FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTÁBEIS - FEAC

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ - UFC

MARKETING POLÍTICO

FRANCISCA MENEZES PEREIRA

FORTALEZA / AGOSTO / 1987

Esta Monografia foi submetida como parte dos requisitos necessários a obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará, e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração e Contábeis - FEAC.

FRANCISCA MENEZES PEREIRA

MONOGRAFIA APROVADA EM /08/87

SERGIO NOGUEIRA
Orientador

CLÁUDIA BUNAMARA ABREU

SEBASTIÃO ALCÂNTARA FILHO

A G R A D E C I M E N T O S

Ao Professor Sergio Nogueira, pelas horas dedicadas à orientação desta monografia.

Ao Professor Francisco Correia de Oliveira, pela ajuda fornecida para a execução do presente trabalho.

A todas as pessoas que de uma maneira ou de outra, contribuiram para a realização deste trabalho.

I N D I C E

INTRODUÇÃO

O presente trabalho é o resultado de pesquisas feitas a diversos especialistas na área de marketing político.

Essas pesquisas compreenderam: consultas a livros , revistas e textos, com o objetivo de se formar conhecimentos seguros do assunto a ser exposto.

É constituído de duas partes: a primeira parte abrange a parte teórica do assunto, desenvolvendo princípios abordando conceitos, estabelecendo objetivos, etc.; a segunda parte, que se poderia chamar a parte"prática" do trabalho, se traduz pelo acompanhamento da Campanha Eleitoral de 1986 no Estado do Ceará, para Governador do Estado, Deputados Estaduais, Deputados Federais e Senadores.

Esse acompanhamento se deu, através de leituras diárias a jornais locais, revistas de circulação nacional, observação crítica do desenrolar da campanha e entrevistas a pessoas engajadas na elaboração das campanhas.

A principal razão da elaboração deste trabalho, está fundamentada num interesse substancial pelo assunto, tendo em vista ser ainda uma área nova, não muito explorada , mas que a cada dia ganha espaço em todo o país.

I - MARKETING POLÍTICO

1. Conceito e Objetivo

O Marketing Político é uma especialidade do marketing de pessoa e pode ser definido como todo o esforço empregado em se conseguir a atenção e a preferência de um determinado mercado-alvo (eleitores) em relação a uma determinada pessoa, aspirante a um cargo, bem como a um determinado Partido.

Constitui-se portanto, objetivo do marketing político, o fato de que um cidadão consiga ser eleito ou reeleito sem tratar no entanto, as questões morais que qualquer método aplicado possa envolver.

Não se sabe, portanto, se os eleitores irão conseguir eleger melhores candidatos ou piores, como resultado da crescente utilização e sofisticação do marketing.

Será que a eleição será do mais rico, do mais esperto ou do candidato que apresentar uma melhor proposta de trabalho que corresponda às necessidades e anseios dos eleitores? Essa não é uma questão a ser resolvida aqui.

"A grande questão do especialista de marketing é como usar corretamente todas as informações e técnicas que o mundo moderno oferece", a fim de conduzir uma campanha que traga como resultado final um sucesso total nas urnas, tra-

duzindo-se na eleição do candidato.

2. Marketing Político x Marketing Eleitoral

Muito embora a utilização das técnicas e princípios do marketing ganhem maior espaço em períodos pré-eleitorais a aplicação do mesmo não deve se restringir à época das e - leições.

O marketing eleitoral é apenas uma etapa ou parte do marketing político, pois este vai mais além e deve vir bem antes dos períodos pré-eleitorais.

"Um Presidente, Governador ou dirigente de empresa que se servir de uma assessoria de especialistas em marke - ting político, terá sem dúvida maior facilidade de proceder diante de uma realidade política, social e/ou econômica,por mais complexa que ela seja."

Ou ainda, para alcançar a indicação do Partido a um cargo eletivo, o candidato deverá desenvolver uma cuidadosa estratégia, que levará seu nome para a Convenção do Partido.

3. Abordagem Histórica

3.1. Introdução

A realização de campanhas políticas sempre teve um caráter de marketing, muito embora acontecessem de forma mais solta, muitas vezes casual, enquanto as novas técnicas que a cada dia vem se utilizando, fornecem uma estrutura estratégica cuidadosamente coordenada, dentro da qual as atividades tradicionais são realizadas de conformidade com um plano-piloto.

Quer se dizer com isso, que conhecidas práticas como "o aperto de mão", "o beijo às criancinhas", "os favores prestados", entre outros usados pelo candidato para atrair eleitores, ainda se utilizam hoje, no entanto elas acontecem de forma organizada.

3.2. Aspecto Dinâmico - Fatores

O marketing de candidatos políticos vem se tornando com o passar do tempo, uma grande indústria e área de especialização em virtude principalmente do extraordinário progresso experimentado pelas técnicas de comunicação de 1970 para cá, com o progresso das Telecomunicações, o emprego de métodos ultra-sofisticados de armazenagem e reprodução de conhecimento, análise em computadores dos padrões de voto e outros processos modernos que aos poucos vão chegando.

A política no Brasil tende portanto a receber um tratamento cada vez mais profissional: essa adaptação e a -

juste à modernização é que caracteriza o marketing como uma área dinâmica.

3.3. Aspectos do Macroambiente - Fatores não Controláveis

Além do progresso científico e tecnológico experimentado pelo marketing político, existem ainda fatores macroambientais, que exigem a cada dia uma maior especialização, tendo em vista constituirem fatores não controláveis pelo especialista de marketing, mas que são variáveis a serem consideradas em qualquer planejamento estratégico que ele queira montar.

A própria evolução social do país, o conflito de interesses, as pressões sociais, o grande número de candidatos concorrentes, a segmentação de mercado, o fortalecimento dos grupos de pressão, a competição desmesurada, a decadencia da sociedade coronelista no país, os novos valores ditados pela indústria cultural e o crescimento vegetativo da população constituem, entre outros, os elementos (ou fatores) determinantes da crescente utilização dos princípios de marketing.

Considerando, entre outros, a existência desses aspectos dinâmicos e macroambientais, um articulador de campanhas deverá ter sempre em mente que toda campanha é completamente diferente de uma outra e que inversamente, toda cam

panha é fundamentalmente idêntica à toda outra.

De modo que, se alguém pretender fazer uma campanha igual à outra que já fez no passado e, que deu certo, pode estar incorrendo em grande erro; mas se esse alguém esqueceu de princípios gerais que estão sempre presentes em qualquer campanha, cometem um erro maior ainda.

4. O Mercado de Eleitores

O candidato político ao decidir tratar sua campanha pela ótica do marketing terá que fazer um rigoroso estudo de mercado, a fim de determinar que segmento ele deverá atingir, de modo a garantir a sua eleição.

Em virtude disso, ele deverá escolher qual estratégia de marketing deverá utilizar, em função do mercado-alvo que ele pretende atingir.

4.1. Marketing não Diferenciado

O candidato poderá decidir-se pelo marketing não diferenciado, que significa dizer que deverá desenvolver toda a sua campanha de maneira massiva, dirigindo-se a todos, sem divisão ou segmentação de mercado.

Essa alternativa é a priori a mais prática e fácil

de ser aplicada, no entanto ela poderá ser bastante inade - quada, principalmente nos Estados onde a polarização políti ca é forte, com segmentos exigindo atenções e tratamento di rigido.

No Brasil essa alternativa é geralmente utilizada quando se trata de eleição para cargos majoritários e Pre - feitos.

4.2. Marketing Diferenciado

A adoção do marketing diferenciado é uma outra al - ternativa para o candidato e sugere o planejamento de campa nha com mensagens específicas para os diversos segmentos de eleitores, visando com isso, atingir grupamentos diferenci- ados.

É uma estratégia muito difícil de ser aplicada e re quer um rigoroso planejamento, de forma bem ampla.

4.3. Marketing Concentrado

Como última alternativa, é aquela estratégia em que o candidato concentra todo o seu esforço de comunicação em um mercado específico que ele acredita vá absorver a sua mensagem e que vá traduzir-se na sua eleição.

É uma estratégia bastante utilizada, em se tratando de eleição para cargos proporcionais, tais como: Vereador , Deputado Estadual, Deputado Federal, etc. Nesse caso, o que normalmente se vê é um esforço concentrado em um determinado mercado, que em termos quantitativos seriam suficientes para a eleição do candidato.

5. O Composto de Comunicação

O composto de comunicação tem por base uma mescla cuidadosa de todos os elementos do composto promocional: propaganda, promoção de vendas, venda pessoal e publicidade , que representam os canais de comunicação do candidato com o seu mercado-alvo.

Em termos absolutos, não há elemento mais importante do que o outro. Contudo, a fim de obter o benefício máximo de seu plano promocional, o candidato deverá dar maior ênfase aos elementos que sejam mais apropriados aos seus particulares planejamentos de marketing.

5.1. Definir um bom Composto - Um Grande Passo

Definir o composto de comunicação é selecionar a mídia de massa, os canais mais seletivos, os instrumentos de promoção, as aparições pessoais, etc., que vão fazer com

que o candidato chegue até o público (mercado).

Faz-se necessário a programação dos canais impressos e eletrônicos, os volumes de propaganda, os tipos de mensagens, tudo isso com a finalidade de racionalizar o pacote comunicativo, a fim de evitar gastos desnecessários que podem ocorrer quando esse pacote não é elaborado de forma bem planejada.

A equipe encarregada deverá traçar uma programação rigorosa, com planos específicos para propaganda massiva de rua (cartazes, panfletos, etc.); propaganda na mídia impressa e eletrônica; aparecimento em matérias jornalísticas de jornais, revistas e televisão; aparição pessoal e contatos com pessoas, grupos ou entidades expressivas e representativas tais como: artistas, intelectuais, donas-de-casa, associações de bairro, comunidades eclesiais de base, sindicatos, etc., num amplo planejamento de relações públicas.

5.2. O Conceito do Candidato - Fator Determinante na Elaboração do Composto

Para elaborar o composto de comunicação, o conceito do candidato torna-se a base de tudo.

O conceito significa a imagem que o candidato quer transmitir para os eleitores, através de suas ações, decla-

rações, vestuários e maneiras.

É a partir desse conceito que vão se traçando os planos de ação, com o objetivo de levar o candidato até o eleitor (mercado).

Um candidato que por exemplo, tem habilidade de falar ao público, na televisão ou no rádio, deverá explorar ao máximo esse potencial e em caso contrário, quando o mesmo não dispõe dessas habilidades, deverá evitar ao máximo fazê-lo.

Se um candidato for sobremodo atraente, poderá explorar este aspecto através de aparições diretas com o eleitor, pois conhecer de perto um candidato personaliza e intensifica o interesse dos eleitores e pode valer um voto.

"Grave erro cometem alguns candidatos e agências quando estruturam campanhas sem conceito definido". O conjunto de valores estabelecidos redunda numa identidade que será transmitida aos eleitores. Tal identidade fornecerá um composto de imagem, que precisa chegar aos eleitores com a máxima fidelidade, pois caso contrário, quando a imagem transmitida não corresponde à imagem recebida, as predisposições dos eleitores não retém o candidato.

Para os candidatos estreantes, não acostumados às manhas e artimanhas da política, é aconselhável testar seu conceito e identidade, antes de apresentarem-se aos eleito-

res.

A sua iamgem pública tenderá a se transformar em algo permanente, daí a necessidade de projetá-la com muito cuidado.

"Para os candidatos antigos, acostumados às campanhas, é recomendável um reexame de posições e valores que formam seu conceito, tendo em vista, principalmente, as mudanças no quadro político, pois não é por acaso que muitos políticos experientes perdem eleições".

Em casos de mudanças de postura, não são convenientes transformações radicais, que podem assustar eleitores tradicionais.

É necessário saber que muitos eleitores não esperam qualquer benefício pessoal do candidato, cobrando dele apenas coerência de posições, de modo que as ações e comportamentos do candidato devem corresponder às percepções e necessidades dos eleitores-alvo.

6. A Pesquisa de Opinião - Um Instrumento à Disposição dos Estrategistas

A pesquisa de opinião é um instrumento de informação bastante utilizado no decorrer de campanhas políticas.

Tem-se desde as pesquisas de cobertura nacional, como é o caso das pesquisas elaboradas pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) e Instituto GALLUP, até pesquisas elaboradas pelo próprio candidato, através de seus colaboradores (ver anexo IV).

O resultado de uma pesquisa mostra a tendência do eleitorado num dado momento, como também pode mostrar aos estrategistas da campanha, alguns indicativos úteis que ele deverá considerar.

A pesquisa é, portanto, um instrumento informativo para a partir daí serem traçados novos planos ou decidir-se pela continuidade do mesmo.

"A pesquisa no entanto, tem sido bastante desgastada de uns anos para cá, em virtude de alguns resultados de eleições adversos aos previstos em pesquisas, como no caso específico das eleições para Prefeitos das capitais em 1985".

Isso no entanto, não anula a validade e importância da pesquisa. Ela continua sendo um instrumento de acompanhamento muito útil. O que se precisa ter em mente no entanto, é que o resultado de uma pesquisa deverá ser bem analisado e não ser visto como um resultado final.

Deverá ser considerado o caráter dinâmico, predominante em campanhas políticas.

Dinâmico no sentido em que se movimenta, muda, so - fre alterações no decorrer do tempo.

Uma campanha pode e normalmente ocorre, passar por diversas fases, isso devido ao universo na qual ela acontece.

É necessário, portanto, o acompanhamento lado a lado, a fim de detectar o momento em que a estratégia deverá ser alterada e é justamente aí que a pesquisa entra para cumprir o seu papel.

Do ponto de vista técnico, o acerto nas previsões de uma pesquisa será maior quanto mais elaborada cientificamente ela for.

A realização de pesquisas é um investimento demasiadamente alto, pois só se deve elaborar pesquisa de forma séria, científica, tendo em vista que aquela que não se reveste de caráter científico em seu todo, não deve ser considerada, pois pesquisa simples não existe.

É necessário um planejamento rigoroso, definindo o que se quer conseguir , a fim de se elaborar um questionário perfeito, com perguntas imparciais, que não influenciem o entrevistado.

A seguir, realizar um sério trabalho de campo, constitui-se uma outra etapa muito importante e por fim, saber

"ler" os resultados.

Uma pesquisa realizada nesses moldes, trará sem dúvidas, grandes benefícios ao interessado.

II - CASO - A CAMPANHA ELEITORAL DE 1986 NO CEARÁ

1. Considerações Gerais

A campanha eleitoral de 1986 no Ceará, destinou -se a eleição do Governador do Estado, 02 Senadores, 22 Deputados Federais (Constituintes) e 46 Deputados Estaduais, através de voto direto.

O Estado do Ceará tem um mercado de eleitores estimado em 2,6 milhões, dos quais 1/3 está situado na Capital e o restante no interior do Estado.(1)

Essa distribuição geográfica da população exigiu pelo menos no que diz respeito ao candidato majoritário (Governador) um grande esforço de Marketing para atingir o eleitorado, pois só a Capital não seria bastante para elegê-lo e o interior estava bastante disperso, em virtude principalmente de múltiplas correntes políticas existentes no Estado.

