

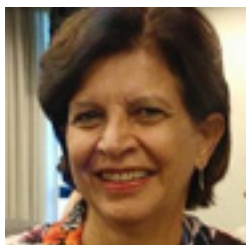


CARTILHA DA CANDIDATA

— 2016 —



Comissão de Formação Política do Secretariado Nacional do PSDB Mulher



Eliana Piola
Autora

Colaboradoras:

Sandra Quezado
Kátia Maciel
Adriana Vilela Toledo
Tânia Ribeiro

Permitida a divulgação dos textos deste manual, desde que citadas autoras e fontes.

UM APOIO PARA A VITÓRIA

O Secretariado Nacional da Mulher/PSDB e a direção nacional do Instituto Teotônio Vilela (ITV) se irmanaram para editar e distribuir este “Manual da Candidata”, mais um instrumento para qualificarmos nossas militantes e pré-candidatas que enfrentarão as urnas no próximo dia 2 de outubro.

Como dizia Franco Montoro, a política começa na porta de nossas casas, no lugar em que vivemos, sintetizada em uma frase de sua autoria: “Ninguém vive na União ou no Estado. As pessoas vivem no Município”.

Por isso a importância da participação da mulher nas eleições municipais. Ela, mais do que ninguém, enfrenta os problemas do trânsito, o ônibus e metrô lotados, as calçadas quebradas, a falta de saneamento básico, a falta de creches, a jornada dupla, a violência, a discriminação, enfim, as mazelas vividas pela maioria da população brasileira.

A atual crise econômica, social e política do Brasil é mais um estímulo para que as tucanas se apresentem como candidatas. As tucanas fazem política com “P” maiúsculo, com garra, determinação e têm as melhores propostas para levar à população.

O momento é grave e exige de todas nós uma dedicação ainda maior para mostrar ao povo que ele ainda deve acreditar nos partidos, na política e nos políticos.

Precisamos levar a esperança em meio a tanta desilusão e frustração.

Estamos nos preparando, nos qualificando, com a realização de encontros, seminários e debates. Fortalecendo as tucanas para superarmos o número de mulheres eleitas em 2012.

Estamos convictas de que nosso desempenho será melhor. Estamos trabalhando neste sentido.

O objetivo do “Manual da Candidata” é oferecer as nossas pré-candidatas um roteiro de como se comportar, interagir com a sociedade e superar os obstáculos partidário-eleitorais que sempre são mais difíceis do que para os candidatos homens. É mais uma contribuição e um apoio para a vitória.



SOLANGE JUREMA

Presidente do Secretariado Nacional da Mulher/PSDB

- 1 - SOU CANDIDATA!**
- 2 - POR QUE SER PREFEITA OU VEREADORA?**
- 3 - POR QUE O PSDB?**
- 4 - QUAIS SÃO SUAS QUALIDADES POLÍTICAS E VULNERABILIDADES?**
- 5 - CONHEÇA A LEGISLAÇÃO QUE AFETA A SUA CAMPANHA**
- 6 - MONTANDO UMA EQUIPE**
- 7 - QUEM SÃO SEUS ELEITORES EM POTENCIAL?**
- 8 - A POSTURA EM RELAÇÃO AOS ADVERSÁRIOS**
- 9 - ARRECADAÇÃO E GESTÃO DE RECURSOS**
- 10 - CRONOGRAMA DE CAMPANHA E CALENDÁRIO ELEITORAL**
- 11 - AGENDA DE CAMPANHA**
- 12 - BANCO DE DADOS**
- 13 - DISCURSO DE CAMPANHA**
- 14 - NÃO É PERMITIDO OFERECER BENEFÍCIO A TROCO DO VOTO**
- 15 - MATERIAL DE CAMPANHA**
- 16 - PREPARO EMOCIONAL PARA UMA CAMPANHA**
- 17 - INTERNET / REDES SOCIAIS**
- 18 - DEZ MANDAMENTOS DA CANDIDATA**

01

SOU CANDIDATA!



