Choice*, 50: 5-26.

- Fiorina, M. 1973. 'Electoral Margins, Constituency Influence and Policy Moderation: a Critical Assessment'. *American Politics*, 4: 479-498.
- Fiorina, M. 1977. *Representatives, Roll-Calls and Constituencies*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Fiorina, M. 1981. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press.
- Fiorina, M. 1996. *Divided Government*. 2ª Edição. Boston: Allyn e Bacon.
- Fudenberg, D. e Tirole, J. 1993. *Game Theory*. 3ª Edição. The MIT Press.
- Gerber, A. 1998. 'Estimating the Effect of Campaign Spending on Senate Election Outcomes Using Instrumental Variables'. *The American Political Science Review*, 92: 401-411.
- Ginsburg, B. 1976. 'Elections and Public Policy'. *The American Political Science Review*, 70:41-49.
- Groseclose, T. 2001. 'A Model of Candidate Location when One Candidate Has a Valence Advantage'. *The American Journal of Political Science*, 45: 862-886.
- Grossman, G. e Helpman, E. 1996. 'Electoral Competition and Special Interest Politics'. *Review of Economic Studies*, 63: 265-286.
- Grossman, G. e Helpman, E. 2001. *Special Interest Politics*, The MIT Press.
- Harrington, J. E. Jr. e Hess, G. D. 1996. 'Spatial Theory of Positive and Negative Campaigning'. *Games and Economic Behavior*, 17: 209-229.
- Helsey, R. W. e O'Sullivan, A. 1994. 'Altruistic Voting and Campaign Contributions'. *Journal of Public Economics*, 55: 107-119.
- Hess, G. e Orphanides, A. 1995. 'War Politics: an Economic, Rational Voter Framework'. *American Economic Review*, 85: 828-846.
- Hibbs, D. 1979. 'Inflation, Unemployment and Left-wing Political Parties: a reanalysis'. *The American Political Science Review*, 73: 185-90.
- Hinich, M. J. 1977. 'Equilibrium in Spatial Voting: the median voter result is an artifact'. *Journal of Economic Theory*, 16: 208-219.
- Hotelling, H. 1929. 'Stability in Competition'. *Economic Journal*, 39: 41-57.

- Husted, T. e Kenny, L. 1997. 'The Effect of the Expansion of the Voting Franchise on the Size of Government'. *The Journal of Political Economy*, 105: 54-82
- Johnston, R. J. 1978. 'Campaign Spending and Votes: a Reconsideration'. *Public Choice*, 20: 83-92.
- Krasa, S. e Polborn, M. 2005. 'Is Mandatory Voting Better than Voluntary Voting?'. Mimeo.
- Kuklinski, J. e Elling, R. 1977. 'Representational Role Constituency Opinion and Legislative Roll-call Behavior'. *American Journal of Political Science*, 21:135-147.
- Lindbeck, A. e Weibull, J. 1987. 'Balanced-budget Redistribution as the Outcome of Political competition'. *Public Choice*, 52: 273-297.
- Londegran, J. e Romer, T. 1993. 'Polarization, Incumbency, and the Personal Vote'. *Political Economy: Institutions, Competition, and Representation*, editado por William A. Barnett, Melvin J. Hinich, e Norman J. Schofield. New York: Cambridge University Press.
- Meneguello, R. 2003. 'A Face Dominante da Esquerda Brasileira: avanços, mudanças e dilemas do Partido dos Trabalhadores'. *Eleições e Partidos, Cadernos Adenauer*, Ano IV, nº 01.
- Morrow, J.D. 1994. *Game Theory for Political Scientists*. Princeton University Press, Princeton.
- Nagler, J. e Leighley, J. 1992. 'Presidential Campaign Expenditures: evidence on allocations and effects'. *Public Choice*, 73: 319-333.
- Olson, M. 1965. *The Logic of Collective Action: public goods and the theory of groups*. Harvard University Press, Cambridge.
- Osborne, M. 1995. 'Spatial Models of Political Competition Under Plurality Rule: a survey of some explanations of the number of candidates and positions they take'. *Canadian Journal of Economics*, 27: 261-301.
- Osborne, M. e Slivinsky, A. 1996. 'A Model of Political Competition with Citizen-Candidates'. *Quarterly Journal of Economics*, 111: 65-96.
- Page, B. 1978. *Choice and Echoes in Presidential Elections: rational man in electoral democracy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Palda, F. e Palda, K. 1998. 'The Impact of Campaign Expenditures on Political Competition in the French Legislative Elections of 1993'. *Public Choice*, 94: 157-174.
- Palfrey, T. e Rosenthal, H. 1983. 'A Strategic Calculus of Voting'. *Public Choice*, 41: 7-53.

