

1 Introdução

Nas democracias representativas, observamos a realização periódica de eleições para a escolha de membros do governo. Tais eleições não ocorrem sem estabelecer um sem número de relações com o ambiente econômico no qual estão inseridas. A cada pleito, diferentes agentes – incluindo partidos políticos, empresas, governantes em exercício, entre outros – mobilizam uma quantidade enorme de recursos com o intuito de atender a seus próprios interesses. Uma mobilização desse porte, evidentemente, tem um impacto considerável sobre a economia. Justamente por isso, um grupo grande de pesquisadores tem há décadas se debruçado sobre as diversas relações entre as instituições democráticas e as atividades econômicas.

A presente dissertação tem como objetivo contribuir, através de uma série de exercícios empíricos, para a compreensão de dois dos canais através dos quais a ocorrência de eleições estabelece relações com o ambiente econômico. Primeiramente, trataremos de questões referentes à existência de ciclos políticos orçamentários nos municípios brasileiros. Ciclos políticos orçamentários podem ser definidos como flutuações periódicas na política fiscal do governo motivadas pelo caráter cíclico dos pleitos eletivos – e estão associados à idéia intuitiva de que governantes em exercício tendem a realizar despesas maiores em períodos próximos a uma eleição, com o intuito de atrair mais votos dos eleitores. Há uma vasta literatura econômica que tem buscado prover explicações teóricas formais e evidência empírica para esse tipo de fenômeno.

Um de nossos propósitos é responder a algumas questões deixadas em abertos por tais trabalhos – em particular, no que se refere aos determinantes dos ciclos políticos orçamentários. Mais precisamente, utilizaremos dados de municípios brasileiros para responder às seguintes perguntas: competição política acentua ou suaviza a magnitude dos ciclos políticos orçamentários? E quanto ao

acesso da população aos meios de comunicação (como um indicador de transparência governamental)? Apresentamos evidências de que há um forte comportamento cíclico nos orçamentos municipais brasileiros. É, porém, extremamente difícil determinar se tal comportamento tem como causa o calendário eleitoral – de maneira que discutimos de maneira cautelosa os resultados obtidos. Encontramos ainda indícios da existência de impactos tanto do nível de competição política de um município quanto do grau de acesso de sua população à mídia sobre a magnitude dos ciclos orçamentários.

Na segunda parte da dissertação, voltamos nossa atenção para um problema distinto – embora também concernente às relações entre pleitos eletivos e o ambiente econômico. Investigaremos o impacto de gastos de campanha sobre o desempenho dos candidatos. Esse é um tema de extremo interesse, não somente na academia, como também entre os formuladores de políticas públicas. De fato, o financiamento de campanhas tem, nos últimos anos, sido objeto de discussão em diversos debates sobre reforma política, tanto no Brasil, como em outros países.

Abordaremos esse assunto de maneira indireta, analisando como a distribuição dos tempos de propaganda em rádio e televisão afeta as votações obtidas por candidatos aos cargos de prefeito e governador no Brasil. Pode, à primeira vista, parecer confusa a conexão entre tempo de propaganda e gastos de campanha – uma vez que, no Brasil, a propaganda eleitoral é gratuita. No entanto, em muitos países, dentre os quais os Estados Unidos, a maior parte dos gastos de campanha eleitoral é destinada à compra de tempo na televisão. Devido a um conjunto de problemas que serão discutidos adiante, a literatura internacional tem encontrado grande dificuldade em medir o impacto de gastos de campanha sobre resultados eleitorais. Nesta dissertação, buscamos solucionar tais problemas, explorando justamente o fato de que, no Brasil, a distribuição dos tempos de propaganda entre os candidatos seja dada de forma gratuita. Os resultados obtidos indicam que um acréscimo no tempo de propaganda eleitoral de um candidato em relação a seus oponentes tem um impacto positivo sobre a probabilidade de que ele seja eleito.

A dissertação está organizada de acordo com a estrutura descrita a seguir: no capítulo II, trataremos da questão dos ciclos políticos orçamentários nos municípios brasileiros. O capítulo III é dedicado à investigação do efeito da propaganda eleitoral em rádio e televisão sobre o desempenho dos candidatos a cargos eletivos municipais e estaduais no Brasil. Finalmente, no capítulo IV, serão apresentadas nossas conclusões finais.