

MULHERES, PARTICIPAÇÃO POLÍTICA E FINANCIAMENTO DE CAMPANHA

Women, political participation e campain financing

Isadora Vianna Sento-Sé

Doutora pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UFRJ).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3579-5969>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0928468864929191>

Resumo

Em ranking de participação de mulheres no Parlamento, elaborado pela ONU Mulheres em parceria com a União Interparlamentar (UIP) em 2017, o Brasil ocupava a 154º lugar entre os 174 países analisados. Este artigo investiga a relação entre financiamento de campanha e sucesso em chegar a um cargo legislativo a partir dos cálculos de razão de chance, utilizando dados do TSE referentes às eleições de 2018. Quanto à participação no executivo, com apenas uma mulher ministra, o Brasil ficou em 167º lugar entre os países no ranking. A partir das eleições de 2018, o Congresso Nacional passou a ser composto por mais mulheres do que em 2014, ainda que o percentual de participação de mulheres seja bem abaixo da média na América Latina. Os dados mostram que o maior financiamento de campanha não necessariamente implica no sucesso eleitoral, indicando que há outros fatores associados ao sucesso ou fracasso eleitoral de candidaturas femininas.

Palavras-chave: Participação política; mulheres na política; financiamento de campanha; eleições.

Abstract

In a ranking of women's participation in parliament drawn up by UN Women in partnership with the Inter-Parliamentary Union (IPU) in 2017, Brazil was 154th out of 174 countries analyzed. This article investigates the relationship between campaign funding and success in reaching legislative office using odds ratio calculations, using data from the TSE for the 2018 elections. In terms of participation in the executive, with only one-woman minister, Brazil ranked 167th among the countries in the ranking. Since the 2018 elections, the National Congress has been made up of more women than in 2014, although the percentage of women's participation is well below the average in Latin America. The data shows that greater campaign funding does not necessarily imply

Recebido em: 13/09/2023; Avaliador A: 13/01/2024; Avaliador B: 30/01/2024; Aceito em: 30/01/2024



electoral success, indicating that there are other factors associated with the electoral success or failure of female candidates.

Keywords: Political participation; women in politics; campaign financing; elections.

Introdução

A ampliação da participação das mulheres nos espaços decisórios enfrenta obstáculos de ordem multidimensional. Desde a disponibilidade de tempo para atividades que viabilizam a participação política, o recrutamento político até capacidade de levantamento de fundos para fins de financiamento de campanha, as mulheres são *outsiders* no campo político. Sendo assim, a oferta no processo eleitoral perpassa por trajetórias, recursos e relações entre os candidatos e os partidos (Araújo e Borges, 2013).

Ao analisar a correlação entre sucesso eleitoral e financiamento de campanha nas eleições federais de 2010, Sacchet e Speck observaram um desequilíbrio entre homens e mulheres. Enquanto, para o cargo de deputado federal a correlação entre esses dois fatores era 0,62 para os homens, ela era ainda mais forte para as mulheres, 0,78. Ou seja, o dinheiro, ainda que importante para a eleição de homens, era ainda mais central nos casos das deputadas eleitas (Sacchet e Speck 2012).

Em 2015, entrou em vigor nova regra de financiamento de campanha que proíbe doações de empresas. Nesse sentido, as novas regras eleitorais buscam equilibrar esta disputa. O propósito deste artigo é analisar o impacto do financiamento de campanha nas candidaturas de homens e mulheres nas eleições nacionais para deputado federal em 2018.

Busco explorar algumas teorias da representação, pensando na dualidade da representação pela presença e na representação pelas ideias. Em seguida, discuto a importância do financiamento de campanha para a participação democrática. Por fim, proponho uma análise exploratória e descritiva de alguns dados disponibilizados pelo Tribunal Superior Eleitoral, relativos às receitas eleitorais de 2018.

