

**PRINCÍPIO DA MÁXIMA IGUALDADE NA DISPUTA  
ELEITORAL:  
PROIBIÇÃO DO SHOWMÍCIO E LIBERAÇÃO DO USO DAS  
REDES SOCIAIS<sup>1</sup>**

**Raphaella Abreu Carneiro CAMPELLO,  
Cyntia de Medeiros NOGUEIRA,  
Pauliana Valéria Machado GALVÃO y  
Bárbara Raquel Timóteo do AMARAL<sup>2</sup>  
Elba Cristina Gomes CAVALCANTI<sup>3</sup>  
Reginaldo Inojosa Carneiro CAMPELLO y  
José Durval LINS FILHO<sup>4</sup>**

---

*Fecha de publicación: 01/01/2014*

**PRINCIPIO DE IGUALDAD MÁXIMA EN LA DISPUTA  
ELECTORAL: PROHIBICIÓN DEL SHOWMÍCIO Y  
DIVULGACIÓN DE USO DE LAS REDES SOCIALES**

**RESUMO**

Neste trabalho busca-se analisar o Princípio da Máxima igualdade na disputa eleitoral, tendo como vertentes a proibição do showmício e a liberação das redes sociais. De início, apresentam-se os aspectos gerais da máxima igualdade na disputa eleitoral, com conceitos e definições trazidas pelos doutrinadores. Faz-se uma análise sobre a proibição dos showmícios e a Lei n.º 11.300/06, seguindo-se a análise da liberação das redes sociais nas campanhas eleitorais, sempre

---

<sup>1</sup> Pesquisa conduzida com recursos próprios.

<sup>2</sup> Estudantes do Mestrado em Perícias Forenses, Faculdade de Odontologia de Pernambuco, Universidade de Pernambuco, Pernambuco, Brasil. [raphacampello@hotmail.com](mailto:raphacampello@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante da Especialização em Ciências Criminais, Associação Caruaruense de Ensino Superior, Pernambuco, Brasil.

<sup>4</sup> Professores do Mestrado em Perícias Forenses, Faculdade de Odontologia de Pernambuco, Universidade de Pernambuco, Pernambuco, Brasil.

delineando o que mudou no cenário político depois das Leis n.º 11.300/06 e n.º 12.034/09. Expõem-se os gastos dos candidatos que concorreram a vereador nas eleições municipais de 2008 e 2012 em Recife, buscando-se traçar um panorama dos valores estimados pela inflação e os valores efetivamente gastos em 2012. Constatou-se que, depois da proibição dos shows, houve um considerável aumento nos gastos de campanha dos candidatos.

**Palavras-chave:** Campanha eleitoral. Gastos. Liberação das redes sociais. Máxima igualdade. Proibição de showmício.

## RESUMEN

Este trabajo pretende analizar el principio de la igualdad máxima en disputa electoral, con las hebras de prohibir la showmício liberación y redes sociales. Inicialmente, se presentan los aspectos generales de la máxima igualdad en la disputa electoral con los conceptos y definiciones presentadas por los estudiosos. Hace un análisis sobre la prohibición de showmícios y Derecho. ° 11.300/06, seguidos de análisis de la liberación de las redes sociales en las campañas electorales, al plantear lo que ha cambiado en el panorama político después de la Ley n. ° 11.300/06 y n. ° 12.034/09. Exponen el gasto de los candidatos que corrieron para el concejo municipal en las elecciones municipales de 2008 y 2012, en Recife, tratando de hacer un dibujo de los valores estimados para la inflación y los importes efectivamente gastado en 2012. Se encontró que después de la prohibición de los espectáculos, hubo un aumento considerable de los gastos de campaña de los candidatos.