A campanha se desenvolveu com concorrência acirrada pois além do item acima exposto, tinha-se ainda o grande número de candidatos concorrentes. (Ver anexo I)

2. Os Partidos e as Coligações

Os candidatos concorrentes lançaram suas candidaturas através dos Partidos aos quais eram filiados.

Fazendo uma analogia ao marketing de produtos, tem-se que o Partido é o produtor que dá a marca ao produto a ser lançado no mercado.

Em se tratando de campanhas políticas, essa marca (Partido) aparece com amior intensidade quando se trata de cargo majoritário, tendo em vista que pelo menos a nível de Ceará, o Partido pouca ou quase nenhuma influência tem so - bre a preferência de um eleitor por um determinado candidato a Deputado Estadual, Federal ou Senador.

Nesses casos o que se vê na grande maioria é a in - fluência pessoal do candidato.

Os dois grandes Partidos Políticos predominantes no Estado, PMDB e PFL, concorreram às eleições, coligados a outros partidos de menor dimensão.

O PMDB, através da coligação com o PCB, PC do B e PDC, compôs o Movimento Pró-Mudanças que lançou como candidato a Governador do Estado, o empresário Tasso Jereissati, um estreante na carreira política, tendo em vista que o mesmo era até então conhecido apenas nos meios empresariais do Estado, sem nenhuma experiência política, salvo o apoio dado à candidatura Tancredo Neves, através do Comitê Pró-Diretas criado por ele e a nova geração de empresários do Ce -

ará.

Seu nome chegou a Convenção do Partido com o apoio de toda a classe empresarial.

Quanto aos cargos proporcionais, o Movimento Pró-Mudanças tinha candidatos inscritos a todos os cargos.

O PFL, através da Coligação Democrática, que compreendia a aliança com o PDS e PTB, lançou para concorrer ao governo, o candidato Adauto Bezerra.

A Coligação Democrática continua a corrente política tradicionalista do Estado, que tinha à frente o comando de três "corenéis" da antiga ala "pedessista" cearense, César Cals, Virgílio Távora e o então candidato ao Governo, Adauto Bezerra. A história política do Estado está ligada a esses três nomes e se isso a priori os colocava em posição à frente na campanha de 1986 por se apresentarem como um produto conhecido e consequentemente, mais fácil de ser absorvido pelo mercado, por outro lado, apareciam como pouco recomendáveis pelos antecedentes históricos de que faziam parte e por inspirarem a idéia de coronelismo, uma corrente retógrada e que encontra resistência em todas as camadas sociais do país.

O candidato postulante ao Governo pela Coligação, Adauto Bezerra, já foi Governador do Estado no período de 1974 a 78, através de eleição indireta e era, até se desim-

compatibilizar do cargo, Vice-Governador do Estado.

O PT (Partido dos Trabalhadores), o mais significativo entre os pequenos partidos, através da Coligação com o PSB, lançou como candidato Majoritário o Pe. Haroldo Coelho, um nome de pouca influência pessoal e que não chegou a se projetar, como acreditavam as pessoas mais influentes do Partido.

Contribuiu para que isso ocorresse, a imagem da Prefeitura de Fortaleza, que estava a cargo do PT e que não contava com o apoio da maioria da população.

Afora isso, a própria dimensão do Partido, o colocava numa posição de concorrência desleal se comparado aos grandes partidos, de grande sustentáculo financeiro.

O PL (Partido Liberal), quase sem representatividade, tinha como candidato ao Governo, o Prof. Aires Quintela.

Tendo em vista a dimensão dos Partidos e a influência pessoal dos candidatos, pode-se afirmar que a Campanha Eleitoral de 1986 teve como principais concorrentes, a coligação Democrática e a Coligação do Movimento Pró-Mudanças, dois adversários que tiveram que se utilizar muito bem das técnicas de marketing para poder chegar às urnas (votos).

A campanha para os cargos proporcionais foi marcada

por uma certa individualidade ou seja, determinados candidatos de um mesmo Partido fizeram grandes campanhas em relação a outros, isso em virtude da capacidade financeira de cada um, bem como do apoio recebido de grupos econômicos, empresas, associações de classe, etc.

A eleição para o Cargo Majoritário coube ao Movimento Pró-Mudanças, bem como as duas vagas para o Senado.

Para a Câmara Federal e Assembléia Legislativa no entanto, foram eleitos candidatos dos diversos Partidos.

3. Aspecto Legal

A realização da Campanha de 1986, como em toda campanha eleitoral, esteve submetida a uma série de leis e resoluções que em muito contribuem para restringir a criatividade dos estrategistas, principalmente no que se refere ao composto de comunicação que deverá adotar.

Essas leis e resoluções estão a cargo do TSE (Tribunal Superior Eleitoral), órgão regulador das campanhas, que lança mão de uma série de medidas proibitivas com relação a propaganda eleitoral, principal canal de comunicação entre o candidato e o eleitor.

Tratam de propaganda em geral, estabelecem calendário de atividades e dão todas as providencias para a reali-

zação do pleito (Ver anexo II e III).

III - A CAMPANHA DO PMDB

1. Considerações Gerais

"A Campanha Eleitoral do PMDB pela ótica do marketing, esteve em níveis profissionais dos mais elevados, sendo perceptível a superprodução na qual ela esteve montada.

Um dos fatos que mais contribuiu para que isso ocorresse, foi o sustentáculo financeiro na qual ela estava apoiada.

O Partido tinha toda uma estrutura montada no que se referia a pessoal especializado, grupos de ação, material a ser utilizado, pontos de venda (comitês), etc.

A campanha tinha objetivos bem definidos e todo o seu desenrolar se deu de forma bem planejada.

Os estrategistas estiveram sempre atentos aos fatos que pudessem mudar o rumo da mesma e a campanha teve um ritmo quase sempre ascendente e isso pode ser constatado através dos resultados das pesquisas de opinião, quando os números divulgados sempre davam indícios de que a campanha estava em ascensão.

Entre os dias 20 e 30 de setembro, a Veja-LPM divulgou uma pesquisa na qual a candidatura Tasso Jereissati representava 32% das intenções de voto, enquanto seu maior adversário, Adauto Bezerra, mantinha a 1º posição com 34%.

Já em 08 de outubro, a Veja-LPM, divulgou sua 3ª rodada de pesquisa, onde o resultado mostrava que Tasso não só alcançava seu principal adversário, mas também conseguira ultrapassá-lo arrancando uma larga vantagem: 39% contra 28% e a 15 de novembro o PMDB estava vencedor.

Por mais míope que seja uma análise dessa campanha, ela deverá tratar dos principais pontos que foram de importancia fundamental para o seu sucesso, estando aí incluídos a mensagem central da campanha, que era bastante oportuna para um estado dominado desde muito anos por uma só corrente política.

Então a mensagem de "mudança" encontrou bastante espaço junto aos ouvidos do povo que anseava mudar, renovar as forças políticas do Estado.

Além disso, era um ataque perfeito contra o principal adversário e constituia o seu ponto fraco.

2. Tasso Jereissati - Um "produto" com conceito definido

Um conceito bem definido para um candidato ao ser lançado no mercado, é um importante passo para a absorção de seu nome junto aos eleitores.

Nesse ponto, o PMDB esteve a frente quando conseguiu fixar junto ao eleitorado, enquanto telespectador, uma

imagem padrão de seu candidato majoritário.

"Tasso era sempre mostrado com a fisionomia tranquila, trajando invariavelmente camisa social, mangas arregaçadas. A face sempre rosada, sugeria um rosto queimado pelo sol, durante os comícios no interior".

Quando visto em casa, o candidato aparecia sempre à vontade, descansado, num clima extremamente familiar e quando nos comícios, aparecia sempre vigoroso, punhos cerrados e demonstrando bastante determinação à massa ouvinte.

Manteve durante todo o desenrolar da campanha uma perfeita coerência em suas posições e colocações, inclusive utilizando a tática de não fazer ataques diretos aos concorrentes e nem se defender de ataques sofridos, ficando isso a cargo de terceiros.

O candidato tinha ainda a seu favor um biotipo agradável, que muito contribuiu nas suas aparições diretas com o público, sem contar que ele tinha no seu principal adversário uma figura não muito popular, o que facilitou consideravelmente a sua trajetória.

O PMDB estava então de posse de uma idéia central bem trabalhada e tinha à sua disposição um candidato que se enquadrava no perfil perfeito de um precursor de "Mudanças"

A partir daí, foi só desenvolver a sua estratégia ,

se utilizando inclusive de um forte composto de comunicação que incluiu todos os canais alternativos.

3. O Composto de Comunicação Utilizado

O composto de comunicação utilizado incluiu todos os canais e elementos para atingir o mercado.

A propaganda se deu através da televisão, rádio e jornal, respeitando as normas e regulamentações do TSE (ver anexos II e III).

Espelhados por toda a cidade, estavam os Out-Doors e cartazes, com mensagens e fotografias dos candidatos.

A cidade se viu invadida por um grande número de carros conduzindo alto-falantes, explorando músicas temas de cada candidatura, salientando a majoritária.

O pacote de promoções foi dos mais diversificados , incluindo a distribuição de brindes tais como: camisetas , chaveiros, broches, bandeiras, calendários, etc., bem como a realização de eventos com participação popular, a exemplo do dia das crianças, quando foram realizadas diversas festinhas, com distribuição de presentes, apresentação de shows artísticos, etc.

A venda pessoal foi sobremodo intensa, tendo em vis

ta o grande número de comícios realizados em todos os municípios do Estado e na Capital, em quase todos os bairros , contando em sua maioria com a presença do candidato majoritário.

Foram instalados "postos de vendas" (comitês) em todos os bairros da capital, onde os eleitores eram atendidos e podiam manter contato direto com os candidatos, se verificando aí a conhecida prática dos favores prestados, ainda muito usada no país. Além disso os candidatos estavam sempre presentes em associações de classe, movimentos estudantis, questões trabalhistas ou em qualquer ocasião em que fosse possível tentar vender a sua imagem.

CONCLUSÃO

O Marketing Político se constitui numa grande área de atuação para o administrador.

Requer uma maior especialização, uma vez que administrar a "venda" da imagem de uma pessoa não é tarefa tão fácil quanto a venda de um produto com peso, qualidade e características constantes em um rótulo.

Atualmente essa área é em sua maioria ocupada por ex-políticos com larga experiência e/ou profissionais da área de Comunicação e Jornalismo.

Isso se deve principalmente ao regime político instalado por muito tempo no país, que não dava espaço para essa prática. No entanto, com a instalação do processo de abertura, o profissional de marketing terá sem dúvida o seu mercado.

As campanhas políticas estão acontecendo de forma cada vez mais profissional e isso requer com maior evidência, a presença do Administrador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- FIGUEIREDO, Ney Lima - "Estratégia de Marketing Político" 3ª Edição, Cartigraf Editora.

- REGO, Francisco Gaudencio Torquato do - "Marketing Político e Governamental: Um Roteiro para Campanhas Políticas e Estratégia de Comunicação", Summus Editorial.

- Jornal "O Povo" - Exemplares diários do período de 15.10.86 a 30.11.86.

- Revista "Veja" - Nº 944, 08.10.86, pág. 27 e 28; Nº 946 , 22.10.86, pág. 43 e 44.

- KOTLER, Philip -"Marketing de Candidatos Políticos".

- SECOTT, José Aparecido - "Planejamento Estratégico Político", textos.

- Entrevista informal a um dos coordenadores de campanha do PMDB, jornalista Elcio Martins.

A N E X O S

A N E X O I

RELAÇÃO DE CANDIDATOS AO PLEITO DE 15.11.86

TRE - CE

TRE/SEE

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

CANDIDATOS AO PLEITO DE 15 DE NOVEMBRO DE 1986

COLIGAÇÃO UNIÃO LIBERAL CRISTÃ
PARTIDO SOCIAL CRISTÃO - PSC 20
PARTIDO LIBERAL - PL 22

	Número
PARA GOVERNADOR Francisco Aires Quintela	20
VICE-GOVERNADOR Hugo Alberto Martins Lessa	
PARA SENADOR Francisco José Loyola Rodrigues	202
1.º Suplente Francisco Moacir Leite	
2.º Suplente Eva Hempel Ferreira Gomes	
Olga Nunes da Silva	
1.º Suplente João Luciano de Abreu Matos	222
2.º Suplente Fernando Walter Ramos	

PARTIDO SOCIAL CRISTÃO - PSC 20

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Aécio Carlos Gundim Silva — Aécio Gundim — Aécio	2.004
Antonio de Pádua Soares Quintela — Pádua Quintela	2.001
César José Rodrigues — César Rodrigues — César	2.006
Francisco Juscelo Campos Bezerra — Juscelo Bezerra — Juscelo	2.005
Francisco Tarcísio Leite — Tarcísio Leite — Tarcísio	2.002
Rogério Barcelos Barbosa — Rogério Barcelos — Rogério	2.003

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Airton Aguiar Barroso — Airton Barroso — Airton	20.104
Antonio Gomes da Silva — Antonio Gomes — Antonio	20.118
Erivaldo Silva Rocha — Erivaldo Silva — Erivaldo	20.110
Francisco Cordeiro Neto — Cordeiro Neto — Cordeiro	20.112
Francisco Delmo Pereira Rodrigues — Franco Pereira — Franco	20.117
Francisco Edmilson de Vasconcelos — Edmilson	20.107
Herbênio Casciano de Sousa — Herbênio Casciano — Herbênio	20.101
João Batista Campos Café — João Batista — Campos Café	20.111
João Bosco André — Bosco André — Bosco	20.106
José Germano da Silva — José Germano — Germano	20.108
José Narcélio Gurgel Bastos — José Narcélio — Narcélio	20.103
Juarez Palhano — Juarez	20.116
Odilon Everton Rodrigues — Odilon Everton — Odilon	20.102
Tarcísio Nunes do Nascimento — Tarcísio Nunes — Tarcísio	20.115

PARTIDO LIBERAL - PL 22

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Francisco Ângelo da Silva	2.201
José Gomes da Silva	2.202

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Alfredo William Nogueira de Sá — William Sá	22.222
Esdras Barbosa Chagas — Dr. Esdras — Esdras	22.224
Francisco de Assis Bessa Xavier — Assis Bessa — Dr. Bessa	22.225
Francisco de Assis Teixeira Bastos — Bastos	22.226
Maria de Fátima Almeida Batista — Maria de Fátima — Fátima	22.228
Plínio Parente de Xerez Neto — Plínio Xerez	22.227

Diretoria da Subsecretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, em Fortaleza, 14 de outubro de 1986.