Este trabalho, portanto, está fundamentado pela relevância da investigação sobre o sistema eleitoral brasileiro e os meandros de seu funcionamento. É necessário também esclarecer se as novas regras de financiamento de campanha promovem ou não maior



equidade na disputa eleitoral. Logo, este trabalho busca contribuir nos debates sobre a necessidade de construirmos um sistema eleitoral em que o poder econômico não desequilibre a disputa.

Ideias e presença: a questão da representação

Uma questão clássica do feminismo trata da necessidade de recorrer à noção de identidade para que seja possível fazer reivindicações em nome das mulheres. Entretanto, a partir do momento que se assume a noção de um coletivo de mulheres, nos deparamos com diversos problemas em torno da representação e da definição desse coletivo, tendo em vista que a questão do gênero perpassa questões religiosas, étnicas, culturais, etc.

Butler (1998) argumenta que a essencialização da identidade feminina não deveria servir de base para o movimento feminista. Isso significa que, ao atribuir um caráter universal à categoria mulheres, estamos produzindo rupturas e novas formas de opressão em subgrupos dentro da categoria. Por outro lado, o termo “feminismo” também não deve ser eliminado, mas instituído de diversas significações e emancipado de caráter essencializador do que é o feminino.

É então, um desafio da democracia a redefinição dos fundamentos de justiça que vão sendo estabelecidos. Mesmo que os questionamentos que venham a surgir por não haver uma restrição da categoria sirvam para fins antifeministas, esse seria um risco natural do processo de democratização.

Já Young (1990), parte da ideia do pós-modernismo como uma via de superação da crise da representação. A abordagem clássica da representação supõe o representante como aquele que deve se colocar no lugar dos representados. A própria ideia da existência de uma identidade de um sujeito coletivo é, para ela, problemática. A ideia de que a relação entre representantes e representados seja orgânica é um postulado fraco, que ela chama de “paradoxo da representação”. Um dos primeiros problemas apontados é a possibilidade de um representante atender ao interesse de muitos representados. Para corrigir esta falha, em vários países onde há democracia representativa são tomadas medidas de discriminação positiva, tais como cotas em partidos e reserva de cadeiras parlamentares, de modo a favorecer grupos sub-representados.



Na teoria democrática tradicional, o representante é entendido como uma figura que se põe no lugar do representado. Os eleitores, estariam, portanto, co-presentes, o que é chamado de metafísica da presença (Derrida 2010). Entretanto, alega Young (2006), é fácil perceber que se aceitamos o argumento de que a representação é necessária à democracia e, ao mesmo tempo, o de que a deliberação democrática requer co-presença dos cidadãos, chegamos a um resultado paradoxal, no qual a representação é necessária e impossível.

O que a autora busca é uma redefinição de representação, na qual não seja necessária a essencialização da identidade dos representados nem da relação entre representantes e representados. A metafísica da presença, segunda a autora, acaba gerando muita contradição, considerando-se que sua pretensão é unir diversas identidades numa só. Logo, é interessante pensar na representação não como uma substituição dos eleitores pelo representante, mas sim, como um processo que é uma relação construída entre eleitores e representantes.

Na aplicação do conceito de *différance* de Derrida, pressupõe-se que o sujeito é resultante de vestígios de história e relacionamentos, o que também implica uma separação entre os representantes e os representados. A função dos representantes de falar *pelos* seus eleitores não deve ser confundida com um suposto dever de falar *como* aqueles que eles representam, o que implicaria uma noção de identidade.

Young (2006) descreve um debate apresentado por Pitkin no qual há aqueles que consideram o representante como um delegado e aqueles que o colocam como fiduciário (*trustee*) resultando numa falsa polarização. Esse debate está, contudo, segundo Young, mal colocado, tendo em vista que a função específica dos representantes é fazer avaliações independentes, sabendo e antecipando o que os eleitores desejam, de modo que ele age tanto como delegado quanto como fiduciário. O esforço aqui é de identificar os ideais de uma representação eficaz, que promova legitimidade democrática e inclusão política. Para tanto, a conexão entre eleitores e representantes pode ser considerada uma medida do grau de representação. Dessa forma, um processo representativo é mais fraco



quando essa separação tende a um rompimento e mais forte quando ela propicia conexões novas entre representantes e representado (Young 2006, Phillips 1995).