**Palabras clave:** campaña electoral. Gastos. La liberación de las redes sociales. Máxima igualdad. Ban showmício.

## INTRODUÇÃO

O estudo do tema surge a partir de algumas questões que aparecem de forma a deixar a sociedade cada vez mais submissa às grandes propagandas eleitorais, e com relação à maneira como vêm sendo tratados os casos que englobam a campanha e a disputa eleitoral, indo muitas vezes de encontro ao que fora estabelecido pela própria legislação.

Os pesquisadores se aterão, dentro do princípio em estudo, à proibição dos showmícios e trazendo por outra vertente a liberação das redes sociais, em que a preocupação se dá pelo fato de os showmícios

trazerem uma disparidade na disputa eleitoral, e, por outro lado, a liberação das redes sociais, uma ferramenta gratuita que coloca todos em igualdade na disputa.

O interesse pelo tema também é pertinente, uma vez que o pesquisador fará uma análise da prestação de conta apresentada à Justiça Eleitoral pelos principais candidatos a vereador no município do Recife em 2008 e 2012, fazendo um balanço dos valores gastos e verificando a relação com o Princípio da Máxima Igualdade na disputa eleitoral.

Ao tratar do tema deste trabalho, torna-se de extrema importância analisar a proibição dos showmícios e a liberação das redes sociais, tendo em vista que o primeiro fator gera um desequilíbrio na campanha, e o segundo, a equidade na disputa.

Os showmícios são uma espécie de captação de voto em que os candidatos que detêm um poder aquisitivo maior ganham uma enorme vantagem na corrida pela disputa a um cargo político. O eleitor vai ao comício não pelo que o candidato tem a dar, mas esperando a apresentação de uma banda de forró ou de uma dupla sertaneja.

É uma forma de cooptar o voto do eleitor, que se deixa levar por shows, brindes, bebidas e outras cortesias, não analisando o plano de governo do candidato.

Já a liberação das redes sociais, trazida pela Resolução n.º 23.370 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), de 13 de dezembro de 2011, artigo 19, IV (BRASIL, 2011) e a Lei n.º 12.034/09, de 29 de setembro de 2009 (BRASIL, 2009), representa um avanço na propaganda eleitoral.

A internet é uma ferramenta gratuita e ao alcance de todos, em especial as redes sociais, que vêm crescendo muito não só no Brasil, mas no mundo inteiro, oferecendo mais oportunidades, principalmente para candidatos com menos recursos, pois, se antes eles dispunham de um curto tempo no horário eleitoral, agora sua exposição se multiplica com as redes sociais.

Porém, mesmo que seja positiva a liberação do uso da internet, há uma série de restrições que precisam de fiscalização redobrada pelos candidatos, pelos eleitores e juízes eleitorais.

Diante do exposto, neste trabalho busca-se traçar novos parâmetros à disputa eleitoral, levando em conta a proibição dos showmícios, a liberação das redes sociais, a Resolução n.º 23.370 do TSE e o valor despendido pelos candidatos a vereador de Recife em 2008 e 2012.

## **METODOLOGIA**

O estudo foi de caráter documental e realizou as análises a partir dos valores declarados pelos vereadores eleitos da cidade do Recife nas eleições municipais de 2008 e 2012. Estes dados são de caráter público, disponibilizados na internet no *website* do Tribunal Superior Eleitoral.

O cálculo realizado considerou o valor gasto em 2008 e atualizou este valor com a inflamação acumulada para os quatro anos seguintes (2009-2012, com valor de 24,6%), comparando este valor com o valor gasto em 2012 a partir do recuso da diferença absoluta e percentual.

## **RESULTADOS**

Não foi possível analisar os 39 candidatos, porque alguns não concorreram nas eleições de 2008 ou não tiveram seus gastos divulgados pelo TSE, conforme a Tabela 1.

Dos 25 candidatos estudados, apenas 4 permaneceram na média da inflação acumulada gastando o mesmo valor de 2008, senão até menos. Os demais candidatos mantiveram o percentual de diferença entre o valor estimado pela inflação acumulada e o valor real gasto bastante alto, em alguns casos, chegando a triplicar o valor em relação a 2008, valores esses que podem ser vistos na Tabela 2.