MARIA TERESA SILVA THÉ PRAXEDES
Diretora da Subsecretaria

DE ACORDO:

LIA DE CARVALHO PERES MOTA
Dir. da Secretaria de Coord. Eleitoral

VISTO:

TRE | SEE

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

CANDIDATOS AO PLEITO DE 15 DE NOVEMBRO DE 1986

COLIGAÇÃO MOVIMENTO PRÓ-MUDANÇAS

PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO - PMDB 15
PARTIDO DEMOCRATA CRISTÃO - PDC 17
PARTIDO COMUNISTA BRASILEIRO - PCB 23
PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL - PCdoB 24

	Número
PARA GOVERNADOR	
Tasso Jereissati	15
PARA VICE-GOVERNADOR	
Francisco Castelo de Castro	
PARA SENADOR	
Mauro Benevides	151
1.º Suplente	
Djalma Eufrásio Rodrigues	
2.º Suplente	
Humberto Esmeraldo Barreto	
Sublegenda 01	
Cid Carvalho	152
Sublegenda 02	
Nestor Nogueira Vasconcelos	153
Sublegenda 03	
Esmerino Arruda	154

PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO - PMDB 15

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Adairton Franco de Oliveira – Adairton Franco – Adairton Oliveira – Adairton	1.502
Alexandre Newton de Moreira Tavares – Alexandre Tavares – Alex Tavares – Alex	1.505
Alfredo de Abreu Pereira Marques – Alfredo Marques – Alfredo	1.512
Antonio Alves de Morais – Antonio Morais – Morais	1.527
Antonio Elismar Belchior Aguiar – Antonio Elismar – Elismar	1.535
Antonio Paes de Andrade – Paes de Andrade – Paes	1.521
Antonio Rodrigues de Freitas – Rodrigues de Freitas – Rodrigo de Freitas	1.506
Artur Silva Filho – Artur Silva – Artur Filho – Artur	1.530
Carlos Eduardo Benevides Neto – Carlos Benevides – Carlos – Carlinho	1.501
Carlos Henrique Castelo Branco Royal – Carlos Henrique – Carlos Royal – Royal	1.504
Cláudio Emanuel Correia Lima – Cláudio Emanuel – Cláudio Correia Lima – Cláudio	1.534
Dario Pereira Aragão – Dario Aragão – Dario – Aragão	1.528
Expedito Machado da Ponte – Expedito Machado – Expedito	1.510
Fausto Aguiar Arruda Filho – Fausto Aguiar – Fausto Filho – Fausto Arruda – Fausto	1.503
Fermo Fernandes de Castro – Fermo de Castro – Fermo	1.520
Francisco das Chagas de Vasconcelos – Chagas Vasconcelos – Chagas – Chagasinho	1.525
Francisco José Chaves Jatahy – Francisco Chaves Jatahy – Francisco Jatahy – Jatahy	1.514
Gadel Dantas Queiroz – Gadel Dantas – Gadel Queiroz – Gadel	1.532
Haroldo Sanford Barros – Haroldo Sanford – Haroldo	1.524
Iranildo Pereira de Oliveira – Iranildo Pereira – Iranildo	1.522
José Gilson Lemos Dias – Gilson Dias – Gilson	1.523
José Heleno Lopes Viana – José Heleno Lopes – Heleno Lopes – Heleno	1.540
José Mauro Castelo Branco Sampaio – Mauro Castelo Branco – Mauro Sampaio – Mauro	1.517
Manoel Aguiar de Arruda – Manoel Aguiar – Manoel Arruda – Manoel	1.508
Manoel Bezerra de Melo – Bezerra de Melo – Chanceler Bezerra de Melo – Pedro Melo	1.531
Manuel Francisco Viana Neto – Manuel Viana – Manuel	1.511
Moysés Santiago Pimentel – Moysés Pimentel – Moysés – Pimentel	1.515
Osmundo Evangelista Rebouças – Osmundo Evangelista – Osmundo Rebouças – Osmundo	1.507
Raimundo Coelho Bezerra de Farias – Raimundo Coelho – Raimundo Bezerra – Raimundo	1.533
Raimundo Nonato Ferreira – Raimundo Nonato – Raimundo Ferreira – Nonato	1.529
Thomaz José Coelho de Almeida – Thomaz Coelho – Thomaz	1.526
Ubiratan Diniz de Aguiar – Ubiratan Aguiar – Ubiratan Diniz – Ubiratan – Diniz	1.516
Vicente Nunes de Lima – Vicente Nunes – Vicente de Lima – Vicente	1.519

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Abdias Lourenço de Lima – Abdias Lourenço – Abdias Lima – Abdias	15.145
Adolfo Arnaldo de Araujo Sampaio – Adolfo Arnaldo – Adolfo – Arnaldo	15.101
Aloeu Vieira Coutinho – Aloeu Vieira – Aloeu Coutinho – Aloeu	15.131
Amadeu de Araujo Arraes – Amadeu Arraes – Amadeu	15.118
Antonio Eufrásio Neto – Eufrásio Neto – Eufrásio	15.152
Antonio Gomes da Silva Câmara – Antonio Gomes Câmara – Antonio Câmara – Câmara	15.148
Antonio Leite Tavares – Antonio Leite – Antonio Tavares – Tavares	15.160
Benedito de Paula Bizerril – Benedito Bizerril – Benedito – Bizerril	15.107
Carlos Alberto Cruz – Carlos Alberto – Carlos Cruz	15.117
Carlos Roberto Pereira Aguiar – Carlos Roberto – Carlos Aguiar	15.169
César Augusto Torres de Sá e Benevides – César Augusto – César Benevides – César	15.168
Ceo Ferreira Gomes – Ceo Ferreira – Ceo Gomes – Ceo	15.133
Cláudio Augusto Fernandes Pinho – Cláudio Augusto – Cláudio Pinho – Cláudio	15.147
Cleonor Bezerra Lima – Cleonor Bezerra – Cleonor Lima – Cleonor	15.167
Domingos Albuquerque Barroso – Domingos Barroso – Domingos	15.110
Edimilson Almeida Fernandes – Edimilson Almeida – Edimilson Fernandes – Edimilson	15.135
Erasmo Rodovalho de Alencar – Erasmo Rodovalho – Erasmo Alencar – Erasmo	15.213
Ernesto Matos Gurgel do Amaral – Ernesto Gurgel – Ernesto	15.125
Eudoro Walter de Santana – Eudoro Santana – Eudoro	15.127
Filareg Elisio Belchior Aguiar – Filareg Elisio – Filareg Aguiar – Filareg	15.106
Francisco Agaci Fernandes da Silva – Francisco Agaci – Agaci Fernandes – Agaci	15.161
Francisco Almino Leite de Menezes – Almino Menezes – Almino	15.156
Francisco Alvarez Leite Sampaio – Alvarez Sampaio – Alvarez	15.153
Francisco Bismon de Andrade – Bismon de Andrade – Bismon	15.123
Francisco Boddu Valadares Kawasaki Leitão – Francisco Valadares Leitão – Boddu Kawasaki – Boddu – Kawasaki	15.164
Francisco Carlos Macêdo Tavares – Carlos Macêdo Tavares – Carlos Macêdo – Macêdo Tavares	15.120
Francisco Franzé Leite de Morais – Franzé Morais – Franzé	15.141
Francisco Ivo de Vasconcelos – Ivo Vasconcelos – Ivo	15.122
Francisco José Vieira de Figueiredo Correia – Francisco José de Figueiredo Correia – Figueiredo	15.165
Francisco Marcus Melo Viana – Marcus Melo Viana – Marcus Viana	15.126
Francisco Moésio Vasconcelos Moura – Moésio Vasconcelos	15.150
Francisco de Paula Rocha Aguiar – Francisco de Paula – Francisco Aguiar	15.118
Francisco Pinheiro Landim – Pinheiro Landim – Landim	15.212
Hercílio de Matos Moreira – Hercílio Matos – Hercílio Moreira – Hercílio	15.162
Humberto Macêdo de Brito – Humberto Macêdo – Humberto – Macêdo	15.166
Inocêncio Rodrigues Uchôa – Inocêncio Rodrigues – Inocêncio Uchôa – Inocêncio	15.103
Isac Bernardino do Nascimento – Isac Bernardino – Isac – Bernardino	15.139
João Castelo Sobrinho – João Castelo	15.163
José Alves de Sousa – José Alves – Zé Alves	15.105
José Bezerra de Melo – José Bezerra – Bezerra de Melo	15.102
José Everardo Silveira – Everardo Silveira – Everardo	15.142
José Henrique de Azevedo – José Henrique – Henrique Azevedo – Henrique	15.121
José Humberto Bezerra Lima – José Humberto – Zé Humberto	15.144
José Linhares da Páscoa – José da Páscoa – Zé da Páscoa	15.119
José Maria Barros de Pinho – Zé Maria – Barros Pinho	15.140
José Rocha Lima Weyne – José Weyne – Zé Weyne – Weyne	15.132
José Tarcísio Campos Monteiro – Tarcísio Monteiro – Tarcísio	15.108
José Xavier Lopes – Xavier Lopes – Xavier	15.109
José Wilson Machado Borges – Wilson Machado – Wilson	15.120
Juarez Fernandes Leitão – Juarez Leitão – Juarez – Leitão	15.104
Luiz Alberto Vidal Pontes – Luiz Alberto – Luiz Pontes	15.143
Luiz Alexandre Albuquerque Figueiredo de Paula Pessoa – Luiz Alexandre – Alexandre Figueiredo – Alex Figueiredo	15.138
Luiz Carlos Castelo Branco Moreira – Carlos Castelo Branco – Carlos Castelo – Castelo	15.150
Manoel Duca da Silveira Neto – Manoel Duca – Manoel Duca da Silveira – Duquinha	15.124
Manoel Sandoval Fernandes Bastos – Sandoval Bastos – Sandoval	15.134
Marcus José Fernandes de Oliveira – Marcus Fernandes de Oliveira – Marcus Fernandes – Marcus	15.151
Maria Dias Cavalcante Viana – Maria Dias Cavalcante – Maria Dias Viana – Maria Dias	15.115
Maria Elenir Amorim de Souza – Elenir Amorim – Maria Elenir – Elenir	15.112
Maria Lúcia Magalhães Correa – Maria Lúcia Correa – Maria Lúcia	15.158
Moésio Loyola de Melo – Moésio Loyola – Moésio de Melo	15.136
Narcélio Sobreira Limaverde – Narcélio Limaverde – Narcélio	15.149
Nauzemar Gomes de Moraes – Nauzemar Gomes – Nauzemar Moraes – Nauzemar	15.128
Olavo Feitosa – Olavo	15.130
Raimundo Gomes Farias – Gomes Farias – Farias	15.156
Raimundo Nonato Moreira Lima – Raimundo Nonato Lima – Raimundo Moreira Lima – Raimundo Moreira	15.157
Teodorico José de Menezes Neto – Teodorico Menezes – Teodorico	15.111
Tomaz Antonio Brandão – Tomaz Brandão – Tomaz	15.137
Wilson Parente Junior – Wilson Parente – Wilson Junior	15.114

PARTIDO DEMOCRATA CRISTÃO - PDC 17

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Francisco Maciel Gama – Maciel Gama – Maciel – Gama	17.111

PARTIDO COMUNISTA BRASILEIRO - PCB 23

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Tarcísio Leitão de Carvalho – Tarcísio Leitão – Tarcísio – Leitão	2.323

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Maria da Natividade Pinto Belém Rocha – Maria da Natividade Belém – Natividade – Nati	23.222
Luciano Barreira – Luciano – Barreira	23.111

PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL - PCdoB 24

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Inácio Francisco de Assis Nunes Arruda – Inácio Arruda – Inácio – Arruda	2.444

Diretoria da Subsecretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, em Fortaleza, 13 de outubro de 1986.

MARIA TERESA SILVA THÉ FRAXEDES
Diretora da Subsecretaria

DE ACORDO:

LIA DE CARVALHO PERES MOTA
Dir. da Secretaria de Coord. Eleitoral

VISTO:

VALDER OSTERNE
Diretor Geral

TRE | SEE

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

CANDIDATOS AO PLEITO DE 15 DE NOVEMBRO DE 1986

COLIGAÇÃO DEMOCRÁTICA

PARTIDO DEMOCRÁTICO SOCIAL - PDS 11
PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO - PTB 14
PARTIDO DA FRENTE LIBERAL - PFL 25

PARA GOVERNADOR — Número
Adauto Bezerra 25

PARA VICE-GOVERNADOR
Aquiles Peres Mota .....

PARA SENADOR
César Cals 111

1.º Suplente
Manoel de Castro .....

2.º Suplente
José Mendes .....

Paulo Lustosa 251

1.º Suplente
Ernani Viana .....

2.º Suplente
João Fugita .....

PARTIDO DEMOCRÁTICO SOCIAL - PDS 11

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Adcio de Borba Vasconcelos – Adcio de Borba – Adcio	1.118
Antonio Valdir Coelho – Valdir Coelho – Valdir	1.103
Carlos Virgilio Augusto de Moraes Tavora – Carlos Virgilio – Carlos Virgilio Tavora	1.108
César Cals de Oliveira Neto – César Cals Neto – César Neto	1.115
Flávio Portela Marcilio – Flávio Marcilio – Flávio	1.101
Francisco Rosa de Oliveira – Professor Assis – Assis	1.116
Francisco da Costa – Costa – Francisco	1.114
Francisco Falcão Moreira –	1.112
João Jaime Gomes Marinho de Andrade – João Jaime Neto – João Neto	1.110
José Milton Figueiredo Pinheiro – Milton Pinheiro – Jomilton Pinheiro	1.109
José Wilson Menezes da Rocha – Wilson Rocha – José Wilson	1.117
Leonne Menescal Belém de Holanda – Leonne Belém – Leonne	1.111
Manuel Alcides Rocha – Manuel Alcides – Alcides	1.106

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Aldemário Barreira Filho – Aldemário	11.116
Antonio Albuquerque Barroso – Antonio Barroso	11.161
Antonio de Almeida Jacó – Antonio Jacó	11.102
Antonio Aracy Pereira Nunes – Aracy Nunes – Aracy	11.149
Aureliano Sales Lucena – Aureliano – Sales	11.144
Bismarck Costa Lima Pinheiro Maia – Bismarck Maia – Bismarck	11.109
Casimiro Leite de Oliveira Neto – Casimiro Oliveira – Casimiro Neto	11.155
César Augusto Costa de Oliveira – César Oliveira – César	11.124
Douvina Almeida Eduardo de Castro – Douvina Castro – Douvina	11.156
Francisco Alonso Machado Botelho – Chico Machado – Chico Alonso	11.132
Francisco César Pierre Barreto Lima – César Barreto – César Barreto Lima	11.129
Francisco Fleury Uchoa Santos – Professor Fleury – Professor Fleury Santos	11.113
Francisco Jaime Ramos – Jaime Ramos	11.115
Geraldo Barbosa da Silva – Professor Geraldo Barbosa – Professor Geraldo	11.171
Gerardo Magela Mourão Landim – Magela Mourão Landim – Magela	11.138
João Batista Lopes	11.168
João Elmo Moreno Cavalcante – Elmo Moreno – Elmo	11.121
João Jacques Carneiro Albuquerque – Jacques Albuquerque – João Jacques	11.103
João Viana de Araújo – João Viana	11.112
José Carlindo dos Santos Bastos – Carlindo Bastos – Carlindo	11.117
José Carneiro Fernandes – José Carneiro	11.158
José Wilson Alves Chaves – José Wilson Chaves – José Wilson	11.120
Ludenson Ponte Filho – Ludenson Pontes – Ludenson	11.118
Marconi José Figueiredo de Alencar – Marconi Alencar – Marconi	11.141
Marcos César Cals de Oliveira – Marcos Cals – Marcos César	11.145
Mariano Antonio Nunes – Mariano Nunes – Mariano	11.166
Moacir Bezerra Freire – Moacir Bezerra – Moacir	11.152
Nilo Sérgio Viana Bezerra – Nilo Sérgio – Nilo	11.139
Pedro Percy Barbosa de Araújo – Percy Araújo – Percy	11.142
Raimundo Noneto Prado de Aguiar – Noneto Prado – Raimundo Prado	11.173
Vicente Antenor Ferreira Gomes Filho – Vicente Antenor	11.134