PSDB
MULHER

O primeiro passo para uma candidatura é a vontade da própria candidata.

Essa é uma decisão sua. Se você já decidiu se candidatar, possui mais de dezoito anos, está registrada em seu domicílio eleitoral há mais de um ano e está filiada há pelo menos seis meses ao PSDB, a primeira etapa foi vencida.

Acredite na sua vitória!

02

POR QUE

SER PREFEITA OU VEREADORA?



PSDB
MULHER

Prepare-se para ouvir esta pergunta por diversas vezes e esteja pronta para respondê-la. Existe somente um motivo para você se candidatar: a vontade de servir à coletividade, ao seu bairro, à comunidade, à sua cidade, e ao país.

Você pode ainda ter uma causa específica - e explorar isso no seu diálogo com as pessoas e em todo o seu material de campanha. Por exemplo, lutar por algum bairro em especial, por alguma categoria profissional, pelos direitos das pessoas com deficiência, entre outros motivos.

Seja autêntica, acredite no que disser aos eleitores, pois seu posicionamento valerá do primeiro ao último dia de campanha e será reconhecido no seu material, no seu discurso, na sua foto, nas suas atitudes. Eleitores votam em quem conhecem e acreditam.

03

POR QUE O PSDB?

The logo for 'PSDB MULHER' is located at the bottom center of the page. It features the text 'PSDB' in a stylized font above the word 'MULHER' in a larger, bold font. To the right of the text is a graphic element consisting of a blue and yellow shape, possibly representing a stylized figure or a symbol.

PSDB
MULHER

Você não apenas decidiu disputar uma eleição; você passou a ser parte do PSDB. Com isso, você integra, junto com mais de 1,5 milhão de pessoas, o maior partido de oposição do país.

Somos a maior referência nacional no combate ao governo do PT e suas inúmeras demonstrações de corrupção e incompetência.

Somos o partido que acabou com a inflação no Brasil, com o Plano Real.

Somos uma referência em gestão pública.

Conheça melhor a nossa história e a utilize em sua campanha. Lembre-se: a maior parte dos brasileiros rejeita o PT e o governo Dilma Rousseff, e você faz parte do partido que se opõe e sempre se opôs a tudo isso!

04

QUAIS SÃO

SUAS QUALIDADES POLÍTICAS E VULNERABILIDADES?



Enquanto conduzir sua campanha - ou mesmo antes de colocá-la na rua - é importante que você tenha em mente as suas qualidades e vulnerabilidades. Assim, você poderá potencializar o que tem de bom e se preparar para as críticas que venham a aparecer.

Considere como vantagens políticas:

- Ter um nome conhecido;
- Ter reputação de pessoa que “vai à luta”, de ativismo político, ou mesmo de alguém que faça trabalho comunitário;
- Conhecer bem a realidade do bairro e da cidade;
- Contar com apoio de entidades, associações, clubes, igrejas, etc.;
- Ter um alto nível de energia pessoal;
- Ter cabos eleitorais com experiência;
- Ser candidata pelo PSDB.

Considere como vulnerabilidade política:

- Decidir concorrer tarde demais;
- Não ter experiência de campanha;
- Ter limites orçamentários e dificuldades para captar doações financeiras;
- Ter dificuldades para falar em público.

DICAS:

- Se você for candidata “de primeira viagem”, use isso a seu favor: diga aos eleitores que a renovação faz bem à política. Uma pesquisa realizada em dezembro de 2015 pelo IBOPE aponta que 54% dos entrevistados afirmaram que votariam com certeza em um (a) candidato(a) sem experiência política.

- Se tiver poucos recursos, sensibilize o eleitor dizendo a verdade, que sua campanha é modesta, mas que sua vontade de trabalhar pela comunidade é enorme.