Ainda, a autorização consiste numa característica importante da democracia representativa. Ela geralmente se dá através das eleições e, uma vez autorizado, o representante está apto a se manifestar por seus eleitores. Depois de autorizado, as ações do representante estão sempre sujeitas a avaliação. Esse momento de prestação de contas, apesar de extremamente importante, tende a ser mais fraco do que o de deliberação, mas ambos carregam vestígios um do outro.

A autora classifica ainda três modos de representação: interesses, opiniões e perspectivas. No âmbito dos interesses, os indivíduos sentem-se representados quando alguém está cuidando de interesses que ele reconhece como dele. Os interesses são, geralmente, aquilo que é necessário para que ele alcance os fins que deseja. Com relação a opiniões, é importante para o indivíduo que determinados princípios dos quais ele compartilha orientem as decisões políticas.

Abordando o terceiro modo, as perspectivas, as autoras destacam a lógica substancial e a lógica relacional, alegando que o sujeito é compreendido como posicionado em estruturas dos grupos sociais, sem que esse posicionamento determine essencialmente sua identidade. Dessa forma, é possível estar inserido em determinado coletivo e, ainda assim, manter sua individualidade. Logo, a perspectiva social do indivíduo varia conforme sua posição social. A partir de suas perspectivas, as compreensões dos mesmos eventos sociais e suas consequências variam.

Indivíduos com perspectivas semelhantes sobre processos e temas sociais tais como normas de interação heterossexual, por exemplo, frequentemente têm interesses ou opiniões diferentes já que raciocinam de modos muito distintos a partir de suas experiências, ou têm metas e projetos diferentes. Logo, a perspectiva social é o ponto de vista que os membros de um grupo mantêm sobre os processos sociais em função das posições que neles ocupam.

É claro que mesmo dentro de um grupo étnico ou de gênero haverá diferenças substanciais entres os seus membros. Entretanto, muitas das vulnerabilidades a que estão



sujeitos e das oportunidades que lhes são oferecidas são previsíveis em função da posição que ocupam na estrutura social. Ainda, as pessoas podem ter a mesma perspectiva social, mas atribuir interpretações diferentes para a mesma questão.

Em *The Politics of Presence*, Anne Phillips (1995) reconhece que a ideia de que representação justa implica necessariamente representação proporcional às características sociais é contestável. Ela explora objeções que teóricos fazem às políticas de presença. Ela postula a tese de que, para tratar da exclusão, a política de ideias isolada é inadequada. Da mesma forma, a política da presença também não é solução suficiente para a marginalização de certos grupos. O grande problema é criar uma falsa oposição, situando ambas em dois pontos diametralmente opostos e mutuamente excludentes. Logo, as ideias não poderiam ser tratadas como uma dimensão separada das pessoas que as postulam. Da mesma forma, não se deve desconsiderar as ideias e políticas das pessoas que as imprimem. É justamente a interseção entre ideias e presença que rege um sistema de representação mais justo.

Dessa forma, os grupos sociais devem ser reconhecidos e incluídos em sua especificidade nos processos comunicativos democráticos. Para tanto, em alguns lugares, como já foi mencionado anteriormente, são adotadas medidas de discriminação positiva.

Cabe discutir a presença feminina nos processos decisórios. A partir dos anos 1990, muitos países adotaram uma política afirmativa institucional, visando a presença de mulheres nesses espaços. Atualmente, essa é uma política consolidada como uma solução rápida para o acesso de mulheres aos espaços decisórios. A política de cotas eleitorais é apontada por diversas pesquisas como um fator explicativo do aumento de mulheres em parlamentos na América Latina (Araújo 2016).