PARTIDO DA FRENTE LIBERAL - PFL 25

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Adelmo Duarte de Aquino – Adelmo Aquino – Adelmo	2.623
Afrânio Peixoto – Afrânio Peixoto – Afrânio Peixoto	2.621
Antonio Aladim Chaves Cordeiro – Aladim Cordeiro – Aladim	2.616
Antonio Carlos Teixeira e Silva – Antonio Carlos – Carlos Teixeira	2.603
Etevaldo Nogueira Lima – Etevaldo Nogueira – Etevaldo	2.620
Evandro Ayres de Moura – Evandro Ayres – Evandro	2.630
Francisco Hilário Maciel de Sousa – Hilário Maciel – Maciel	2.601
Gilmar Gondim Bezerra Lima Filho – Gilmar Gondim – Gilmar Filho	2.604
João de Deus Holanda – João de Deus – João Holanda	2.602
Jorge Furtado Leite – Furtado Leite – Hildo	2.610
José Arimatéa Palhano – José Arimatéa – Palhano	2.624
José Figueiredo Correia Filho – José Figueiredo – José Correia	2.618
José Lins de Albuquerque – José Lins – Zelino	2.612
José Ricardo Barroso Prado – José Ricardo – Ricardo Prado	2.608
Lúcio Gonçalo de Alcântara – Lúcio Alcântara – Lúcio	2.619
Luiz Gonzaga Nogueira Marques – Luiz Marques – Luizão	2.606
Manoel Gonçalves e Silva – Manoel Gonçalves – Gonçalves	2.614
Orlando Bezerra de Menezes – Orlando Bezerra – Orlando	2.611
Osmar de Alencar Araripe Filho – Osmar Araripe – Osmar Filho – Osmar	2.607
Paulo de Tarso Ponte Pierre – Paulo Pierre – Paulo	2.618
Raimundo Gomes da Silva – Gomes da Silva – Dr. Oliveira	2.613
Themístocles de Castro e Silva – Themístocles	2.617

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Adalmiro do Vale Lyra – Adalmiro Lyra – Adalmiro	25.131
Adilberto Leite Gomes – Adilberto Leite – Beto	25.124
Alfredo Ricardo Holanda Machado – Ricardo Machado – Alfredo Machado	25.135
Antonia Gonçalves de Alencar – Toinha – Alencar	25.153
Antonio Aderbal Bezerra – Aderbal Bezerra – Aderbal	25.139
Antonio Brú dos Santos – Antonio Brú – Brú	25.104
Antonio Fernandes de Oliveira – Antonio Fernandes – Fernandes	25.155
Antonio Marques Barroso – Barroso	25.125
Antonio da Mota Brito – Antonio Brito – Brito	25.148
Antonio Rodrigues de Albuquerque – Dr. Antonio Rodrigues – Dr. Antonio	25.146
Antonio dos Santos Soares Cavalcante – Antonio dos Santos Cavalcante – Antonio dos Santos	25.119
Antonio Valdetário de Oliveira Mota – Valdetário Mota – Valdetário	25.108
Augusto César Figueiredo Santos – Augusto Figueiredo – Augusto	25.110
Bernardo Torquato de Oliveira – Professor Bernardo – Torquato	25.156
Dácio Oliveira Pinheiro – Dácio Pinheiro – Dácio	25.118
Deocleciano Barbosa Filho – Deocleciano – Barbosa	25.157
Domingos José Carvalho Araújo de Holanda Pontes – Domingos Pontes – Domingos	25.117
Emanuel Teles da Rocha Junior – Emanuel Teles – Teles	25.147
Eraldo Macedo Lemos – Eraldo Macedo – Eraldo	25.150
Francisco Alberto Pinheiro – Alberto Pinheiro – Alberto	25.138
Francisco Alves Sobrinho – Chico Sobrinho – Sobrinho	25.129
Francisco Andrade Tabosa Girão – Tabosa Girão – Girão	25.130
Francisco Diógenes Nogueira – Diógenes Nogueira – Dr. Nogueira	25.107
Francisco Edneldo Bessa – Edneldo Bessa – Edneldo	25.105
Francisco Erivano Cruz – Erivano Cruz – Erivano	25.106
Francisco Fernando Alcântara Mota – Fernando Mota – Fernando	25.178
Francisco Fonseca Coelho – Fonseca Coelho – Coelho	25.140
Francisco Frota Filho – Francisco Frota – Frota	25.128
Francisco Jarbas Neri Bezerra de Menezes – Jarbas Bezerra – Jarbas	25.154
Geraldo Gomes de Azevedo – Geraldo Azevedo – Dr. Geraldo	25.142
Guilherme de Moraes Teixeira – Guilherme Teixeira – Guilherme	25.115
Gustavo Augusto Lima Bisneto – Gustavo – Tavinho	25.136
Irapuan Barros de Lima – Irapuan Lima – Irapuan	25.126
João Bezerra de Menezes – Bezerra de Menezes – Bezerra	25.161
João Luiz Ramalho de Oliveira Filho – João Luiz Ramalho – João Luiz	25.110
José Araújo de Pontes – José de Pontes – Zé Pontes	25.137
José Flávio Teixeira – Zé Flávio – Flávio Teixeira	25.151
José Fluza Gomes – Fluza Gomes – Fluza	25.112
José Freire de Castelo – José Castelo – José Freire	25.164
José Glauber Portela Lopes – Glauber Portela – Glauber	25.123
José Maria Pinheiro Lima – Pinheiro Lima – Pinheiro	25.122
José Mário Mota Barbosa – José Mário Barbosa – José Mário	25.113
José Milton Moura Menezes – Milton Menezes – José Milton	25.145
José Otávio Seles Rocha – Otávio Seles – Otávio Rocha	25.134
José Parente Prado – José Prado – Zé Prado	25.103
José Valdo Maia – Valdo Maia – Maia	25.158
Júlio Gonçalves Rego – Júlio Rego – Dr. Júlio	25.197
Lourival Amaral Banhos – Lourival Banhos – Lourival	25.152
Manuel Lincoln Vasconcelos – Lincoln Vasconcelos – Lincoln	25.101
Maria Núbia Holanda Brasileiro – Núbia Brasileiro – Núbia	25.159
Maria do Socorro Cardoso Bringel Oliveira – Socorro Bringel – Socorro	25.133
Miguel Liberato Fernandes – Miguel Liberato	25.144
Osmar Maia Diógenes – Osmar Diógenes – Osmar	25.111
Pedro José Philomeno Gomes Figueiredo – Pedro José – Pedro Philomeno	25.121
Pedro de Sales Nunes – Pedro de Sales – Pedro Nunes	25.116
Raimundo Mourão da Rocha – Raimundo Mourão – Mourão	25.114
Romiro Teixeira Santos – Miro Teixeira – Miro	25.109
Sílvio Carlos Vieira Lima – Sílvio Carlos – Sílvio	25.163
Yara Guerra Silva – Yara Guerra – Yara	25.143

Diretoria da Subsecretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, em Fortaleza, 10 de outubro de 1986.

DE ACORDO:

MARIA TERESA SILVA THE PRAXEDES
Diretora da Subsecretaria

LIA DE CARVALHO PERES MOTA
Dir. da Secretaria de Coord. Eleitoral

VISTO:

VALDER OSTERNE

TRE | SEE

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

CANDIDATOS AO PLEITO DE 15 DE NOVEMBRO DE 1986

COLIGAÇÃO PARTIDO DOS TRABALHADORES - PT 13 E PARTIDO SOCIALISTA BRASILEIRO - PSB 40

PARA GOVERNADOR

Padre Haroldo Coelho 13

PARA VICE-GOVERNADOR

Valton de Miranda Leitão .....

PARA SENADOR

Cleide Bernal 131

1.º Suplente

Maria Valda de Albuquerque .....

2.º Suplente

Francisca Gonçalves Sobrinho .....

Régis Jucá 401

1.º Suplente

Miguel Newton Arraes .....

2.º Suplente

Ayres de Oliveira Peter .....

PARTIDO DOS TRABALHADORES - 13

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Antonio Ortins Monteiro Dias — Antonio Ortins — Antonio	1.311
Antonio Rodrigues de Amorim — Antonio Amorim — Antonio Rodrigues	1.333
Enoch Mateus Alves da Silva — Enoch Mateus — Enoch — Mateus	1.315
Francisco Demostenes da Silva — Francisco Demostenes — Demostenes	1.303
Francisco Luciano de Paiva — Luciano Paiva — Luciano	1.357
Gilvan Queiroz da Rocha — Gilvan Rocha — Gilvan	1.313
Lucildo Leite dos Santos — Lucildo Leite — Lucildo	1.363
Luiz Edgar Cartaxo de Arruda Junior — Arruda Junior — Edgar Cartaxo Junior	1.343
Luiz Oswaldo Santiago Moreira de Sousa — Luiz Oswaldo — Professor Luiz Oswaldo	1.301
Marcelino Rodrigues Mendes — Marcelino Mendes — Marcelino	1.344
Miguel Djacy Aguiar — Miguel Djacy — Miguel	1.316
Rosa Maria Ferreira da Fonseca — Rosa — Rosa Fonseca — Rosa Maria	1.323

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Alba Luci Rego de Morais Peloso — Alba Luci — Alba Peloso — Alba	13.177
Antonio Francisco Pessoa — Francisco Pessoa — Antonio Pessoa — Pessoa	13.133
Dalton Augusto Rosado de Oliveira e Souza — Dalton Rosado — Dalton Augusto Rosado — Dalton Augusto Rosado de Oliveira	13.101
Daniel Quintas dos Santos Colares — Daniel Colares — Daniel — Dr. Daniel	13.123
Edson de França — Edson Fraça	13.1[illegible]
Felisbela Parente Paiva — Felisbela Parente — Belinha — Belinha Parente	13.122
Fernando Cesar Porto Mendonça — Fernando Porto — Porto — Fernando Mendonça	13.255
Francisco de Assis Batista — Assis Batista — Batista	13.222
Francisco Nelson Martins de Alencar — Nelson Alencar — Nelson Martins — Nelson	13.199
Gardênia Pereira Bayma — Gardênia Pereira — Gardênia	13.120
Gilcênio Moreira Germano — Gilcênio Germano — Gilcênio	13.199
Gilvan Evangelista dos Santos — Gilvan Evangelista — Gilvan	13.203
Jefferson Bezerra Saraiva — Jefferson Saraiva — Jefferson — Saraiva	13.163
João Alfredo Telles Melo — João Alfredo — Dr. João — Dr. João Alfredo	13.121
João Batista de Vasconcelos — João Vasconcelos — João Batista	13.103
José Ferreira de Alencar — Alencar — José de Alencar	13.188
José Ilário Gonçalves Marques — Ilário Marques — José Ilário — Ilário	13.166
José Lázaro Carneiro — José Viúvo — José da Rita	13.155
Maria de Fátima Mesquita da Silva — Fátima Mesquita — Maria de Fátima Mesquita — Maria de Fátima	13.273
Nilson Alves do Nascimento — Nilson Alves — Nilson Nascimento — Nilson	13.113
Paulo de Tarso Bernardes Mamede — Paulo Mamede — Paulo de Tarso — Tarso — Paulo	13.131
Pedro Ivo de Souza Batista — Pedro Ivo — Pedro Batista — Pedro Ivo Batista	13.117
Renê Garcez Moreira — Renê Garcez	13.213
Sylvia Maria Coelho Paiva — Sylvia Coelho — Sylvia Maria — Sylvia	13.233

PARTIDO SOCIALISTA BRASILEIRO - PSB 40

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Edgar Linhares Lima — Edgar Linhares — Edgar	4.003
Elisio Arimatéa Ribeiro — Arimatéa Ribeiro — Arimatéa	4.001
Lauro de Oliveira Lima — Lauro de Oliveira — Lauro	4.002
Maria Aleuda Viana Madeira — Maria Aleuda — Aleuda	4.005

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Clézio Mário Schlogl — Clézio Mário — Clézio	40.102
José Maria Arruda Pontes — José Maria Pontes — José Maria	40.106
Luiz Edgar Cartaxo de Arruda — Cartaxo de Arruda — Cartaxo	40.101
Marcus Venicius de Lima Furtado — Venicius de Lima Furtado — Marcus Venicius — Marcus	40.104
Walkiria Cabral de Farias — Walkiria Cabral — Walkiria	40.103

Diretoria da Subsecretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, em Fortaleza, 14 de outubro de 1986.

DE ACORDO:

MARIA TERESA SILVA THÉ PRAXEDES
Diretora da Subsecretaria

LIA DE CARVALHO PERES MOTA
Dir. Secretaria de Coord. Eleitoral

VISTO:

SEE/TRE

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

CANDIDATOS AO PLEITO DE 15 DE NOVEMBRO DE 1986

PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO - PTB 14

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Abel Jorge Oliveira de Sousa — Abel Jorge — Abel	1.428
Antonio Jorge Acário — Jorge Acário — Acário	1.404
Francisco José Monte Sales — Fran Sales — Chico Monte	1.402
Geraldo Alexandrino Casé — Geraldo Casé — Casé	1.461
João Gualberto Feitosa Soares — João Gualberto — Gualberto	1.440
José Geraldo Araújo Correia — Geraldo Araújo — Geraldo	1.420
José Lourenço Colares — José Colares — Colares	1.470
José Maria Philomeno Gomes — José Maria Philomeno — Zé Maria	1.444
José William da Silva — José William — William	1.430
Maria Vera Lúcia da Silva	1.448
Moacir Soares Pinto — Moacir Pinto — Moacir	1.401
Paulo Eduardo Vieira Lima	1.443
Raimundo Ferreira Ximenes Neto — Raimundo Ximenes — Ximenes	1.414
Sérgio Moreira Philomeno Gomes — Sérgio Philomeno	1.411

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Anildo Batista do Nascimento — Anildo Batista — Anildo	14.101
Celestino Estevão do Carmo	14.199
Cláudio Moreira Philomeno Gomes — Cláudio Philomeno — Cláudio	14.143
Francisco de Assis Machado	14.134
Francisco de Assis Pinho Rocha — Chico Rocha — Francisco Rocha	14.160
Francisco das Chagas Alves	14.138
Francisco Pereira Nunes — Franci Nunes	14.177
Francisco Pinheiro	14.130
Hudson Leite	14.123
Itamar Giraud Monteiro — Itamar Monteiro — Itamar	14.120
Joaquim Doederlem Menezes de Azevedo	14.131
José Arcanjo Neto — Arcanjo Neto — Arcanjo	14.100
José Cazuza Figueiredo — Cazuza — Cazuza Figueiredo	14.140
José Edvan Pinheiro	14.106
José Hozanan de Oliveira — Zé Hozanan — Hozanan	14.141
José Humberto de Oliveira	14.150
José Israel Cintra Austragésilo	14.155
José Jairo Araújo	14.111
José Rodrigues Sampaio — José Sampaio — Sampaio	14.170
José Vidal dos Santos — Vidal Santos — Vidal	14.110
Maria Lucieuda Pinheiro — Lucieuda Pinheiro	14.183
Maria Núbia Saldanha da Cunha	14.124
Nestor dos Santos Vieira Costa	14.133
Porfírio Leite Santana	14.121
Vicente Ferreira da Silva — Vicente Ferreira — Vicente	14.166

Diretoria da Subsecretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, em Fortaleza, 15 de outubro de 1986.