A análise desses dados traz não apenas um parâmetro dos gastos realizados pelos candidatos, mas também a corroboração no sentido de que a Máxima igualdade na disputa eleitoral vem sendo grosseiramente afrontada, e as reformas realizadas com a Lei n.º 12.034/09 e a Resolução n.º 23.370 do Tribunal Superior Eleitoral, que tinha como objetivo principal minimizar os custos, não surtiram o efeito pretendido, porque os candidatos continuam com a receita alta. O que está mudando é o foco de como são investidos os valores na campanha eleitoral.

## **DISCUSSÃO**

### **Princípio da Máxima Igualdade na Disputa Eleitoral**

Em regra, o Princípio da Máxima Igualdade na disputa eleitoral preconiza uma eleição livre, justa, honesta e equilibrada durante a campanha eleitoral, sem abusos e anomalias.

A democracia, em qualquer acepção, deverá ter sempre como pressuposto principal a igualdade política, que refletirá no valor do voto, na representação e disputa partidária (ELY, 1980).

Conforme afirma Eneida Desiree Salgado, a máxima igualdade na disputa eleitoral, presente na Constituição Federal, para que haja uma eleição justa e livre,

“impõe uma regulação das campanhas eleitorais, alcançando o controle da propaganda eleitoral, a neutralidade dos poderes públicos, a vedação ao abuso de poder econômico e a imparcialidade dos meios de comunicação” (SALGADO, 2010, p. 247).

O princípio constitucional da máxima igualdade na disputa eleitoral exige a restrição à liberdade de campanha e à atuação dos meios de comunicação no pleito para evitar que haja a influência indevida de um fator tido como irrelevante e que o acesso aos meios de comunicação (permitido pelo poder econômico ou pela a relação de um partido ou candidato com seus dirigentes) leve ao desequilíbrio, atingindo o pluralismo e a liberdade de formação da opinião. (SALGADO, 2010, p. 257).

Porém, é necessária uma análise cuidadosa quanto ao referido princípio, pois uma interpretação extensiva pode levar a interpretação errônea quanto ao direito de liberdade de expressão e comunicação. Nesse sentido:

As liberdades de comunicação são limitadas pela proteção ao Estado de Direito Democrático. Assim, não são aceitos discursos que desafiam a legitimidade da ordem estabelecida e que incitam à guerra civil, à alteração violenta do Estado de Direito, à luta política pela violência ou à desobediência coletiva. (MACHADO, 2002, p. 363).

A máxima igualdade na disputa eleitoral, no âmbito geral, tem como objetivo inibir os abusos nas campanhas, garantindo uma livre formação da vontade do eleitor-cidadão, buscando, por meio da legislação eleitoral, coibir abusos na campanha eleitoral e antevendo ferramentas capazes para apuração e sanção judicial e política.

A apreensão com a diversidade e desigualdade gerada pela campanha eleitoral, no Brasil, faz-se presente desde o Império, podendo citar como exemplo principal o golpe normativo a esse princípio trazido pela reforma da Constituição.

A Emenda Constitucional n.º 16/97 (BRASIL, 1997a) afrontou diretamente a máxima igualdade na disputa ao deliberar sobre reeleição dos chefes do Poder Executivo e o não afastamento do candidato para concorrer ao mesmo cargo.

Para muitos doutrinadores, a Emenda n.º 16/97 representa uma inversão do princípio da máxima igualdade na disputa eleitoral entre seus concorrentes, porque, para o Direito Eleitoral, o que deveria contar seria a boa-fé entre os candidatos.

Como fundamento desse princípio, podem-se apontar as inelegibilidades inatas e as incompatibilidades; preconizando o impedimento de concorrer às eleições e, pela imposição do afastamento de uma posição de vantagem, garantir o equilíbrio no pleito.