05

CONHEÇA

A LEGISLAÇÃO QUE AFETA
A SUA CAMPANHA

Saber o que pode e o que não pode é essencial para a corrida eleitoral. Você tem o apoio do PSDB para esclarecer suas dúvidas jurídicas, mas buscar conhecimento é sempre bom. Leia no anexo informações sobre a legislação eleitoral. Consulte <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2016/normas-e-documentacoes-eleicoes-2016> para ver o que valerá para as eleições de 2016.

Além disso, o Departamento Jurídico do PSDB Nacional preparou o manual "No Voto e na Lei", que em breve estará disponível no site do partido (www.psdb.org.br).

Campanha boa é aquela que vence com respeito a todas as regras.

06

MONTANDO UMA EQUIPE



PSDB
MULHER

Contar com uma equipe de qualidade é fundamental para que você tenha um bom desempenho nas eleições. Crie um grupo político, formado por pessoas de sua total confiança, que irão ajudá-la no planejamento da campanha, inclusive nas estratégias e arrecadação de recursos.

A equipe terá também cabos eleitorais contratados e voluntários - e aí entram pessoas que sejam formadoras de opinião e que exerçam alguma liderança, como por exemplo líderes de associações de moradores.

Além disso, você precisará contar com outros profissionais contratados ou voluntários que irão operacionalizar a campanha. Essas pessoas irão cumprir tarefas como distribuir material, gerenciar comitê, mobilizar pessoas, dirigir veículos, elaborar banco de dados, enviar correspondência, organizar agenda e reuniões, acompanhar as notícias e as redes sociais.

Tenha a preocupação de fazer com que essa equipe traga a você informações sobre como sua campanha está sendo recebida pelo eleitorado. Além das tarefas específicas de cada integrante, eles oferecerão "feedback" sobre a opinião do pessoal do bairro, do sindicato, do clube que você frequenta, etc.

Motive sempre a sua equipe e os faça sentir parte de um projeto maior.

Mas não esqueça: faça campanha para todos os eleitores e não apenas para seus militantes.

07

QUEM SÃO SEUS ELEITORES EM POTENCIAL?

Sua família e amigos mais próximos devem ser a base inicial de sua campanha. Fale com eles sobre seu projeto e ouça suas opiniões. Exponha a eles a necessidade de você ter não somente o voto, mas o apoio e a dedicação deles.

Verifique, entre parentes e amigos, aqueles que têm disponibilidade para ser seus auxiliares diretos.

Esses são seus cabos eleitorais, mobilizadores e apoiadores voluntários iniciais. É a partir daí que sua campanha irá crescer.

E observe também as pessoas do seu dia-a-dia.

Peça votos a todos! As candidatas a vereadora precisam lembrar que a disputa proporcional é muito menos falada do que a para prefeito, então é preciso ainda mais esforço para apresentar-se como candidata.

08

A POSTURA

EM RELAÇÃO AOS ADVERSÁRIOS



PSDB
MULHER

Uma campanha de qualidade é feita com ética e propostas. Ataques à vida pessoal dos adversários são, além de contrários à lei, uma tática desrespeitosa e que não traz resultados. Os eleitores, em geral, não gostam desse tipo de campanha.

Lembre-se do que falamos sobre as qualidades e vulnerabilidades: procure identificar isso em seus adversários. Por exemplo, se você está disputando contra alguém que já está atualmente em um cargo público - como é o mandato de seu adversário (a)? Quais foram os principais defeitos? Quais são os pontos mais criticados pelos cidadãos?

É importante também que você tenha em mente que não é uma boa ideia gastar energia querendo obter votos de eleitores que já tem uma posição muito consolidada.

E se você estiver disputando o cargo de vereadora, recorde-se que, no sistema de eleições proporcionais, cada voto no PSDB, ainda que em outro candidato, irá lhe auxiliar. Portanto, nunca se esqueça que seus adversários estão do outro lado, e não usam o 45.