MARIA TERESA SILVA THÉ PRAXEDES
Diretora da Subsecretaria

DE ACORDO:

LIA DE CARVALHO PERES MOTA
Dir. da Secretaria de Coord. Eleitoral

VISTO:

VALDER OSTERNE

TRE/SEE

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ

CANDIDATOS AO PLEITO DE 15 DE NOVEMBRO DE 1986

PARTIDO DEMOCRÁTICO TRABALHISTA - PDT 12

PARA SENADOR

	Número
1.º SUBLEGENDA	
Pedro Guajão	121
SUPLENTE	
José Galba de Menezes Gomes	
2.º SUBLEGENDA	
Alberto Leite	122
SUPLENTE	
Francisco Gomes Pereira	

PARA DEPUTADO FEDERAL

	Número
Almir Queiroz Trigueiro – Almir Queiroz – Almir	1.224
André Sousa Costa – André – Real	1.216
Antonio Juraedy Porto Rosa – Juraedy – Juraedy Porto – Juraedy Porto Rosa	1.222
Aristides Braga Neto – Aristides Braga – Aristides	1.220
Edmilson Francisco de Oliveira – Edmilson Oliveira – Edmilson	1.225
Hortêncio Xavier de Sousa – Hortêncio – Hortêncio Xavier	1.208
Ivan da Conceição Valoes – Ivan Valoes – Ivan	1.204
João Batista Araújo Araujo – João Batista Araújo – João Batista – Batista Araújo	1.213
João de Deus Vieira – João Vieira	1.206
João Francisco de Lima – João Francisco	1.228
João de Sousa Braga – João Braga – Braga	1.203
José Guedes de Campos Barros – Guedes – José Guedes – Zé Guedes	1.227
José Jerônimo de Oliveira – Jerônimo – Dedé Jerônimo	1.202
José Tarcísio Abreu Gomes – Tarcísio Abreu – José Tarcísio Abreu – Tarcísio	1.230
José Waldo Rocha de Andrade – José Waldo – Waldo Rocha – Waldo Andrade	1.205
Luis Ary Romcy – Ary – Ary Romcy – Luis Ary	1.229
Luis Carlos da Silva – Luis Carlos – Silva	1.201
Mariano Araujo Freitas – Mariano – Dr. Mariano – Mariano Freitas	1.212
Moema Correia São Thiago – Moema – Moema São Thiago	1.228
Otavio Hermes Monteiro – Otavio Monteiro – Otavio	1.214
Paulo Maciel – Paulo – Maciel	1.221
Raimundo Renato Rosal Saldanha – Rosal – Renato Saldanha – Renato Rosal Saldanha	1.217
Raimundo Saraiva Nogueira – Saraiva Nogueira – Raimundo Saraiva – Saraiva	1.218
Rocelda Laurindo de Oliveira – Rocelda Laurindo – Rocelda	1.210

PARA DEPUTADO ESTADUAL

	Número
Agiar Gonçalves da Silva – Agiar Silva – Agiar Gonçalves – Agiar	12.101
Alberto Ramos da Costa – Alberto Ramos – Alberto	12.164
Alexandre Campelo Borges – Alexandre Borges – Alexandre	12.148
Antonio Agenor Cavalcante Mota – Agenor Mota – Antonio Agenor	12.221
Antonio Alexandrino Feitosa – Antonio Feitosa – Feitosa	12.102
Antonio Bezerra Peixoto – Peixoto – Bezerra Peixoto – Antonio Peixoto	12.113
Antonio Ferreira da Silva – Antonio Ferreira – Ferreira	12.250
Antonio Marlino Rosa – Marlino Rosa – Marlino – Rosa	12.122
Antonio Valdeci Cunha – Valdeci Cunha – Valdeci	12.163
Arnaldo Fernandes de Lima – Arnaldo Lima – Arnaldo – Lima	12.240
Arnou de Holanda Cavalcante – Arnou – Arnou Holanda	12.220
Célia Maria Barroso Gaspar de Oliveira – Célia Gaspar	12.132
Cícero Alcir Nobre – Cícero Nobre – Cícero	12.108
Demétrio Nedes Carneiro – Professor Demétrio Nedes Carneiro – Demétrio Carneiro – Demétrio	12.222
Edmilson Rodrigues Coelho – Edmilson Coelho – Coelhinho	12.136
Edson Maciel de Lima – Maciel – Edson Maciel	12.280
Edson da Silva – Edson Silva – Edson	12.290
Ernesto Batista dos Santos – Ernesto Batista – Ernesto	12.162
Francisco Adegildo Ferrer – Adegildo Ferrer – Ferrer	12.230
Francisco Assis Papeto de Oliveira – Papeto – Papeto de Oliveira – Assis Papeto	12.200
Francisco Assis Rabelo Pereira – De Assis Rabelo	12.234
Francisco Assis de Sousa – Assis de Sousa – Assis	12.131
Francisco Edson Pinheiro Pessoa – Edson Pessoa – Edson – Edson Pinheiro Pessoa	12.126
Francisco Feitosa de Carvalho Freitas – Francisco Feitosa – Chaquinha Feitosa – Chaquinha	12.130
Francisco Franciltio Dourado Silva – Franciltio Dourado – Dourado – Franciltio	12.128
Francisco José Alves Pessoa – Franzé Pessoa – Professor Franzé – Francisco José Franzé Alves Pessoa	12.120
Francisco José Facó Barros – Francisco Facó	12.123
Francisco Sales Bezerra – Sales Bezerra – Sales – Francisco Sales	12.138
Francisco Wantuil de Castro Chagas – Wantuil de Castro Chagas – Wantuil de Castro – Wantuil	12.112
Francisco Wellington Alves Ribeiro – Francisco Ribeiro – Wellington Ribeiro – Nenem	12.118
Humberto Bevilâqua Vieira – Humberto Bevilâqua – Bevilâqua	12.288
João Aroldo Escudeiro – Aroldo Escudeiro – Escudeiro	12.180
João Batista Araújo – João Batista – Batista Araújo – João Araújo	12.141
João Souza de Oliveira – João Oliveira – João Souza – João	12.157
João Vasques Landim – João Vasques – Vasques Landim	12.146
José Aldemir Façanha – Aldemir Façanha – Professor Façanha	12.103
José Anísio de Carvalho Nunes – Anísio Carvalho Nunes – Anísio Nunes	12.156
José Araújo Cearo – Araújo Cearo – Araújo	12.181
José Carneiro da Costa – José Carneiro – Carneiro	12.144
José Coelho de Souza Filho – Professor Jota Coelho – Professor J. Coelho	12.153
José Elcias Lustosa da Costa – Elcias Lustosa – Elcias da Costa – Elcias Lustosa da Costa	12.105
José Venâncio Sampaio – Venâncio – Venâncio Sampaio	12.158
Luis Antonio Holanda Rocha – Luis Antonio – Luis Holanda	12.140
Luis Gonzaga Lopes – Professor Gonzaga – Luis Gonzaga	12.121
Manoel Araujo de Sousa – Manoel Araújo	12.146
Manoel Messias de Carvalho – Messias Carvalho – Messias	12.168
Maria do Carmo Pereira de Sousa – Maria do Carmo – Maria – Maria do Carmo Sousa	12.168
Maria Erismar da Costa – Erismar – Maria Erismar	12.167
Maria Mary Franco Mota – Maria Mary – Mary Maria	12.107
Oscar Costa Filho – Oscar – Oscarzinho	12.152
Paulo Napoleão Gonçalves Quezado – Quezado – Paulo Quezado – Paulinho	12.150
Paulo de Tarso Facó Bezerra – Paulo Facó	12.280
Pedro de Albuquerque Neto – Pedro Albuquerque – Pedro	12.111
Plácido Sobreira Filho – Plácido Filho – Plácido	12.109
Raimundo Brandão – Brandão – Café	12.133
Raimundo Chaves e Silva – Raimundo Chaves – Chaves	12.118
Rocelar Lopes Barreira – Rocelar Barreira – Rocelar – Roel	12.149
Sabino Henrique Elpídio de Carvalho – Sabino – Sabino Henrique – Henrique	12.124
Samuel Moreira Braga – Samuel Braga	12.154
Samuel Albuquerque Rodrigues – Samuel Rodrigues	12.142
Tarcísio Gomes Cavalcante – Tarcísio Cavalcante – Tarcísio Gomes	12.147

Diretoria da Secretaria Judiciária do Tribunal Regional Eleitoral do Ceará, em Fortaleza, 14 de outubro de 1986.

MARIA TERESA SILVA THÉ PRAXEDES
Diretora da Secretaria

DE ACORDO: *

LIA DE CARVALHO PERES MOTA
Dir. da Secretaria da Coord. Eleitoral

VISTO:

VALDER OSTERNE
Diretor Geral

A N E X O II

RESOLUÇÃO Nº 12.924 - TSE

PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

RESOLUÇÃO Nº 12.924

INSTRUÇÕES SOBRE PROPAGANDA ELEITORAL

D. J. de 13/8/86

BRASÍLIA - 1986

SUMÁRIO

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

RESOLUÇÃO Nº 12.924

(de 8 de agosto de 1986)

Processo n. 8.007 - Classe 10a. -Distrito Federal (Brasília).

INSTRUÇÕES SOBRE PROPAGANDA

(Eleições de 15 de novembro de 1986)

O Tribunal Superior Eleitoral, usando das atribuições que lhe confere o art. 23, IX, do Código Eleitoral, resolve expedir as seguintes Instruções:

C A P I T U L O I

Da Propaganda em Geral

S E Ç Ã O I

Das Disposições Preliminares

Art. 1 - A propaganda dos Partidos Políticos, das coligações e dos candidatos a cargos eletivos é permitida nos termos destas Instruções.

§ 1 - A propaganda, qualquer que seja a sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda partidária e só poderá ser feita em língua nacional, não devendo empregar meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais (Cód., art. 242, red. da Lei 7.476).

§ 2 - Sem prejuízo do processo e das penas cominadas, a Justiça Eleitoral adotará medidas para fazer impedir ou cessar imediatamente a propaganda realizada com infração do disposto no parágrafo anterior (Cód., art. 242, parágrafo único).

§ 3 - No caso de coligação, além da legenda partidária, poderá ser indicada sua denominação própria (Lei 7.493, art. 6, § 2).

§ 4 - Quando realizada pelo rádio ou televisão, a propaganda eleitoral restringir-se-á única e exclusivamente ao horário gratuito previsto nestas Instruções, com expressa proibição de qualquer propaganda paga (Lei 7.508, art. 3).

§ 5 - Na propaganda realizada por intermédio da imprensa escrita é permitida apenas a divulgação do curriculum vitae do candidato, ilustrado ou não com fotografia sua até o tamanho máximo de 6 x 9cm, e do número do seu registro na Justiça Eleitoral, bem como do Partido a que pertence, sendo vedada a propaganda por meio de anúncio ou de encarte de candidato ou de Partido Político (Lei 7.508, art. 3).

Art. 2 - A propaganda de candidatos a cargos eletivos somente é permitida após a respectiva escolha pela convenção partidária (Cód., art. 240).

Art. 3 - É vedada, desde quarenta e oito horas antes até vinte e quatro horas depois da eleição, qualquer propaganda política mediante radiodifusão, televisão, comícios ou reuniões públicas (Cód., art. 240, parágrafo único).

Art. 4 - Constitui crime eleitoral, punível com a pena de detenção de seis meses a um ano e cassação do registro se o responsável for candidato, a divulgação de qualquer espécie de propaganda política na data da eleição, mediante publicações, faixas, cartazes, dísticos em vestuários, postos de distribuição ou entrega de material e qualquer forma de aliciamento, coação, ou manifestação tendente a influir, coercitivamente, na vontade do eleitor, junto às seções eleitorais ou vias públicas de acesso às mesmas (Lei 7.493, art. 17).

Art. 5 - A partir de 25 de outubro de 1986 fica proibida a divulgação, por qualquer forma, de resultado de prévias, pesquisas ou testes pré-eleitorais.

Parágrafo único - As entidades ou empresas que realizarem prévias, pesquisas ou testes pré-eleitorais, no prazo permitido neste artigo, ficam obrigadas a colocar à disposi-

ção de todos os partidos, com candidatos registrados para o pleito, os resultados obtidos e publicados, bem como informações sobre os métodos utilizados e as fontes financiadoras dos respectivos trabalhos (Lei 7.508, art. 5 e parágrafo único).

Art. 6 - Durante o período da campanha eleitoral (de 15 de agosto a 15 de novembro), é vedado aos órgãos da Administração Pública direta ou indireta, federais, estaduais ou municipais, realizar qualquer tipo de propaganda paga, que se possa caracterizar como de natureza eleitoral, no rádio, na televisão, na imprensa escrita ou por qualquer meio também vedado aos Partidos Políticos e candidatos.

Parágrafo único - Também é vedada, nesse período, a transmissão ou retransmissão, pelas emissoras de rádio ou televisão, de programas - inclusive com a presença ou participação de quaisquer pessoas ou autoridades - que impliquem, direta ou indiretamente, propaganda eleitoral (Res. 10.558, de 11.11.78, in BE 351/20).

Art. 7 - Não podem os responsáveis por programas de rádio e de televisão convidar, por conta própria, em fase de campanha eleitoral, candidatos a cargos eletivos para participarem desses programas.

Parágrafo único - A participação de candidatos em tais programas ou nos programas mencionados no artigo anterior, constitui forma ilícita de propaganda e pode caracterizar, em relação aos candidatos, infringência ao disposto no § 4 do art. 1 e no art. 9 destas Instruções (Res. 7.953, de 4.10.66 - BE 191/586).

S E Ç Ã O II
Da Propaganda em Geral

Art. 8 - Toda propaganda eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos Partidos ou coligações e por eles

paga, imputando-se-lhes solidariedade nos excessos praticados pelos seus candidatos e adeptos (Cód., art. 241).

§ 1 - Em cada Estado e Município serão registrados Comitês compostos de três a cinco membros, que aplicarão os recursos financeiros destinados a propaganda durante a campanha eleitoral (Lei 5.682, art. 93, ns. I e IX).