Em grande maioria, as inelegibilidades decorrem de uma conduta negativamente social e caracterizada por uma sanção.

Um aspecto também relevante na disputa eleitoral são os conflitos entre a igualdade de disputa e a liberdade de expressão, pois, na atual conjuntura política, as restrições se mostram bastante acentuadas no período do pleito eleitoral.

Sendo, por vezes, necessário olhar o sistema constitucional em conjunto com a liberdade de expressão com um enfoque republicano e extrair com ponderação a sua compreensão, entende-se assim o debate público e intensificação da autodeterminação coletiva.

Desse modo, ao se analisar a regulamentação da propaganda e o acesso e distribuição aos meios de comunicação, tem-se um entendimento predominantemente sobre a inconstitucionalidade da distribuição do direito de antena com base em uma cláusula de desempenho.

Lembrando, ainda, que, em alguns casos, existe uma espécie de domínio por grupos específicos em detrimento dos meios de comunicação social, podendo também bloquear a comunicação dos demais grupos de princípios da liberdade, da igualdade, da justiça e da reciprocidade.

Todavia, a regulamentação da propaganda eleitoral não pode destinar-se a extinguir o direito com exageros em sua proibição ampla, o que decerto traria uma regalia a mais para aqueles candidatos já conhecidos.

Outra questão, também importante, é o uso da propaganda institucional que acaba por promover certos candidatos, gerando de certa forma o abuso do Ente político da campanha eleitoral.

### **Proibição dos Showmícios e Liberação das Redes Sociais**

As mudanças trazidas pela Lei n.º 11.300/06, de 10 de maio de 2006 (BRASIL, 2006), mais conhecida como a minirreforma eleitoral, vieram para regulamentar a propaganda, o financiamento e a prestação de contas

das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei n.º 9.504/97 de 30 de setembro de 1997 (BRASIL, 1997b).

A Lei n.º 11.300/06 foi alvo de muita discussão, primeiro por não respeitar o princípio da anterioridade previsto na Constituição Federal, depois porque veio para inovar e mudar a maneira de se fazer política. Um exemplo claro de mudança foi a proibição dos showmícios, assunto tema deste trabalho, o qual se passará a abordá-lo mais detalhadamente.

Os showmícios eram a marca de qualquer campanha eleitoral, as pessoas lotavam um comício não pelo candidato, mas sim pela apresentação de uma banda. Era uma verdadeira afronta ao princípio da máxima igualdade na disputa eleitoral, porque quem tinha poder aquisitivo maior já saía na frente na disputa eleitoral.

Os shows que se realizavam durante os comícios e debates políticos nada mais eram do que a captação de voto; o eleitor vai ao comício não pelo que o candidato tem a dar, mas esperando a apresentação de uma banda de forró ou uma dupla sertaneja, vendendo seu voto da maneira mais ordinária.

A proibição dos showmícios em 2006 foi assunto nos principais meios de comunicação, os quais procuravam mostrar a falta de interesse do público em ir a um comício.

A Lei n.º 11.300/06 foi bastante taxativa em seu artigo 39, § 7.º ao proibir o showmício e a apresentação remunerada ou não de artista dentro da propaganda e pleito eleitoral:

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia.

§ 7º. É proibida a realização de *showmício* e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral (Lei n.º 11.300/06).

A minirreforma de 2006 veio justamente para mudar esse cenário, ou pelo menos tentar equiparar os candidatos de alto e baixo poder aquisitivo.

O uso da internet só foi liberado com o advento da Lei n.º 12.034/09 que passou a legislar sobre a propaganda eleitoral na rede. A nova lei estabelecia que a propaganda deveria vincular-se à página dos candidatos com o endereço previamente comunicado à Justiça Eleitoral.

As redes sociais também foram regulamentadas pela Lei n.º 12.034:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: [...] IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural. (BRASIL, 2009, grifo nosso).