O Brasil, no entanto, é um dos países que apresentou pior desempenho em reduzir a diferença de representantes eleitos entre homens e mulheres. Logo, outros indicadores são necessários para discutir a baixa presença de mulheres eleitas, principalmente no legislativo. Um dos fatores apresentados por alguns autores é o de que o sistema de lista aberta¹ é desfavorável para *outsiders*, em relação à lista fechada. Ainda, mesmo no sistema de lista fechada, são necessários três requisitos para que esse sistema tenha êxito:



legislações duras e claras quanto a obrigação dos partidos políticos em cumprir o percentual mínimo, definição de alternâncias na ordem e apresentação dos nomes nos sistemas de lista fechada e legislação mais punitiva em casos de descumprimento dos requisitos anteriores. No Brasil, a legislação eleitoral é considerada frágil e o TSE desempenha a função de aplicação e fiscalização da lei de forma muito tímida.

Há também fatores socioeconômicos e demográficos ligados à disposição de tempo e capacidade de captação de recursos que restringem bastante a participação das mulheres em processos eleitorais. Neste trabalho, me preocupa discutir a última dimensão, materializada pelo financiamento de campanha.

Financiamento de campanha

Até as eleições de 2014, os candidatos contavam com quatro fontes de financiamento de campanha: recursos próprios; recursos e fundos dos próprios partidos; doações de pessoas físicas e doações de pessoas jurídicas. As mudanças nas regras, introduzidas no sistema eleitoral brasileiro, a partir da decisão tomada em 17 de setembro de 2015 pelo Supremo Tribunal Eleitoral, que julgou em parte procedente a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN) 4650, gerou expectativa sobre seus efeitos em relação a configuração do perfil da representação feminina na câmara dos deputados nas eleições de 2018.

A ação foi construída em torno do consenso de que o dinheiro (receitas e despesas) impacta o resultado eleitoral, ou seja, os candidatos que obtêm sucesso eleitoral, geralmente têm campanhas mais caras. Logo, o poder econômico teria a capacidade de selecionar aqueles que serão eleitos pelos cidadãos, desequilibrando uma disputa que deveria se dar em torno das ideias ou da avaliação pessoal do candidato.

Arrecadação e desempenho eleitoral

Se do ponto de vista eleitoral, as campanhas locais exercem papel importante, os recursos utilizados durante elas é algo que chama atenção de diversos pesquisadores. A



relação dinheiro (ou capacidade de atrair doadores) e chances de sucesso eleitoral tem sido alvo de inúmeros estudos no Brasil.

Um levantamento feito por Speck e Marciano (2014) revelou que havia, durante a validade das regras antigas de financiamento, uma concentração de doações empresariais, em um número reduzido de candidatos. Isso aponta para uma relação forte entre a capacidade de arrecadação e o desempenho eleitoral dos candidatos. Analogamente, é improvável que empresas realizem doações para partidos fracos ou candidatos de baixa densidade eleitoral. Logo, é notável a dependência estrutural entre candidatos e doadores (Speck e Marciano 2014).

A partir da decisão supracitada do TSE em 2015, o candidato pode cobrir os custos de campanha com três possíveis fontes: autofinanciamento, doação de campanha de pessoa física e recursos partidários (decorrentes do próprio partido ou da coligação).

Mancuso (2014) postula que a literatura sobre os resultados e os determinantes de receita e despesas eleitorais no Brasil – com ênfase no financiamento eleitoral empresarial - organizava-se sobretudo, em torno de três questões. A primeira, diz respeito à possibilidade das contribuições e gastos de campanha afetarem os resultados eleitorais. Nesta hipótese, o investimento eleitoral é tomado como variável explicativa principal, e os resultados eleitorais são tomados como variável dependente. A segunda dispõe sobre os benefícios que as doações de campanha geram para os financiadores. Sob esse pressuposto, o investimento eleitoral ainda é uma variável explicativa, mas a variável dependente passa a ser os resultados alcançados pelos financiadores. Logo, os trabalhos que tratam desta questão, procuram quais seriam as variáveis explicativas para o investimento eleitoral.