§ 2 - Em Municípios de mais de um milhão de habitantes, o disposto no parágrafo anterior aplicar-se-á a cada unidade administrativa (Lei 5.682, art. 22, § 1).

§ 3 - Os Comitês serão constituídos por partidários que não disputem qualquer cargo eletivo (Lei 5.682, art. 93, § 1).

§ 4 - Um dos membros do Comitê, obrigatoriamente, será registrado como tesoureiro.

§ 5 - Os Comitês estaduais são registrados no Tribunal Regional e os municipais, no Juízo Eleitoral da Zona, pelos Diretórios Regionais, Municipais, Comissão Diretora Regional Provisória ou Comissão Diretora Municipal Provisória.

§ 6 - Nos Municípios onde houver mais de uma Zona Eleitoral, o Tribunal Regional designará o Juiz competente para proceder ao registro dos Comitês.

Art. 9 - Nenhum candidato a cargo eletivo, sob pena de cassação do respectivo registro, poderá efetuar, individualmente, despesas de caráter eleitoral, inclusive com alistamento, arregimentação e propaganda, devendo processar todos os gastos através dos Partidos ou Comitês (Lei 5.682, art. 93, § 2).

Parágrafo único - Nos Municípios em que o partido não dispuser de Diretório, a propaganda será feita por Comitê designado pela Comissão Executiva Regional ou Comissão Diretora Regional Provisória.

Art. 10 - Nenhum Partido poderá despender, na propaganda partidária e na de seus candidatos, quantias superiores às que ele fixar, nem receber, dos seus filiados, contribuições e auxílios fora dos limites determinados nos Estatu-

tos (Lei 5.682, art. 89, I e II; Lei 6.043, art. 1).

§ 1 - Antes de iniciar a campanha partidária, o Partido deverá comunicar ao Tribunal Regional Eleitoral qual a importância máxima que despenderá em cada pleito e qual o limite máximo para contribuições ou donativos (Lei 5.682, art. 93, X).

§ 2 - Para cada pleito (Governador, Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual) o Partido deverá indicar o limite máximo de despesas, as quais serão feitas em igualdade de condições para todos os candidatos que disputem cargos da mesma categoria pelo mesmo Partido (Res. 7.886, art. 4, § 2).

§ 3 - Havendo coligação, as providências previstas nos parágrafos anteriores serão adotadas, em conjunto, pelos Partidos coligados.

Art. 11 - É vedado aos Partidos:

I - receber, direta ou indiretamente, contribuição ou auxílio pecuniário ou estimável em dinheiro, inclusive através de publicidade de qualquer espécie, procedente de pessoa ou entidade estrangeira;

II - receber recurso de autoridade ou órgão público, ressalvadas as dotações orçamentárias destinadas ao Fundo Partidário;

III - receber, direta ou indiretamente, auxílio ou contribuição, inclusive através de publicidade de qualquer espécie, de autarquias, empresas públicas ou concessionárias de serviço, sociedades de economia mista e fundações instituídas em virtude de lei e para cujos recursos concorram órgãos ou entidades governamentais;

IV - receber, direta ou indiretamente, sob qualquer forma ou pretexto, contribuição, auxílio ou recurso procedente de empresa privada, de finalidade lucrativa, entidade de classe ou sindical (Lei 5.682, art. 91, I a IV).

Art. 12 - São ilícitos os recursos financeiros de que trata o artigo anterior, assim como os auxílios e contri-

buições cuja origem não seja mencionada ou esclarecida (Lei 5.682, art. 92 - v. arts. 222 e 262, IV, do Código Eleitoral).

Art. 13 - A Justiça Eleitoral, através de todos os seus órgãos, fiscalizará o processo eleitoral, fazendo observar, entre outras, as seguintes normas (Lei 5.682, art. 93):

I - obrigatoridade de só receberem ou aplicarem recursos financeiros, em campanhas políticas, determinados dirigentes dos Partidos e Comitês legalmente constituídos e registrados para fins eleitorais;

II - caracterização da responsabilidade dos dirigentes de Partidos e Comitês, inclusive do tesoureiro, que responderão civil e criminalmente por quaisquer irregularidades;

III - escrituração contábil, com documentação que comprove a entrada e saída de dinheiro ou bens recebidos e aplicados;

IV - conservação, pelos Diretórios e Comitês, de documentação comprobatória de suas prestações de contas, por prazo não inferior a cinco anos;

V - obrigatoriedade de se depositar, no Banco do Brasil, Caixas Econômicas Federal e Estaduais, ou sociedades bancárias de economia mista, os fundos financeiros dos Partidos ou Comitês e, inexistindo esses estabelecimentos, no banco escolhido pela Comissão Executiva, à ordem conjunta de um membro do Comitê e de um tesoureiro;

VI - obrigatoriedade de prestação de contas pelos Comitês ao encerrar-se cada campanha eleitoral;

VII - organização de Comitês interpartidários de inspeção, bem como publicidade ampla de suas conclusões e relatórios sobre as investigações a que proceda;

VIII - obrigatoriedade de remessa das prestações de contas, de que trata o inciso VI, aos Comitês interpartidários de inspeção ou ainda às Comissões Parlamentares de In-

quérito que as solicitarem (Lei 5.682, art. 93, I a VIII).

Art. 14 - Os Comitês interpartidários de inspeção serão integrados por três membros de cada Partido, indicados ao Tribunal Regional Eleitoral ou ao Juiz Eleitoral, pelos Diretórios Regionais ou Municipais ou respectivas Comissões Provisórias.

§ 1 - No caso de coligações, cada Partido coligado indicará um membro.

§ 2 - As indicações serão feitas até trinta dias antes da eleição.

§ 3 - Se algum Partido não fizer a indicação, o Tribunal Regional Eleitoral ou o Juiz Eleitoral, até quinze dias antes da eleição, através dos registros de filiação partidária, designará os respectivos representantes, escolhendo-os entre os de melhor reputação.

§ 4 - Realizadas as eleições os Comitês deverão enviar suas prestações de contas, no prazo de trinta dias, ao Comitê interpartidário de inspeção, o qual, no mesmo prazo, deverá examiná-las e apresentar relatório ao Tribunal Regional ou ao Juiz Eleitoral para os fins do inciso VII do art. 13.

§ 5 - Caso os Comitês não cumpram as determinações contidas no parágrafo anterior, ficarão sujeitos, seus responsáveis, às penas do art. 347 do Código Eleitoral, passíveis os candidatos à cassação dos registros e perda dos diplomas, se já expedidos.

§ 6 - Qualquer candidato poderá examinar, na Justiça Eleitoral, o relatório do Comitê Interpartidário e as prestações de contas anexas, para os fins previstos no parágrafo único do art. 266 do Código Eleitoral.

Art. 15 - Não será tolerada propaganda:

I - de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou de preconceitos de raça ou de classes (Cód., art. 243, I);

II - que provoque animosidade entre as forças arma-

das ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis (Cód., art. 243, II);

III - de incitamento de atentado contra pessoa ou bens (Cód., art. 243, III);

IV - de instigação a desobediência coletiva ao cumprimento de lei de ordem pública (Cód., art. 243, IV);

V - que implique oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza (Cód., art. 243, V);

VI - que perturbe o sossego público, com algazarras ou abuso de instrumentos sonoros ou sinais acústicos (Cód., art. 243, VI);

VII - por meio de impressos ou de objetos que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda (Cód., art. 243, VII);

VIII - que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a outra qualquer restrição de direito (Cód., art. 243, VIII);

IX - que caluniar, difamar ou injuriar quaisquer pessoas, bem como órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública (Cód., art. 243, IX).

§ 1 - O ofendido, por injúria, difamação ou calúnia, sem prejuízo e independentemente da ação penal competente, poderá demandar, no Juízo Cível, a reparação do dano moral, respondendo por este o ofensor e, solidariamente, o Partido deste, quando responsável por ação ou omissão, e quem quer que, favorecido pelo crime, haja de qualquer modo contribuído para ele (Cód., art. 243, § 1; Lei 4.961, art. 49).

§ 2 - É assegurado o direito de resposta a quem for injuriado, difamado ou caluniado através da imprensa, rádio, televisão, ou alto-falante (Cód., art. 243, § 3; Lei 4.961, art. 49).

Art. 16 - É assegurado aos Partidos e coligações o direito de, independentemente de licença da autoridade públi-

ca e do pagamento de qualquer contribuição (Cód., art. 244):

I - fazer inscrever, na fachada de suas sedes e dependências, o nome que os designe, pela forma que melhor lhes parecer (Cód., art. 244, I).

II - instalar e fazer funcionar, normalmente, das quatorze às vinte e duas horas, nos três meses que antecederem às eleições, alto-falantes ou amplificadores de voz, nos locais referidos, assim como em veículos seus ou à sua disposição, em território nacional, com observância da legislação comum (Cód., art. 244, II).

Parágrafo único - Os meios de propaganda a que se refere o inciso II deste artigo não serão permitidos, a menos de quinhentos metros (Cód., art. 244, parágrafo único):

I - das sedes do Executivo dos Estados, Distrito Federal, Territórios e respectivas Prefeituras Municipais (Cód., art. 244, parágrafo único, I);

II - das Câmaras Legislativas Estaduais e Municipais (Cód., art. 244, parágrafo único, II);

III - dos Tribunais Judiciais (Cód., art. 244, parágrafo único, III);

IV - dos hospitais e casas de saúde (Cód., art. 244, parágrafo único, IV);

V - das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento (Cód., art. 244, parágrafo único, V);

VI - dos quartéis e outros estabelecimentos militares (Cód., art. 244, parágrafo único, VI).

Art. 17 - A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto, não depende de licença da polícia (Cód., art. 245).

§ 1 - Quando o ato de propaganda tiver de realizar-se em lugar designado para a celebração de comício, na forma do disposto no art. 3 da Lei 1.207, de 25 de outubro de 1950, deverá ser feita comunicação à autoridade policial, pelo me-

nos vinte e quatro horas antes de sua realização (Cód., art. 245, § 1).

§ 2 - Não havendo local anteriormente fixado para a celebração de comício, ou sendo impossível ou difícil nele realizar-se o ato de propaganda eleitoral, ou havendo pedido para designação de outro local, a comunicação a que se refere o parágrafo anterior será feita, no mínimo, com antecedência de setenta e duas horas, devendo a autoridade policial, em qualquer desses casos, nas vinte e quatro horas seguintes, designar local amplo e de fácil acesso, de modo que não impossibilite ou frustre a reunião (Cód., art. 245, § 2).

§ 3 - Aos Tribunais Regionais Eleitorais nas Capitais, e aos Juízes Eleitorais nas demais localidades, compete decidir reclamações sobre a localização dos comícios e providências sobre a distribuição equitativa dos locais aos Partidos (Cód., art. 245, § 3).

Art. 18 - A propaganda mediante cartazes só se permitirá quando afixados em quadros ou painéis destinados exclusivamente a esse fim e em locais indicados pelas Prefeituras para utilização de todos os Partidos em igualdade de condições (Cód., art. 246).

Art. 19 - É proibida a propaganda:

I - por meio de anúncios luminosos, faixas fixas, cartazes colocados em pontos não especialmente designados e inscrições nos leitos das vias públicas, inclusive rodovias (Cód., art. 247):

II - por meio de cartazes afixados em quadros ou painéis de empresas de publicidade ou em recintos a que o público tenha acesso, como cinemas, teatros, clubes, lojas, restaurantes, bares, mercados, exposições, estações rodoviárias, ferroviárias, do metrô e aeroportos;

III - por meio de faixas ou cartazes instalados em ginásios e estádios desportivos, de propriedade particular ou pública, ou por meio de faixas e cartazes portáteis levados,

mesmo voluntária e gratuitamente, por seus frequentadores, a tais ginásios e estádios (Cód., arts. 246 e 247);

IV - por meio de circuito fechado de som ou de imagem em recintos a que o público tenha acesso, como cinemas, teatros, clubes, lojas, exposições e semelhantes (Cód., art. 244, II).

Art. 20 - A Justiça Eleitoral, através dos Tribunais Regionais nas Capitais e dos Juízes Eleitorais nas demais localidades, tomará as providências que se fizerem necessárias para impedir a realização de propaganda que contrarie o disposto nos arts. 18 e 19, inclusive determinando a promoção da responsabilidade, assim dos autores diretos, como das autoridades que se abstenham de providências no sentido de coibir a infração.

CAPÍTULO II
Da Propaganda através da Radiodifusão

Art. 21 - A propaganda eleitoral no rádio e na televisão circunscrever-se-á, única e exclusivamente, ao horário gratuito disciplinado nestas Instruções, com a expressa proibição de qualquer propaganda paga (Lei 7.508, art. 3).

Art. 22 - Os programas de propaganda partidária ou eleitoral gratuitos deverão ser gravados.

§ 1 - As gravações deverão ser conservadas pelo prazo de vinte dias pelas emissoras de até um kw e pelo prazo de trinta dias pelas demais (DL 236, art. 71, § 3).

§ 2 - A fita magnética será fornecida às emissoras pelo Partido ou coligação responsável pelo horário, e devolvida após o término do prazo mencionado no parágrafo anterior.

§ 3 - Durante os períodos mencionados no § 1, as

gravações ficarão no arquivo da emissora, mas à disposição da autoridade eleitoral competente, para servir como prova dos abusos ou crimes porventura cometidos.

Art. 23 - As reclamações ou representações contra o não cumprimento das disposições contidas em lei ou nestas Instruções, por parte das emissoras ou dos Partidos, seus representantes ou candidatos, deverão ser dirigidas aos Tribunais Regionais Eleitorais nas Capitais e aos Juízes Eleitorais nas demais localidades.

§ 1 - Se a reclamação ou representação for de Partido ou coligação contra emissora ou autoridade pública que esteja impedindo o exercício de propaganda assegurada por lei ou permitindo o exercício da propaganda proibida, o órgão competente da Justiça Eleitoral decidirá imediatamente, a fim de que, no máximo de vinte e quatro horas da data da reclamação ou representação, lhe seja assegurado acesso ao rádio ou à televisão, para iniciar ou prosseguir na propaganda partidária, ou para que seja imediatamente suspensa, sem prejuízo das sanções que possam ser aplicadas à emissora ou autoridade responsável.

§ 2 - O disposto no parágrafo anterior não exclui o uso de habeas corpus ou mandado de segurança, quando cabíveis.

§ 3 - No caso de o Juiz Eleitoral indeferir a reclamação ou representação ou retardar a solução, poderá o interessado renová-la perante o Tribunal Regional, que resolverá dentro de vinte e quatro horas.

§ 4 - O interessado, quando não for atendido ou ocorrer demora, poderá levar o fato ao conhecimento do Tribunal Superior Eleitoral, a fim de que sejam adotadas as providências necessárias.

Art. 24 - A Justiça Eleitoral poderá notificar os responsáveis por qualquer emissora de rádio ou de televisão,

sob as penas do art. 347 do Código Eleitoral, para que cessem e desmintam imediatamente transmissão que constitua infração à legislação eleitoral.