09

ARRECADACÃO E GESTÃO DE RECURSOS

As eleições de 2016 serão as primeiras da história do Brasil em que não serão permitidas as doações de dinheiro por pessoas jurídicas.

Isso muda bastante o jogo. Por um lado, corta uma importante fonte de recursos; por outro, abre caminho para uma campanha mais baseada na "sola de sapato", no diálogo direto com o eleitorado, e também por uma campanha em que cada doação de uma pessoa física, ainda que de uma quantia pequena, fará diferença.

Não tenha vergonha em pedir doações às pessoas que você acha que têm condições de ajudar. Lembre a elas que você está representando um projeto maior, que não é apenas seu, e sim uma proposta para melhorar a cidade onde vocês vivem. Um bom meio para receber recursos é a organização de jantares ou almoços - e neles, você ainda terá uma boa oportunidade para reunir apoiadores e falar mais sobre suas propostas e o andamento de sua campanha.

Na hora de usar o dinheiro, faça sua campanha de forma racional e criativa para evitar gastos exorbitantes. Não gaste excessivamente no início da campanha porque é na reta final que você terá mais demandas financeiras.

E sempre consulte a legislação eleitoral, para cuidar desses recursos de forma correta.

10

CRONOGRAMA

DE CAMPANHA E CALENDÁRIO ELEITORAL



IX Encontro
Medalha Ruth Cardoso

OPINIÃO
FAVOR DO BEM

PSDB
MULHER

Uma candidata que quer ser eleita em outubro precisa iniciar a exposição do seu nome e de seus projetos o quanto antes. Como já dissemos, falar com os amigos, parentes e pessoas próximas é algo essencial e pode ser iniciado desde já.

No entanto, para oficializar a campanha é preciso cumprir o calendário eleitoral determinado pelo TSE, que está disponível em:

<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2016/calendario-eleitoral>

Algumas datas que você precisa ter em mente:

- 20 de julho a 5 de agosto: período em que as convenções que definem o nome dos candidatos devem ser realizadas.
- 15 de agosto: último dia para o registro de candidaturas.
- 16 de agosto: é quando a campanha começa oficialmente. A partir desse dia você poderá pedir votos, utilizar materiais, divulgar seu número de campanha, etc.
- 26 de agosto: início da propaganda em rádio e televisão.
- 29 de setembro: fim da propaganda em rádio e televisão, do primeiro turno.
- 1 de outubro: último dia para atos de campanha como distribuição de material, realização de caminhadas e propaganda com alto-falantes.
- 2 de outubro: primeiro turno das eleições - única votação para vereadores.
- 15 de outubro: início da propaganda em rádio e televisão para o segundo turno.
- 28 de outubro: fim da propaganda em rádio e televisão.
- 30 de outubro: segundo turno.
- 1º de novembro: último dia para os candidatos encaminharem à Justiça Eleitoral as prestações de contas.

Guarde bem essas datas e programe sua campanha em função delas.

Peça voto até no último minuto de campanha. Lembre-se: você pode vencer ou perder uma eleição por apenas um voto de diferença.

11

AGENDA DE CAMPANHA



PSDB
MULHER

A organização dos compromissos é fundamental para que a campanha transcorra bem. Mantenha uma agenda precisa, com o maior aproveitamento de tempo possível, e que transforme qualquer intervalo em uma oportunidade para pedir votos ou conferir aspectos da candidatura.

Não deixe de comparecer a um compromisso agendado. Não agende o que você não conseguirá cumprir. Para os compromissos públicos, especialmente nas candidaturas a prefeita, é uma boa pedida também divulgar ao máximo sua agenda, para atrair a atenção de imprensa e apoiadores.

A “vida real” não para enquanto estivermos fazendo campanha. Muitos compromissos profissionais, familiares ou de saúde precisarão ser cumpridos mesmo quando a sua cabeça estiver pensando apenas em eleições. Quando isso ocorrer, lembre-se de duas coisas: a primeira é que essa circunstância atinge todos os candidatos. Não é um problema somente seu. E a outra coisa a ser mentalizada é que pode estar aí a chance de “fazer do limão uma limonada”: use esses momentos para também pedir votos.