O objetivo maior dessa liberação seria trazer para a política uma ferramenta de fácil acesso à população e de baixo custo, colocando os candidatos em igualdade na disputa e trazendo as informações em tempo real.

Hoje no Brasil, a rede social é uma ferramenta acessada por todos, ficando no passado, a época em que era utilizada apenas pelos adolescentes. Com essa modificação no cenário do mundo digital, e pesando no custo e na grande abrangência que se tem em utilizar a rede, a Lei n.º 12.034/09 logo tratou de legislar o uso da rede na campanha eleitoral.

A Resolução n.º 23.370 do Tribunal Superior Eleitoral trata mais especificamente do uso da internet e das redes sociais na campanha estabelecendo os prazos, sanções e suas regras:

[...] Art. 18. É permitida a propaganda eleitoral na internet após o dia 5 de julho do ano da eleição (Lei n.º 9.504/97, art. 57-A).  
Art. 19. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas (Lei n.º 9.504/97, art. 57-B, incisos I a IV):  
I – em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; II – em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; III – por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação; IV – por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural. Art. 20. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga (Lei n.º 9.504/97, art. 57-C, caput). [...]. (BRASIL, 2012).

Desse modo, tanto a Lei n.º 12.034/09 quanto a Resolução n.º 23.370 do Tribunal do Superior Eleitoral, têm como objetivo principal reduzir os custos e dar mais oportunidades, principalmente àqueles candidatos com menos recursos financeiros, que tinham um tempo apertado no horário eleitoral para expor seu plano de gestão, sendo atualmente a exposição na

mídia consideravelmente maior e ao alcance de todos: tanto do candidato como do eleitor.

## CONCLUSÃO

No Brasil, a mentalidade dos legisladores e governantes tem sido no sentido de que os problemas nacionais podem ser resolvidos com a elaboração de leis. Assim, vão legislando de maneira abusiva na pretensão de resolver as dificuldades enquanto a solução estaria realmente resolvida com a educação do povo, a responsabilidade dos governantes e homens públicos, e com o real cumprimento das leis existentes.

Apesar da proibição do showmício e a liberação do uso das redes sociais terem sido um grande avanço na legislação eleitoral brasileira, por si só, nada resolverá se o próprio eleitor não se conscientizar de que os gastos nas campanhas eleitorais são muito mais um problema social que basicamente jurídico. De nada adiantaria pôr em prática uma lei se o próprio eleitor não a cumprir, não passando, desse modo, de mais uma lei.

O eleitor, antes de tudo, deve aprender a analisar a proposta de seu candidato, não se deixando levar por falsas promessas ou vendendo seu voto mesmo não sendo por dinheiro, mas por favores, promoções, etc.

A esperança de reintegração política é um forte mobilizador para a melhoria, porém, para isso, não basta só proibir a realização de show, não que sejamos contra essa proibição, mas os candidatos não diminuiram seus orçamentos; eles apenas direcionaram seus gastos para outra vertente.

Pelos dados analisados, comprovou-se que houve um significativo aumento dos gastos depois da proibição dos shows, e a liberação do uso das redes sociais não trouxe a economia de custos esperada. Contudo, mesmo assim, representou um avanço na política brasileira uma vez que foi quebrado um quadro antigo do cenário político.

Constatou-se que as receitas altas apresentadas pelos candidatos a vereador nas eleições municipais de 2008 e 2012 no Recife não serviram apenas para mostrar a violação ao Princípio Constitucional da Máxima Igualdade na Disputa Eleitoral, mas também para mostrar que os candidatos continuam investindo pesadamente em recursos financeiros nas campanhas e os eleitores a acolher esse quadro.

Espera-se que este trabalho, sirva de alerta aos eleitores, políticos e legisladores, e se possa, de fato, ter reformas positivas nas disputas eleitorais e no quadro político brasileiro.