Art. 25 - No caso de abuso ou crime eleitoral praticado na propaganda através da radiodifusão, a emissora, ao ter conhecimento da denúncia, através da Justiça Eleitoral ou de cópia que receber, sob recibo, do denunciante, conservará a gravação a que se refere o art. 22 à disposição da Justiça Eleitoral, até a decisão final do processo.

Art. 26 - Nenhuma estação de radiodifusão de propriedade da União, dos Estados, Territórios, Municípios e de qualquer outra entidade de direito público, ou nas quais possuam eles maioria de cotas ou ações, bem ainda nenhum serviço de alto-falantes mantido pelas mesmas pessoas, poderão ser utilizados para fazer propaganda política ou difundir opiniões favoráveis ou contrárias a qualquer Partido, seus órgãos, representantes ou candidatos, ressalvada, quanto às estações de radiodifusão, a propaganda gratuita de que trata o artigo 27 (Lei 4.117, art. 47).

Art. 27 - Nas eleições gerais de âmbito estadual (Governador, Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual), as estações de radiodifusão e de televisão, de qualquer potência, inclusive as de propriedade da União, Estados, Territórios, ou Municípios, reservarão, nos sessenta dias anteriores à antevéspera do pleito, duas horas diárias para a propaganda eleitoral gratuita, respeitadas as seguintes normas:

I - as emissoras de rádio transmitirão, em rede, das 14 às 15 horas e das 20 às 21 horas; as emissoras de televisão transmitirão, também em rede, das 8 às 9 horas e das 20,30 às 21,30 horas;

II - O Tribunal Regional Eleitoral, em cada Estado, distribuirá os horários reservados entre os partidos políticos que tenham candidatos registrados na Circunscrição às eleições majoritárias, às eleições proporcionais, ou a ambas,

nos termos previstos no inciso VIII deste artigo, observados os seguintes critérios:

a) 50 (cinquenta) minutos serão distribuídos na proporção do número de representantes de cada partido, no Congresso Nacional;

b) 40 (quarenta) minutos serão distribuídos igualmente entre todos os partidos políticos com representação no Congresso Nacional e que tenham candidatos nos termos previstos no inciso VIII deste artigo, observando-se o limite máximo de 5 (cinco) minutos para cada um;

c) 30 (trinta) minutos serão distribuídos entre os partidos políticos na proporção do número de seus representantes na Assembléia Legislativa;

d) havendo sobra de tempo na aplicação do critério da alínea b deste artigo, essa será acrescida ao tempo previsto na alínea a;

e) no Distrito Federal, o horário será distribuído observando-se os seguintes critérios:

1 - 80 (oitenta) minutos serão distribuídos na proporção do número de representantes de cada partido no Congresso Nacional;

2 - 40 (quarenta) minutos serão distribuídos igualmente entre todos os partidos políticos com representação no Congresso Nacional e que tenham candidatos nos termos previstos no inciso VIII deste artigo, observando-se o limite máximo de 5 (cinco) minutos para cada um;

3 - havendo sobra de tempo na aplicação do critério do número 2 desta alínea, essa será acrescida ao tempo previsto no número 1;

III - cada partido deverá utilizar pelo menos a metade de seu tempo para a propaganda de candidatos à Assembléia Nacional Constituinte;

IV - compete aos partidos, por meio de comissão especialmente designada para esse fim, distribuir, entre os

candidatos registrados, os horários que lhes couberem;

V - desde que haja concordância entre todos os partidos interessados, em cada parte do horário gratuito poderá ser adotado critério de distribuição diferente do fixado pelo Tribunal Regional Eleitoral, desde que por ele homologado;

VI - as emissoras de rádio e televisão ficam obrigadas a divulgar, gratuitamente, comunicados ou instruções da Justiça Eleitoral, até o máximo de 15 (quinze) minutos diários, consecutivos ou não, nos 30 (trinta) dias anteriores ao pleito;

VII - fica facultada a transmissão, pelo rádio e pela televisão, de debates entre os candidatos registrados pelos partidos políticos e coligações, desde que todos sejam convidados;

VIII - dos horários gratuitos de propaganda eleitoral, nas rádios e televisões, somente participarão os partidos políticos ou coligações partidárias que tenham candidatos às eleições majoritárias ou às proporcionais, devendo ter preenchido, por estas últimas, pelo menos 1/3 (um terço) das cadeiras em disputa para a Câmara dos Deputados e Assembléias Legislativas (Lei 7.508, art. 1).

Art. 28 - Da propaganda eleitoral gratuita participarão, apenas, candidatos registrados e representantes de partidos cujos nomes sejam comunicados às emissoras pelas comissões a que alude o inciso IV do artigo anterior (Lei 7.508, art. 2).

§ 1 - Para efeito deste artigo os Partidos devem comunicar ao Tribunal Regional Eleitoral a composição da comissão, que deverá ter o mínimo de três membros escolhidos pela Comissão Executiva Regional ou pela Comissão Diretora Regional Provisória.

§ 2 - Não depende de censura prévia a propaganda partidária ou eleitoral feita através do rádio ou da televisão, respondendo cada um pelos excessos cometidos, com a apuração da responsabilidade solidária do respectivo partido (Lei 7.508, art. 2, parágrafo único).

Art. 29 - A propaganda gratuita será realizada sob a fiscalização direta e permanente da Justiça Eleitoral.

Parágrafo único - Os horários atribuídos a um Partido num dia serão atribuídos a outro no dia seguinte, em sistema de rodízio.

Art. 30 - No período destinado à propaganda eleitoral gratuita não prevalecerão quaisquer contratos ou ajustes firmados pelas empresas que possam burlar ou tornar inexequível qualquer dispositivo da Legislação Eleitoral ou destas Instruções (Cód., art. 251).

C A P Í T U L O III

Disposições Penais

Art. 31 - Todo o cidadão que tiver conhecimento de infração penal cometida na propaganda eleitoral deverá comunicá-la ao Juiz Eleitoral da zona onde a mesma se verificar (Cód., art. 356).

Parágrafo único - Se a infração eleitoral foi cometida através da radiodifusão, pela emissora ou com sua conivência, o Juiz Eleitoral, independentemente da ação penal comunicará o fato ao Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL).

Art. 32 - São crimes eleitorais, entre outros, os enumerados nos artigos 37 e seguintes, com referência à matéria que é objeto destas Instruções.

Art. 33 - Quando não indicado o grau mínimo da pena, entende-se que ele será de quinze dias para detenção e de um ano para reclusão (Cód., art. 284).

Art. 34 - Quando determinada a agravação ou atenuação da pena, sem a indicação do quantum, deve o juiz fixá-lo entre um quinto e um terço, guardados os limites da pena cominada ao crime (Cód., art. 285).

Art. 35 - A pena de multa consiste no pagamento ao Tesouro Nacional de uma soma de dinheiro, que é fixada em dias-multa. Seu montante é, no mínimo 1 (um) dia-multa e, no máximo, 300 (trezentos) dias-multa (Cód., art. 286).

§ 1 - O montante do dia-multa é fixado segundo o prudente arbítrio do juiz, devendo este ter em conta as condições pessoais e econômicas do condenado, mas não pode ser inferior ao valor de referência diário da região, nem superior ao valor de referência mensal (Cód., art. 286, § 1; Lei 6.205).

§ 2 - A multa pode ser aumentada até o triplo, embora não possa exceder o máximo genérico (caput), se o juiz considerar que, em virtude da situação econômica do condenado, é ineficaz a cominada, ainda que no máximo, ao crime de que se trate (Cód., art. 286, § 2).

Art. 36 - Nos crimes eleitorais cometidos por meio da imprensa, do rádio ou da televisão, aplicam-se exclusivamente as normas do Código Eleitoral e as remissões a outra lei nele contempladas (Cód., art. 288).

Art. 37 - Dar, oferecer, prometer, solicitar ou receber, para si ou para outrem, dinheiro, dádiva ou qualquer outra vantagem, para obter ou dar voto e para conseguir ou prometer abstenção, ainda que a oferta não seja aceita:

Pena - reclusão até quatro anos e pagamento de cinco a quinze dias-multa (Cód., art. 299).

Art. 38 - Valer-se o servidor público de sua autoridade para coagir alguém a votar ou não votar em determinado candidato ou partido:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de sessenta a cem dias-multa (Cód., art. 300).

Parágrafo único - Se o agente é membro ou funcionário da Justiça Eleitoral e comete o crime prevalecendo-se do cargo, a pena é agravada (Cód., art. 300, parágrafo único).

Art. 39 - Usar de violência ou grave ameaça para coagir alguém a votar, ou não votar, em determinado candidato ou Partido, ainda que os fins visados não sejam conseguidos:

Pena - reclusão até quatro anos e pagamento de cinco a quinze dias-multa (Cód., art. 301).

Art. 40 - Promover, no dia da eleição, com o fim de impedir, embaraçar ou fraudar o exercício do voto, a concentração de eleitores, sob qualquer forma, inclusive o fornecimento gratuito de alimento e transporte coletivo:

Pena - reclusão de quatro a seis anos e pagamento de duzentos a trezentos dias-multa (Cód., art. 302, com a redação dada pelo DL 1.064).

Art. 41 - Majorar os preços de utilidades e serviços necessários à realização de eleições, tais como transporte e alimentação de eleitores, impressão, publicidade e divulgação de matéria eleitoral:

Pena - pagamento de duzentos e cinquenta a trezentos dias-multa (Cód., art. 303).

Art. 42 - Ocultar, sonegar, açambarcar ou recusar, no dia da eleição, o fornecimento, normalmente a todos, de utilidades, alimentação e meio de transporte, ou conceder exclusividade dos mesmos a determinado Partido ou candidato:

Pena - pagamento de duzentos e cinquenta a trezentos dias-multa (Cód., art. 304).

Art. 43 - Fazer propaganda eleitoral por meio de alto-falantes instalados nas sedes partidárias, em qualquer outra dependência do Partido, ou em veículos, fora do período autorizado, ou, nesse período, em horários não permitidos:

Pena - detenção até um mês ou pagamento de sessenta a noventa dias-multa.

Parágrafo único - Incorrerão na multa além do agente, o diretor ou membro do Partido responsável pela transmissão e o condutor do veículo (Cód., art. 322).

Art. 44 - Divulgar, na propaganda, fatos que sabe inverídicos em relação a Partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência perante o eleitorado:

Pena - detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de cento e vinte a cento e cinquenta dias-multa.

Parágrafo único - A pena é agravada se o crime é cometido pela imprensa, rádio ou televisão (Cód., art. 323).

Art. 45 - Caluniar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando a fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime:

Pena - detenção de seis meses a dois anos e pagamento de dez a quarenta dias-multa.

§ 1 - Nas mesmas penas incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou divulga.

§ 2 - A prova da verdade do fato imputado exclui o crime, mas não é admitida:

I - se, constituindo o fato imputado crime de ação privada, o ofendido não foi condenado por sentença irrecorrível;

II - se o fato é imputado ao Presidente da República ou Chefe de Governo estrangeiro;

III - se do crime imputado, embora de ação pública, o ofendido foi absolvido por sentença transitada em julgado (Cód., art. 324).

Art. 46 - Difamar alguém na propaganda eleitoral ou visando a fins de propaganda, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação:

Pena - detenção de três meses a um ano e pagamento de cinco a trinta dias-multa.

Parágrafo único - A exceção da verdade somente se admite se o ofendido é funcionário público e a ofensa é relativa ao exercício de suas funções (Cód., art. 325).

Art. 47 - Injuriar alguém, na propaganda eleitoral ou visando a fins de propaganda, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro:

Pena - detenção até seis meses, ou pagamento de trinta a sessenta dias-multa.

§ 1 - O Juiz pode deixar de aplicar a pena:

I - se o ofendido, de forma reprovável, provocou diretamente a injúria;

II - no caso de retorsão imediata, que consista em outra injúria.

§ 2 - Se a injúria consiste em violência ou vias de fato que, por sua natureza ou meio empregado, se considerem aviltantes:

Pena - detenção de três meses a um ano e pagamento de cinco a vinte dias-multa, além das penas correspondentes à violência prevista no Código Eleitoral (Cód., art. 326).

Art. 48 - As penas cominadas nos arts. 45, 46 e 47 aumentam-se de um terço se qualquer dos crimes é cometido:

I - contra o Presidente da República ou Chefe de Governo estrangeiro;

II - contra funcionário público em razão de suas funções;

III - na presença de várias pessoas ou por meio que facilite a divulgação da ofensa (Cód., art. 327).

Art. 49 - Escrever, assinalar ou fazer pinturas em muros, fachadas ou qualquer logradouro público, para fins de propaganda eleitoral, empregando qualquer tipo de tinta, piche, cal ou produto semelhante:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de quarenta a noventa dias-multa.

Parágrafo único - Se a inscrição se fizer em qualquer monumento, ou em coisa tombada pela autoridade competente em virtude de seu valor artístico, arqueológico ou histórico:

Pena - detenção de seis meses a dois anos e pagamento de quarenta a noventa dias-multa (Cód., art. 328).

Art. 50 - Colocar cartazes, para fins de propaganda eleitoral, em muros, fachadas ou qualquer logradouro público:

Pena - detenção até dois meses e pagamento de trinta a sessenta dias-multa.

Parágrafo único - Se o cartaz for colocado em qualquer monumento, ou coisa tombada pela autoridade competente em virtude de seu valor artístico, arqueológico ou histórico:

Pena - detenção de seis meses a dois anos e pagamento de trinta a sessenta dias-multa (Cód., art. 329).

Art. 51 - Nos casos dos arts. 49 e 50, se o agente repara o dano antes da sentença final, o juiz pode reduzir a pena (Cód., art. 330).

Art. 52 - Inutilizar, alterar ou perturbar meio de propaganda devidamente empregado:

Pena - detenção até seis meses ou pagamento de noventa a cento e vinte dias-multa (Cód., art. 331).

Art. 53 - Impedir o exercício da propaganda:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de trinta a sessenta dias-multa (Cód., art. 332).

Art. 54 - Colocar faixas em logradouros públicos:

Pena - detenção até dois meses ou pagamento de trinta a sessenta dias-multa (Cód., art. 333).

Art. 55 - Utilizar organização comercial de vendas, distribuição de mercadorias, prêmios e sorteios para propaganda ou aliciamento de eleitores.

Pena - detenção de seis meses a um ano e cassação do registro se o responsável for candidato (Cód., art. 334).

Art. 56 - Fazer propaganda, qualquer que seja a sua forma, em língua estrangeira:

Pena - detenção de três a seis meses e pagamento de trinta a sessenta dias-multa.

Parágrafo único - Além da pena cominada, a infração ao presente artigo importa na apreensão e perda do material utilizado na propaganda (Cód., art. 335).

Art. 57 - Na sentença que julgar ação penal pela infração de qualquer dos artigos 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 52, 53, 54, 55 e 56 deve o juiz verificar, de acordo com o seu livre convencimento, se o Diretório local do Partido, por qualquer dos seus membros, concorreu para a prática do delito ou dela se beneficiou conscientemente.