12

BANCO DE DADOS

Tanto você como seu grupo político e sua equipe deverão elaborar, antes e durante a campanha, listas de eleitores, para formar um preciso banco de dados. Esse banco deve conter o maior número de informações possíveis, como: nome, endereço, data de aniversário, telefone, e-mail, endereço em redes sociais, entre outras informações.

De posse dessas informações, a tarefa passa a ser utilizar estes dados. É aí que você vai perceber as virtudes da coleta. Você pode fazer contatos segmentados com os eleitores (abordando temas de um determinado bairro, ou focando questões de interesse de um grupo religioso, por exemplo); priorize visitas a regiões em que você tem contatos ou nas que você ainda não esteve presente, de acordo com as necessidades da campanha. Transponha estes raciocínios para as redes sociais – que tal, por exemplo, falar sobre seus projetos para o transporte de maneira direcionada a moradores de um bairro que sofrem com a área?

Além de eleitores que você conhecerá durante a campanha, as listas devem conter também o nome de parentes (próximos ou não), colegas de trabalho, amigos de clube, antigos e atuais colegas de escola, professores, prestadores de serviço da sua convivência e outros.

13

DISCURSO DE CAMPANHA

Analise o quadro político de sua cidade, sem se esquecer do que se passa no estado e no país (lembre-se que você é do PSDB, a maior força de oposição contra os erros que o PT vem cometendo no país). Seu foco principal é a sua cidade: quem é o prefeito(a), como tem sido a atuação dos vereadores(as), o que mais tem sido criticado, elogiado e cobrado pela comunidade.

Organize seus pensamentos e não comece uma campanha prometendo o céu e a terra. Você pode escolher uma bandeira principal para atuar como a defesa das crianças, das mulheres, dos idosos, geração de emprego, meio ambiente, educação.

Prepare declarações breves e claras acerca dos temas que entender serem mais importantes.

Produza uma breve apresentação pessoal dizendo quem é você e porque deseja ser vereadora ou prefeita.

Prometer doar o seu salário se vencer a eleição não ajuda na campanha. Cuidado com essa ação, que poderá ser entendida como demagogia barata ou oportunismo.

Treine em frente a um espelho e em voz alta um discurso básico para você sentir-se segura e à vontade com os principais temas de sua campanha e as ideias que deseja transmitir.

E tenha cuidado para não apresentar propostas que não sejam de competência da prefeita ou da vereadora, como temas ligados à legislação penal, a impostos federais ou à gestão de hospitais e escolas estaduais, por exemplo.

14

**NÃO É PERMITIDO
OFERECER BENEFÍCIO
A TROCO DO VOTO**

Compra de votos é crime, você sabe. Mas além disso, também são proibidas pela lei atual práticas que antes eram permitidas, como a distribuição de brindes, camisetas, bonés e outros. A ideia da lei é vetar qualquer ação que possa configurar uma vantagem ao eleitor.

É possível que, ao longo da campanha, você seja abordado por eleitores que peçam 'presentes' como cestas básicas ou até mesmo dinheiro vivo. Se isso acontecer com você, negue e argumente dizendo que eleição não é comércio, e cite que a lei proíbe esse tipo de coisa. Exponha que você quer conduzir sua campanha - e sua vida política - de maneira ética e que desrespeitar a lei não faz parte de seus planos.

15

MATERIAL DE CAMPANHA



PSDB
MULHER

As mudanças na legislação eleitoral fizeram com que os materiais fossem limitados, basicamente, a peças gráficas (santinhos, panfletos, jornais), propaganda sonora, adesivos para veículos e placas de 0,50 x 0,40 m².