Em pesquisas passadas, constatou-se que a maior parte dos recursos eram também destinados aos maiores partidos (Speck e Mancuso 2011). Ainda, Speck (2016) em outra pesquisa, revelou que nas disputas eleitorais, de cada quatro reais aplicados às campanhas eleitorais, três eram doados por empresas. Para ele, o modelo de sistema de arrecadação de recursos para as campanhas eleitorais em vigor no passado havia falido e sua concentração em candidaturas e partidos era bastante significativo para o fato de que os



recursos financeiros podem influenciar a participação nada republicana das empresas no resultado eleitoral.

Speck e Mancuso (2011) tratam dessa interdependência entre candidatos e financiadores, e sugerem categorizações dessa relação em três tipos de candidatos:

1. Aqueles cuja capacidade de arrecadar recursos supera em muito a necessidade de custear sua campanha. Esses candidatos são aqueles com capacidade de apoiar seu partido e outros candidatos;
2. Aqueles que arrecadam algo mais ou menos compatível com seus gastos;
3. Candidatos devedores do partido ou de outros candidatos, para os quais, financiamentos por atores do mundo político (candidatos ou partidos) pode significar um forte laço de influência.

Os autores levantam três hipóteses quanto a alta correlação entre recursos de campanha e votos. A primeira delas é que os recursos financeiros se reverterem em fluxo de informações, de modo que rendam votos. A segunda hipótese é de que os financiadores financiam apenas aqueles que têm chances de se eleger, ou seja, os índices de voto podem influenciar o comportamento dos financiadores. A terceira, supõe que tanto os votos quanto o capital financeiro são determinados por um fator externo, o capital político.

O caso das eleições de 2018

As eleições de 2018 tiveram o pleito para os cargos de presidente, governador, deputado federal, estadual e duas vagas para o senado. No caso do pleito para deputado federal, a câmara apresentou um aumento considerável de deputadas mulheres, de 51 eleitas em 2014, para 77, em 2018. Isso se dá em um contexto de acirramento do conservadorismo no debate de costumes, um contraponto às pautas do debate feminista. Ainda, o cenário é também composto por uma agenda econômica neoliberal que ganha força, com francas consequências para as mulheres, como mudanças na licença maternidade e a reforma da previdência. Nesta seção pretendo analisar e discutir o cenário



político brasileiro a partir dos dados referentes ao financiamento de campanha nas eleições de 2018.

Os dados do Latino Barômetro captam, o ambiente incerto e de desconfiança nas instituições brasileiras. Em comparação a outros países da América Latina, o Brasil é onde as pessoas parecem apresentar menos apreço pelo processo democrático e maior tendência a preferir regimes totalitários. Analogamente, é também o país em que as pessoas se declararam mais insatisfeitas com a democracia na América Latinaⁱⁱ.

Ainda, o mesmo relatório revelou que os brasileiros também são os que apresentam a menor confiança em partidos políticos. Isso é coerente com o fenômeno observado durante as eleições: o partido que apresentou o maior crescimento e que elegeu a segunda maior bancada da Câmara – e o presidente da república – apresentava uma bandeira apartidária.

A partir dos dados disponibilizados pelo TSE referentes às receitas de campanha de todos os candidatos ao pleito de deputado federal em 2018, elaborei algumas análises exploratórias e descritivas sobre fontes de recursos e o volume direcionado a homens e mulheres. Vale lembrar que à época da coleta de dados algumas campanhas ainda não haviam finalizado a prestação de contas, de modo que as informações não são finais.