## REFERÊNCIAS

- BAHIA. Tribunal Regional Eleitoral. Agravo de Instrumento n.º 1706491 BA. Relator: Ministro Arnaldo Versiani Leite Soares. Julgado em: 4 de junho de 2012. **Diário de Justiça Eletrônico**, 11 jun. 2012, tomo 108, p. 44-52.
- BRASIL. Constituição (1988). Emenda constitucional n.º 16/97, de 4 de junho de 1997. Dá nova redação ao § 5.º do art. 14, ao caput do art. 28, ao inciso II do art. 29, ao caput do art. 77 e ao art. 82 da Constituição Federal. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 5 jun. 1997a.
- \_\_\_\_\_. Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 1.º out. 1997b.
- \_\_\_\_\_. Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006. Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 11 maio 2006.
- \_\_\_\_\_. Lei n.º 12.034, de 29 de setembro de 2009. Altera as Leis n.º 9.096, de 19 de setembro de 1995 - Lei dos Partidos Políticos, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 30 set. 2009.
- \_\_\_\_\_. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução n.º 23.370**: Instrução n.º 1.162-41.2011.6.00.0000 – Classe 19 – Brasília, Distrito Federal, de 13 de dezembro de 2011. Dispõe sobre a propaganda eleitoral e as condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições de 2012.
- DUAILIBI, J. A morte dos comícios. **Veja**, São Paulo, p. 61, Edição 1.971, 30 ago. 2006.
- ELY, J. H. **Democracy and distrust: a theory of judicial review**. Cambridge: Harvard University Press, 1980.
- GOIÁS. Tribunal Regional Eleitoral. Representação n.º 487861 GO. Relator: Juiz Leão Aparecido Alves. Julgado em: 27 de agosto de 2010. Publicado em Sessão (PSESS) em 27 ago. 2010.
- MACHADO, J. E. M. **Liberdade de expressão: dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social**. Coimbra: Coimbra Ed., 2002.

Rondônia. Tribunal Regional Eleitoral. Recurso n.º 214125 RO.  
 Relator: Juiz Dalmo Antônio de Castro Bezerra. Julgado em: 16 de  
 novembro de 2010. **Diário Eletrônico da Justiça Eleitoral**, Porto  
 Velho, 22 nov. 2010.

SALGADO, E. D. **Princípios constitucionais estruturantes do direito  
 eleitoral**. Tese (Doutorado em Direito) – Programa de Pós-Graduação  
 em Direito, Curso de Doutorado em Direito do Estado, Universidade  
 Federal do Paraná, Curitiba, 2010. Disponível em:  
 <[http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/1884/  
 22321/1/Tese\\_Eneida\\_Desiree\\_Salgado.pdf](http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/1884/22321/1/Tese_Eneida_Desiree_Salgado.pdf)>. Acesso em: 20 jul.  
 2012.

Sergipe. Tribunal Regional Eleitoral. Recurso Eleitoral n.º 3021 SE.  
 Relator: Juiz Juvenal Francisco da Rocha Neto. Julgado em: 8 de  
 fevereiro de 2009. **Diário da Justiça**, Aracaju, 16 fev. 2009, p. 26.

*(Segue anexos)*

## ANEXOS:

**Tabela 1** – Despesas declaradas por candidatos a vereador na eleição municipal 2012 em Recife

<b>VEREADOR</b>	<b>VG em 2008</b> *	<b>VG em 2012</b> (em reais)
André Ferreira Rodrigues		78.558,05
Aimee Silva de Carvalho		33.757,00
Aline Brito Martins da Fonseca		309.603,36
André Regis de Carvalho		210.136,95
Davi Bernardo Muniz		50.000,00
Daize Michele de Aguiar Gonçalves		390.447,00
Erivaldo Patrício da Silva		2.713,50
Eurico Freire da Silva Júnior		140.719,64
Isabella Menezes de Roldão Fiorenzano		242.868,62
Luiz Felipe Câmara de Oliveira Pontes		144.912,05
Marcos Antonio Gomes da Silva		64.485,78
Rafael Acioli Medeiros		204.567,83
Raul Belens Jungmann Pinto		947.958,94
Rodrigo Costa Vidal Rangel		17.040,50