Ter um material de qualidade é o diferencial para despertar o interesse do eleitor. Use a sua criatividade. Busque ajuda de profissionais da área para elaborar produtos de bom gosto, com bom visual, de fácil leitura e sem exageros.

Os santinhos devem conter seu nome e foto, além do seu número de candidata. Colocar uma 'colinha' indicando ao leitor como votar na urna eletrônica é também uma boa pedida. Para a foto, prefira roupas com tecido liso e de tom mais forte. Procure ser o mais natural possível.

Quando for gravar a sua mensagem para TV e rádio, treine primeiro, e bastante, em casa. E se for utilizar carros de som, observe a legislação que regulamenta a poluição sonora de seu município, além da lei eleitoral.

Escolha pontos estratégicos onde circulam muitas pessoas para colocar suas placas (próximos aos pontos de ônibus, clubes, escolas, postos de saúde, etc.), mas não se esqueça de respeitar a distância estabelecida pela lei.

16

PREPARO

EMOCIONAL PARA UMA CAMPANHA

Uma campanha é desgastante. Você deve estar física e emocionalmente preparada, disposta a abrir mão do lazer, de algumas horas de sono, e, acima de tudo, preparada para não acreditar em tudo que ouve.

Eleição é um jogo, uma disputa. A batalha pode ser árdua. E muitas vezes você competirá contra pessoas que não usarão a verdade.

Boatos comuns em campanha que visam desestabilizar você:

“A candidata recebeu muito dinheiro do partido”

“A candidata ou candidato do outro partido vai ter tantos mil votos”
(nos boatos, são sempre mais votos do que os seus!)

“O governador está apoiando o adversário”

“A candidata recebeu dinheiro sujo para bancar a campanha dela”

“A candidata quer o cargo apenas para roubar o dinheiro público”

17

INTERNET

REDES SOCIAIS

Já há tempos a internet, mais especificamente as redes sociais, deixaram de ser “novidade”. Tiveram peso nas últimas eleições e certamente vão influenciar em 2016.

Uma das principais funções da internet é aproximar os conhecidos e desconhecidos em torno de um ideal.

Utilize as redes sociais o máximo que puder (Twitter, Facebook, Instagram), mas prepare-se para isso.

Se possível, contrate um profissional especialista no assunto; caso não seja o caso, oriente alguém da sua equipe para monitorar as redes, colocando conteúdos, administrando os comentários e acompanhando a concorrência e outras fontes de interesse.

Tenha cuidado com o que postar - lembre-se que a internet é observada o tempo todo e qualquer conteúdo errado pode prejudicar e muito a sua campanha.

Evite práticas como postagens excessivas (principalmente no Facebook) e de temas muito controversos, que fujam do propósito das eleições.

18

DEZ MANDAMENTOS DA CANDIDATA



PSDB
MULHER

- 1** - Faça política onde você estiver. Fale muito sobre suas propostas.
- 2** - Sua prioridade, agora, é a prioridade do povo que você quer representar.
- 3** - Não entregue a ninguém seu papel de líder. O protagonismo é seu.
- 4** - Tenha cuidado com o que fizer e falar em público - e também na internet.
- 5** - Não guarde ressentimentos ou se melindre com qualquer coisa. Ofensas aparecerão o tempo todo; responda com verdades, com o seu trabalho e dedicação, suas propostas e com o histórico do PSDB.
- 6** - Saiba guardar segredos. Você ouvirá muitas demandas particulares dos eleitores, e deve respeitar a privacidade de todos.
- 7** - Acerte com as pessoas certas - monte uma equipe com a qual você possa confiar sempre.
- 8** - Desperte a emoção nos eleitores.
- 9** - Aceite apoio de pessoas com quem você se identifica, mas não conte com a transferência de votos. O fato de uma pessoa dizer que votará em você não fará com que todos os cidadãos próximos a ela sigam o mesmo caminho.
- 10** - Fique de olhos abertos. Uma campanha é construída em função de oportunidades.