O PSL elegeu ao todo 52 candidatos, dos quais 9 são mulheres, a segunda maior bancada feminina, atrás apenas do PT que elegeu 56 deputados, dos quais 10 são mulheres. Em termos de financiamento de campanha, segundo dados oficiais do TSE, tanto homens quanto mulheres tiveram como principal fonte de doações recursos do partido político. No entanto, enquanto para as mulheres os recursos de partidos políticos representaram 86% do total da campanha (em média), para os homens, esta fonte de receita representou 72% do total da campanha. Em segundo lugar, as doações de pessoa físicas emergem como uma fonte de captação de recursos. Para as mulheres, essas doações representam 7% da receita de campanha, enquanto para os homens, somam o dobro, 14% da receita. Isso demonstra uma facilidade maior dos homens em captar recursos fora do partido. Ainda, recursos próprios representam 11% da receita de campanha dos homens, e apenas 4% das mulheres, confirmando achados em pesquisas



passadas que alegam que os homens tendem a investir mais nas próprias campanhas do que as mulheres (Sachet e Speck 2012).

Em 2018 o PT elegeu ao todo 55 deputados federais, enquanto o PSL elegeu 54, ou seja, os partidos que elegeram as duas maiores bancadas e, diferente de eleições anteriores (Sachet e Speck 2012), os dois partidos a elegerem a maior bancada, não estão entre os três com campanhas mais caras. O PT teve a 5ª campanha mais cara, enquanto o PSL ficou em 19º. As campanhas com maior volume de recursos foram dos partidos Movimento Democrático Brasileiro, Progressista e Partido da República.

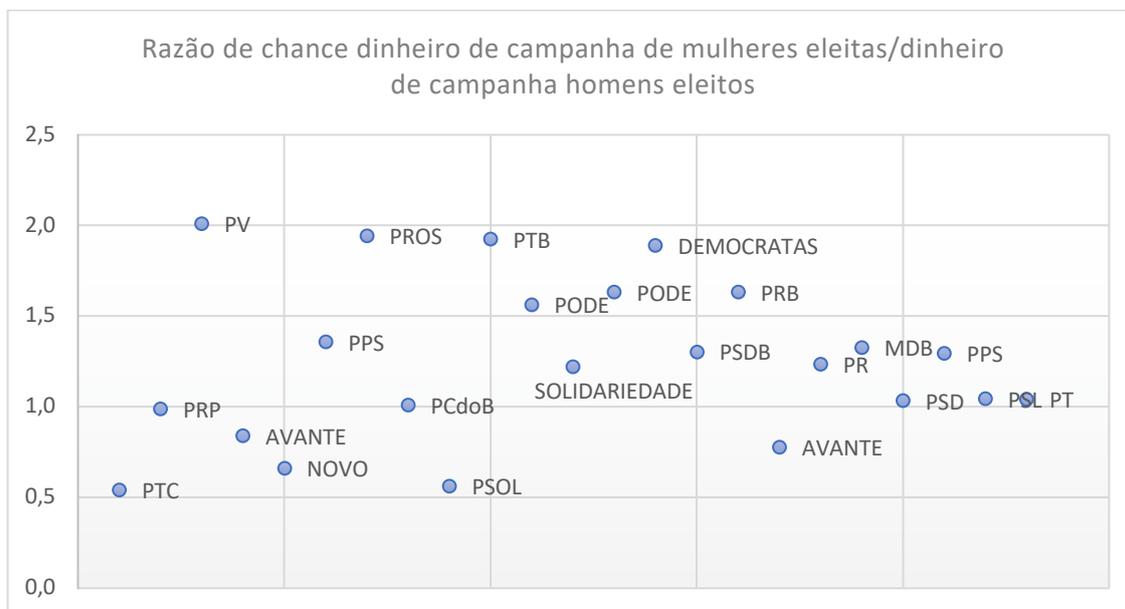
Entre o total de candidatos, o volume total de receita de campanhas de homens em relação às mulheres foi de 1 para 0,60. Ou seja, para cada 1 real declarado na receita de campanha de candidatos homens, foram empenhados 60 centavos em campanhas de mulheres. Quando analisamos essa relação entre os eleitos, ela muda bastante, passando de 1 para 1,20. Ou seja, para cada 1 real declarado em campanhas de deputados homens eleitos, 1,20 foram declarados em campanhas de mulheres eleitas. Essa pode ser uma pista de que o volume de recursos em campanhas é mais concentrado entre as mulheres – principalmente, entre aquelas que têm chances maiores de serem eleitas.