- Palfrey, T. 1984. 'Spatial Equilibrium with Entry'. *Review of Economic Studies*, LI, 139-156.
- Palfrey, T. e Rosenthal, H. 1985. 'Voter Participation and Strategic Uncertainty', *The American Political Science Review*, 79: 62-78.
- Persson, T. 1998. 'Economic Policy and Special Interest Politics'. *Economic Journal*, 108: 310-27.
- Persson, T. e Tabellini, G. 2000. *Political Economics – Explaining Economic Policy*. The MIT Press.
- Portugal, A. 2002. 'Financiamento Público de Campanhas Eleitorais: Efeitos sobre Bem-Estar Social e Representação Partidária no Legislativo'. VII Prêmio do Tesouro Nacional.
- Rogoff, K. 1990. 'Elections and Macroeconomic Policy Cycles'. *Review of Economic Studies*, 55: 1-16.
- Roemer, J. 2003. 'Political equilibrium with private or/and public campaign finance: a comparison of institutions'. *Cowles Foundation Discussion Paper n° 1409*, Yale University.
- Samuels, D. 2001. 'Money, Elections, and Democracy in Brazil'. *Journal of Inter-American Studies and World Affairs*. No prelo.
- Samuels, D. 2002. 'Pork Barreling Is Not Credit Claiming or Advertising: Campaign Finance and the Sources of the Personal Vote in Brazil'. *The Journal of Politics*, 64: 845–63.
- Samuels, D. 2003. 'Financiamento de Campanha e Eleições no Brasil: o que Podemos Aprender com o "Caixa Um" e Propostas de Reforma', Câmara dos Deputados, Brasil. Mimeografado.
- Santos, E. A. 2004. 'Comentários ao PL 2.679/2003, da Comissão de Reforma Política da Câmara dos Deputados'. *Revista de Informação Legislativa*, Ano 41, nº 161.
- Schlozman, K.L. e Tierney, J. T. 1986. *Organized Interests and American Democracy*. New York: Harper and Row.
- Shefold, D. 1995. 'Financiamento de los Partidos Políticos: analisis comparado de los sistemas europeos'. *Partidos Políticos en la Democracia*, editado por Joseph Thesing e Wilhelm Hofmeister, CIEDLA.

- Stigler, G. J. 1970. 'Director's Law of Public Income Distribution'. *Journal of Law and Economics*, 13: 1-10.
- Tufte, E. 1978. *Political Control of the Economy*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Tullock, G. 1988. 'Future Directions of Rent-Seeking Research'. Em *The Political Economy of Rent-Seeking*, editado por K. Rowley, R. Tollison e G. Tullock. Boston: Kluwer.
- Wittman, D. 1977. 'Candidates with Policy Preferences: a Dynamic Model'. *Journal of Economic Theory*, 14: 180-189.
- Wittman, D. 1983. 'Candidate Motivation: a Synthesis of Alternative Theories', *The American Political Science Review*, 77: 142-157.
- Wittman, D. 1990. 'Spatial Strategies When Candidates Have Policy Preferences', em *Advances in the Spatial Theory of Voting*, editado por James M. Enelow e Melvin J. Hinich, Cambridge University Press.
- Wright, J. 1990. 'Contributions, Lobbying and Committee Voting in the U.S. House of Representatives', *The American Political Science Review*, 84: 417-38.