Parágrafo único - Nesse caso, imporá o Juiz ao Diretório responsável pena de suspensão de sua atividade eleitoral por prazo de seis a doze meses, agravada até o dobro nas reincidências (Cód., art. 336).

Art. 58 - Participar o estrangeiro ou brasileiro que não estiver no gozo dos seus direitos políticos, de atividades partidárias, inclusive comícios e atos de propaganda em recintos fechados ou abertos:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de noventa a cento e vinte dias-multa.

Parágrafo único - Na mesma pena incorrerá o responsável pelas emissoras de rádio ou de televisão que autorizar transmissões de que participem os mencionados neste artigo, bem como o diretor de jornal que lhes divulgar os pronunciamentos (Cód., art. 337).

Art. 59 - Não assegurar o funcionário postal a prioridade prevista no art. 76:

Pena - pagamento de trinta a sessenta dias-multa (Cód., art. 338).

Art. 60 - Fabricar, mandar fabricar, adquirir, fornecer, ainda que gratuitamente, subtrair ou guardar urnas, objetos, mapas, cédulas ou papéis de uso exclusivo da Justiça Eleitoral:

Pena - reclusão até três anos e pagamento de três a quinze dias-multa.

Parágrafo único - Se o agente é membro ou funcionário da Justiça Eleitoral e comete o crime prevalecendo-se do cargo a pena é agravada (Cód., art. 340).

Art. 61 - Retardar a publicação ou não publicar, o diretor ou qualquer outro funcionário de órgão oficial federal, estadual ou municipal, as decisões, citações ou intimações da Justiça Eleitoral:

Pena - detenção até um mês ou pagamento de trinta a sessenta dias-multa (Cód., art. 341).

Art. 62 - Não cumprir a autoridade judiciária, ou qualquer funcionário de órgãos da Justiça Eleitoral, nos prazos legais, os deveres impostos pelo Código Eleitoral se a infração não estiver sujeita a outra penalidade:

Pena - pagamento de trinta a noventa dias-multa (Cód., art. 345; Lei n. 4.961, art. 56).

Art. 63 - Violar o disposto no art. 75:

Pena - detenção até seis meses e pagamento de trinta a sessenta dias-multa.

Parágrafo único - Incorrerão na pena além da autoridade responsável, os servidores que prestarem serviços e os candidatos membros ou diretores de Partido que derem causa à infração (Cód., art. 346).

Art. 64 - Recusar alguém cumprimento ou obediência a diligências ordens ou instruções da Justiça Eleitoral ou opor embaraços à sua execução:

Pena - detenção de três meses a um ano e pagamento de dez a vinte dias-multa (Cód., art. 347).

Art. 65 - Falsificar, no todo ou em parte, documento público, ou alterar documento público verdadeiro para fins eleitorais:

Pena - reclusão de dois a seis anos e pagamento de quinze a trinta dias-multa.

§ 1 - Se o agente é funcionário público e comete o crime prevalecendo-se do cargo, a pena é agravada.

§ 2 - Para os efeitos penais equipara-se a documento público o emanado de entidade paraestatal, inclusive fundação do Estado (Cód., art. 348).

Art. 66 - Falsificar, no todo ou em parte, documento particular ou alterar documento particular verdadeiro, para fins eleitorais:

Pena - reclusão até cinco anos e pagamento de três a dez dias-multa (Cód., art. 349).

Art. 67 - Omitir, em documento público ou particular, declaração que dele devia constar ou nele inserir ou fazer inserir declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, para fins eleitorais:

Pena - reclusão até cinco anos e pagamento de cinco a quinze dias-multa, se o documento é público, e reclusão até três anos e pagamento de três a dez dias-multa, se o documento é particular.

Parágrafo único - Se o agente da falsidade documental é funcionário público e comete o crime prevalecendo-se do cargo, ou se a falsificação ou alteração é de assentamento de registro civil, a pena é agravada (Cód., art. 350).

Art. 68 - Equipara-se a documento (arts. 65, 66 e 67), para os efeitos penais, a fotografia, o filme cinematográfico, o disco fonográfico ou fita magnética a que se incorpore declaração ou imagem destinada à prova de fato juridicamente relevante (Cód., art. 351).

Art. 69 - Reconhecer como verdadeira, no exercício da função pública, firma ou letra que o não seja, para fins eleitorais:

Pena - reclusão até cinco anos e pagamento de cinco a quinze dias-multa, se o documento é público, e reclusão até três anos e pagamento de três a dez dias-multa, se o documento é particular (Cód., art. 352).

Art. 70 - Fazer uso de qualquer dos documentos falsificados ou alterados a que se referem os arts. 65 a 69:

Pena - a cominada à falsificação ou à alteração (Cód., art. 353).

Art. 71 - Obter, para uso próprio ou de outrem, documento público ou particular, material ou ideologicamente falso, para fins eleitorais:

Pena - a cominada à falsificação ou à alteração (Cód., art. 354).

C A P I T U L O IV

Disposições Gerais

Art. 72 - Ninguém poderá impedir a propaganda eleitoral, nem inutilizar, alterar ou perturbar os meios lícitos nela empregados; nem realizar propaganda eleitoral vedada por lei ou por estas Instruções (Cód., art. 248).

Parágrafo único - Nas reclamações ou representações contra os que infringirem o disposto no presente artigo será aplicado, no que couber, o disposto no art. 23.

Art. 73 - O direito de propaganda não importa restrição ao poder de polícia quando este deva ser exercido em benefício da ordem pública (Cód., art. 249).

Parágrafo único - O poder de polícia a que se refere o presente artigo deve ser exercido exclusivamente por magistrados designados pelo Tribunal Regional Eleitoral do respectivo Estado, sem prejuízo do direito de representação do Ministério Público e dos interessados no pleito.

Art. 74 - As autoridades administrativas federais, estaduais e municipais proporcionarão aos Partidos, em igualdade de condições, as facilidades permitidas para a respectiva propaganda (Cód., art. 256).

Art. 75 - O serviço de qualquer repartição, federal, estadual ou municipal, autarquia, fundação do estado, sociedade de economia mista, entidade mantida ou subvencionada pelo poder público, ou que realize contrato com este, inclusive o respectivo prédio e suas dependências, não poderá ser utilizado para beneficiar Partido ou organização de caráter político (Cód., art. 377).

Parágrafo único - O disposto neste artigo será tornado efetivo, a qualquer tempo, pelo órgão competente da Justiça Eleitoral, conforme o âmbito nacional, regional ou municipal do órgão infrator, mediante representação fundamentada de autoridade pública, representante partidário ou de qualquer eleitor (Cód., art. 377, parágrafo único).

Art. 76 - Aos Partidos Políticos é assegurada a prioridade postal durante os sessenta dias anteriores à realização das eleições para a remessa de material de propaganda de seus candidatos (Cód., art. 239).

Art. 77 - Os recursos e reclammações sobre a matéria disciplinada nestas Instruções são considerados de natureza urgente, devendo seu julgamento preterir aos demais.

Art. 78 - Em caso de necessidade, os Tribunais Regionais Eleitorais, sem prejuízo das providências de sua alçada, solicitarão ao Tribunal Superior Eleitoral a Força Federal necessária para o cumprimento da lei e destas Instruções.

Art. 79 - Em bens particulares, fica livre a fixação de propaganda eleitoral pelo detentor de sua posse (Lei 7.508, art. 8).

Art. 80 - Estas Instruções entrarão em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

SALA DAS SESSOES DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL.
Brasília, 8 de agosto de 1986.

JOSE NERI DA SILVEIRA, Presidente, ALDIR PASSARINHO, Relator, OSCAR CORREA, CARLOS MARIO VELLOSO, WILLIAM PATTERSON, JOSE GUILHERME VILLELA, SERGIO DUTRA, VALIM TEIXEIRA, Procurador-Geral Eleitoral, Substituto.

A N E X O III

LEI Nº 7.508 DE 04/07/86 - TSE

LEI Nº 7.508 , de 04 de julho de 1 986.

Institui normas para a propaganda eleitoral e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - A propaganda eleitoral, no rádio e na televisão, para as eleições de 15 de novembro de 1986, restringir-se-á, unicamente, ao horário gratuito disciplinado pela Justiça Eleitoral, obedecidas as seguintes normas:

I - todas as emissoras do País reservarão, nos 60 (sessenta) dias anteriores à antevéspera das eleições, 2 (duas) horas diárias para a propaganda, sendo 1 (uma) hora à noite, entre 20 (vinte) e 23 (vinte e três) horas;

II - a Justiça Eleitoral distribuirá os horários reservados entre os partidos políticos que tenham candidatos registrados na Circunscrição às eleições majoritárias, às eleições proporcionais, ou a ambas, nos termos previstos no inciso VIII deste artigo, observados os seguintes critérios:

a) 50 (cinqüenta) minutos serão distribuídos na proporção do número de representantes de cada partido no Congresso Nacional;

b) 40 (quarenta) minutos serão distribuídos igualmente entre todos os partidos políticos com representação no Congresso Nacional e que tenham candidatos nos termos previstos no inciso VIII deste artigo, observando-se o limite máximo de 5 (cinco) minutos para cada um;

c) 30 (trinta) minutos serão distribuídos entre os partidos políticos na proporção do número de seus representantes na Assembléia Legislativa;

d) havendo sobra de tempo na aplicação do critério da alínea b deste inciso, essa será acrescida ao tempo previsto na alínea a;

DO de 7.7.86, págs. 9.945/6

e) no Distrito Federal, o horário será distribuído observando-se os seguintes critérios:

1 - 80 (oitenta) minutos serão distribuídos na proporção do número de representantes de cada partido no Congresso Nacional;

2 - 40 (quarenta) minutos serão distribuídos igualmente entre todos os partidos políticos com representação no Congresso Nacional e que tenham candidatos nos termos previstos no inciso VIII deste artigo, observando-se o limite máximo de 5 (cinco) minutos para cada um;

3 - havendo sobra de tempo na aplicação do critério do número 2 desta alínea, essa será acrescida ao tempo previsto no número 1;

III - cada partido deverá utilizar pelo menos a metade de seu tempo para a propaganda de candidatos à Assembléia Nacional Constituinte;

IV - compete aos partidos, por meio de comissão especialmente designada para esse fim, distribuir, entre os candidatos registrados, os horários que lhes couberem;

V - desde que haja concordância entre todos os partidos interessados, em cada parte do horário gratuito poderá ser adotado critério de distribuição diferente do fixado pela Justiça Eleitoral, à qual caberá homologar;

VI - as emissoras de rádio e televisão ficam obrigadas a divulgar, gratuitamente, comunicados ou instruções da Justiça Eleitoral, até o máximo de 15 (quinze) minutos diários, consecutivos ou não, nos 30 (trinta) dias anteriores ao pleito;

VII - fica facultada a transmissão, pelo rádio e pela televisão, de debates entre os candidatos registrados pelos partidos políticos e coligações;

VIII - dos horários gratuitos de propaganda eleitoral, nas rádios e televisões, somente participarão os partidos políticos ou coligações partidárias que tenham candidatos às eleições majoritárias

ou às proporcionais, devendo ter preenchido, para estas últimas, pelo menos 1/3 (um terço) das cadeiras em disputa para a Câmara dos Deputados e Assembléias Legislativas.

Art. 29 - Da propaganda eleitoral gratuita participarão, apenas, candidatos registrados e representantes de partidos cujos nomes sejam comunicados às emissoras pelas comissões a que alude o inciso IV do art. 19 desta Lei.

Parágrafo único - Não depende de censura prévia a propaganda partidária ou eleitoral feita através do rádio ou da televisão, respondendo cada um pelos excessos cometidos, com a apuração da responsabilidade solidária do respectivo partido.

Art. 39 - A propaganda eleitoral, no rádio e na televisão, restringir-se-á única e exclusivamente ao horário gratuito previsto nesta Lei e disciplinado pela Justiça Eleitoral, com expressa proibição de qualquer propaganda paga.

Parágrafo único - Será permitida apenas a divulgação paga, pela imprensa escrita, do curriculum vitae de candidato e do número do seu registro na Justiça Eleitoral, bem como do partido a que pertence.

Art. 49 - (VETADO).

Parágrafo único - (VETADO).

Art. 59 - Nos 21 (vinte e um) dias anteriores ao pleito, fica proibida a divulgação, por qualquer forma, de resultado de prévias, pesquisas ou testes pré-eleitorais.

Parágrafo único - As entidades ou empresas que realizarem prévias, pesquisas ou testes pré-eleitorais, no prazo permitido neste artigo, ficam obrigadas a colocar à disposição de todos os partidos, com candidatos registrados para o pleito; os resultados obtidos e publicados, bem como informações sobre os métodos utilizados e as fon

tes financiadoras dos respectivos trabalhos.

Art. 6º - (VETADO).

Art. 7º - O Poder Executivo, a seu critério, editará normas regulamentando o modo e a forma de ressarcimento fiscal às emissoras de rádio e de televisão, pelos espaços dedicados ao horário da propaganda eleitoral gratuita, (VETADO).

Art. 8º - Em bens particulares, fica livre a fixação de propaganda eleitoral pelo detentor de sua posse.

Art. 9º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 10 - Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, em 04 de julho de 1 986; 165º da Independência e 98º da República.

JOSÉ SARNEY
Paulo Brossard

MENSAGEM Nº 317

EXCELENTÍSSIMOS SENHORES MEMBROS DO CONGRESSO NACIONAL

Tenho a honra de comunicar a Vossas Excelências que, nos termos dos artigos 59, parágrafo 1º, e 81, item IV, da Constituição Federal, resolvi vetar parcialmente o Projeto de Lei nº 6.629, de 1984 (nº 7, de 1986, no Senado), que "institui normas para a propaganda eleitoral e dá outras providências".

Incide o veto sobre os artigos 4º e 6º e a expressão "que serão utilizados como despesa operacional" constante do artigo 7º.

1) A regra inserta no artigo 4º, sem estabelecer contornos definidos para as restrições nele impostas, ficará como ameaça constante sobre as emissoras. Isso porque não haveria meio de cumprir os deveres destas de informarem, mediante os noticiários, sem ficarem sujeitas à pecha de favorecimento por noticiarem atividades de homens públicos que se hajam candidatado a qualquer cargo eletivo. O artigo 4º não especifica o que seja favorecimento a candidato ou partido. Não pode equivaler a uma vedação generalizada de que apareça qualquer um deles no vídeo, mesmo por acaso. Por isso, pelo sentido vago e genérico do dispositivo, sua adoção equivaleria até a uma constrição da liberdade de prestar informação (art. 153, § 8º da Constituição Federal), confundindo-se com as medidas pouco liberais que tanto se procura expungir da legislação.

2) O dispositivo (art.6º) não alcança a quase totalidade das emissoras, praticamente sem acesso ao meio de transmissão nele vedado. Entretanto, mostra-se esta norma incompatível com o interesse público, por se tratar de proibição generalizada, em conseqüência da qual, em Estados como Pará, Acre e Amazonas,

---

DO de 7.7.86, pág. 9.950