Quando fazemos essa análise por partido, identificamos que os partidos que apresentaram a razão de chance entre a receita de campanhas de mulheres e de campanhas de homens maior do que 1, eram, de modo geral, partidos menores. O partido em que a razão de chance foi mais alta, 3,7, foi o Partido da Mulher Brasileira. A exceção foi o PSOL, que lançou 533 candidaturas e onde essa relação foi de 1,3. Isso pode ser explicado por que na época da coleta de dados, nem todas as campanhas haviam terminado a prestação de contas. Dessa forma, os partidos que tiveram menos candidatos eleitos, têm chances menores de estarem com a prestação de contas atualizada.

Ainda, esses partidos apresentaram uma relação de 0,7, no caso do PT, entre financiamento de mulheres/financiamento de homens. Ou seja, para cada 1 real investido em uma candidatura de homem, foi investido setenta centavos na candidatura de mulheres. Para o PSL, essa relação foi de 0,6. Essa informação é importante, pois são esses os partidos que possuem as duas maiores bancadas femininas.



Considerando apenas os eleitos, essa razão é mais alta na maioria dos partidos. Isso significa que é mais caro eleger uma mulher do que eleger um homem. Ou seja, as mulheres eleitas tiveram, em média, campanhas mais caras do que os homens.



Fonte: TSE, 2018. Elaboração da autora.

Logo, considerando apenas os candidatos que obtiveram sucesso eleitoral, o PT e o PSL (os dois partidos que elegeram a maior bancada feminina), apresentaram a mesma razão de chance. A relação é de 1 para 1, o que significa que em ambos os partidos, para cada um real em campanhas de candidatos eleitos homens, também foi investido 1 real em campanhas de candidatas mulheres. Partidos como o MDB e o Democratas tiveram essa relação alta, 1,3 e 1,9, mas elegeram menos deputadas. O partido em que essa relação foi mais alta foi o PV, onde para cada 1 real em campanhas de homens eleitos, foram 2, em campanhas de mulheres. No PTC, a razão de chance foi 0,5, ou seja, para cada 1 real em campanhas de eleitos homens, foram colocados 50 centavos, em média, nas campanhas das duas deputadas eleitas pelo partido.

Considerações finais



A partir das eleições de 2018, o Congresso Nacional passou a ser composto por mais mulheres do que em 2014. Contudo, com 15% de mulheres na Câmara dos Deputados, o Brasil continua bem abaixo da média na América Latina. A média de mulheres parlamentares nas Câmaras de Deputados (ou Câmaras Únicas) nos países da América Latina e do Caribe é de 28,8%.

Em ranking de participação de mulheres no Parlamento, elaborado pela ONU Mulheres em parceria com a União Interparlamentar (UIP) em 2017, o Brasil ocupava a 154º lugar entre os 174 países analisados. Quanto à participação no executivo, com apenas uma mulher ministra, o Brasil ficou em 167º lugar entre os países no rankingⁱⁱⁱ.

As mudanças nas regras de financiamento de campanha podem ser positivas para as mulheres, uma vez que elas vão na direção de não apenas incentivar campanhas menos caras, ganhando um sentido mais republicano, em que as pessoas tenham menores diferenciais de receitas do que antes.