Fonte: TSE <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2012/prestacao-de-contas>>

Nota: \*Candidatos que não concorreram em 2008 ou não tiveram os gastos divulgados pelo TSE; por conseguinte, não foram inclusos na amostragem

**Tabela 2** – Despesas declaradas por candidatos a vereador nas eleições municipais 2008 e 2012 em Recife

Vereador	VG em 2008 (em reais)	VE pela Inflação acumulada (24,6%) (em reais)	Diferença entre o VE e o VG em 2012 (em reais)	Diferenç a percentu al entre VE e VG	VG em 2012 (em reais)
Antonio Luiz da Silva Neto	73.500,00	91.581,00	80.419,00	187,8%	172.000,00
Aerto de Brito Luna	28.590,58	35.623,86	37.352,36	204,9%	72.976,22
Aderaldo de O. Florêncio	17.208,93	21.442,33	28.146,92	231,3%	49.589,25
Augusto J. Carreras	97.668,82	121.695,35	84.128,73	169,1%	205.824,08
Almir Fernando Alves	6.586,93	8.207,31	405.306,13	5.038,4%	413.513,44
Amaro C. de Lima (Maguari)	13.650,00	17.007,90	62.236,79	465,9%	79.244,69
Alfredo José de Santana	22.379,00	27.884,23	42.315,77	251,8%	70.200,00
Carlos Alberto Gueiros	114.380,00	142.517,48	34.840,35	124,4%	177.357,83
Edmar de Oliveira e Silva	38.544,00	48.025,82	85.856,79	278,8%	133.882,61
Estefano B. dos Santos (Menudo)	6.460,00	8.049,16	102.862,34	1.377,9%	110.911,50
Eduardo A. Marques da Cunha	83.586,19	104.148,39	81.811,15	178,6%	185.959,54
Eduardo P. da Silva (Chera)	<b>27.650,00</b>	34.451,90	5.535,10	116,1%	<b>39.987,00</b>
Gilberto Dario de Melo Alves	<b>95.055,00</b>	118.438,53	(18.511,19)	84,4%	<b>99.927,34</b>
Henrique Jose Leite de Melo	71.100,00	88.590,60	133.983,44	251,2%	222.574,04
Jurandir Pereira Liberal	120.170,00	149.731,82	131.018,18	187,5%	280.750,00
Jairo Xavier de Britto	25.010,50	31.163,08	107.836,92	446,0%	139.000,00
Jadeval Manoel de Lima	5.110,00	6.367,06	53.632,94	942,4%	60.000,00
Jose Wilton de Brito Cavalcanti	13.620,31	16.970,91	64.953,07	482,7%	81.923,98
Luiz Eustaquio Ramos Neto	126.292,18	157.360,06	175.645,70	211,6%	333.005,76
Marília V. R. Arraes de Alencar	152.117,00	189.537,78	11.119,31	105,9%	200.657,09
Marco Aurélio de Medeiros Lima	30.700,00	38.252,20	72.118,61	288,5%	110.370,81
Osmar Ricardo Cabral Barreto	<b>64.754,20</b>	80.683,73	(26.191,34)	67,5%	<b>54.492,39</b>
Priscila Krause Branco	<b>183.929,40</b>	229.176,03	(80.987,91)	64,7%	<b>148.188,12</b>
Rogério Lima de Lucca	13.460,00	16.771,16	105.318,64	728,0%	122.089,80
Vicente Manoel L. André Gomes	49.445,00	61.608,47	72.884,75	218,3%	134.493,22

Fonte: Site do TSE