A partir do modelo descrito neste artigo, não é possível, portanto, afirmar que o financiamento de campanha foi definidor da quantidade de mulheres eleitas. Vale frisar que as receitas de campanhas não representam o único fator dificultador para mulheres chegarem aos espaços decisórios. Fatores como o recrutamento partidário e até a disponibilidade de tempo para atuação política também estão relacionados à ausência de mulheres nesses cargos. Dessa forma, se controlarmos por outras variáveis como a origem familiar das candidatas e candidatos eleitos, o momento político do país, o tamanho e a tradição dos partidos, é possível que tenhamos um resultado mais refinado relativo ao impacto dos financiamentos de campanha nas chances de se eleger candidatas mulheres.

No mais, vale trazer a discussão entre a representação pela presença e a representação pelas ideias. Ainda que a presença de mulheres tenha sido bastante discutida ao longo deste trabalho, vale lembrar que no mesmo ano em que tivemos um aumento da representação feminina na câmara, também observamos emergir pautas mais conservadoras e políticas públicas direcionadas às mulheres sendo desmontadas. Este é um dado que aponta para a o acirramento da tensão entre a representação pelas ideias e a representação pela presença, uma vez que, muitas das deputadas que emergiram no



cenário político de esgarçamento das pautas conservadoras no Brasil atuam no sentido contrário da garantia de direitos conforme o pleiteado pelos movimentos feministas.

Referências

Araújo, Clara, and Dorian Borges. 2013. Trajetórias Políticas E Chances Eleitorais : *Revista de Sociologia e Política* 21 (46): 69–91.

Araújo, Clara. 2005. Partidos políticos e gênero : na representação política. 193–215.

Araújo, Clara. 2016. Valores e Desigualdade de Gênero: Mediações Entre Participação Política e Representação Democrática. *Civitas - Revista de Ciências Sociais* 16 (2): 36. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2016.2.23143>.

Bourdieu, Pierre. 2011. O Campo Político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, no. 5: 193–216. <https://doi.org/10.1590/s0103-33522011000100008>.

Derrida, Jaques. 2010. Do Direito à Justiça. In: *Força da Lei*. Martins Fontes, São Paulo.

Mancuso, Wagner Pralon. 2015. Investimento Eleitoral No Brasil: Balanço Da Literatura (2001-2012) e Agenda de Pesquisa. *Revista de Sociologia e Política* 23 (54): 155–83. <https://doi.org/10.1590/1678-987315235409>.

Sacchet, Teresa, and Bruno Speck. 2012. Dinheiro e Sexo Na Política: Financiamento de campanha e Desempenho Em Cargos Legislativos. *Mulheres Nas Eleições de 2010*, 417–52.

Phillips, Anne. 1995. *The politics of presence*. Oxford: Oxford University Press.

Speck, Bruno; Marciano, João Luiz. 2015. O perfil da Câmara dos Deputados pela ótica do financiamento privado das campanhas. Legislativo Pós-1988. In: *Reflexões e perspectivas, Câmara dos Deputados: Edições Câmara*, 267-292. Brasília.

Speck, Bruno; Mancuso, Wagner. 2011. O financiamento político nas eleições brasileiras de 2010: um panorama geral. Paper apresentado, n. 35°.



Speck, Bruno. 2016. Game over: duas décadas de financiamento de campanhas doações de empresas no Brasil. REB. Revista de Estudos Brasileiros. Volume 3. Número 4.

Young, Iris Marion. 2000. Representação política, identidade e minorias 1 Iris Marion Young.”*Lua Nova Revista de Cultura e Política* 67 (Capítulo 4): 139–90. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452006000200006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt.

Young, Iris Marion. 1990. Justice and the politics of difference. Princeton: Princeton University Press.

ⁱ Nesse sistema, vota-se em um candidato e não em uma lista fechada e ordenada previamente pelo partido (Nicolau 2006 , Araújo 2016).

ⁱⁱ Ver: <http://www.latinobarometro.org/lat.jsp> . Acessado em fevereiro de 2019.

ⁱⁱⁱ Ver: <https://news.un.org/en/story/2017/03/553332-un-reports-slow-womens-political-parity-launches-latest-women-politics-map#.WMrtAm8rKiO> . Acessado em janeiro, 2023.

