



Cartilha **ELEIÇÕES 2020** MULHERES COMUNS NO PODER

DICAS E ORIENTAÇÕES PARA
AS CANDIDATURAS DO PCdoB





ELEIÇÕES 2020

Cartilha
MULHERES
COMUNS
NO PODER



SUMÁRIO



[Apresentação](#) *pág. 5*

[Introdução](#) *pág. 6*

[Participação das comunistas nas eleições 2020 e 2022](#) *pág. 9*

[Plataforma Feminista](#) *pág. 10*

[Organizando o Planejamento](#) *pág. 18*

[Mapa do caminho. Projetos que podem ser realizados na campanha](#) *pág. 21*

[Legislação eleitoral e prestação de contas](#) *pág. 26*

[Orientações e dicas de comunicação](#) *pág. 28*

[Links úteis e fontes de informação](#) *pág. 38*

[Expediente](#) *pág. 41*

Mulheres em destaque: lideranças e dirigentes femininas do PCdoB e PPL na reunião que decidiu pela união das duas legendas, dezembro 2018. Foto: Karla Boughoff



APRESENTAÇÃO

Foto: Karla Boughoff



A partir da esq.: Luciana Santos, presidenta nacional do PCdoB; Vanessa Grazziotin, ex-senadora e atual titular da Secretaria Nacional de Mulheres do PCdoB; Manuela D'Ávila, ex-deputada e candidata à prefeitura de Porto Alegre; Márcia Campos, atual secretária adjunta de mulheres; e Ângela Albino, ex-secretária de Mulheres do PCdoB.



5



Partido Comunista do Brasil tem uma sólida elaboração teórica sobre a emancipação das mulheres e faz constantes esforços para ampliar o protagonismo feminino na sociedade e no próprio Partido, incentivando sua crescente inserção nas direções partidárias e no processo eleitoral.

Fruto deste esforço contínuo e coletivo, é evidente o protagonismo feminino no PCdoB, a começar pela presidência do Partido, exercida há alguns anos pela atual vice-governadora de Pernambuco, Luciana Santos, que por duas vezes foi prefeita de Olinda e deputada federal. Mulheres presidiram ou presidem o Partido em estados como SP, RJ, MG e PA, dentre outros. Protagonismo também expresso na bancada federal comunista, em que metade é de mulheres (a maior proporção nas bancadas de deputados federais). Nossas parlamentares são atuantes na defesa das pautas vinculadas ao povo e à nação, e também na proteção às mulheres e segmentos sociais vulneráveis. Sem falar que somos o partido de Manuela D'Ávila – um orgulho para nós.

Também são filiadas ao PCdoB milhares de mulheres que dirigem entidades importantes do movimento social, em especial movimentos de mulheres, juventude, comunitário e sindical, bem como participações estratégicas em Conselhos Nacionais e que agora são candidatas às prefeituras e câmaras municipais pois entendemos que não basta ampliar a participação feminina no partido e nas entidades, as mulheres precisam estar na política para ocupar cargos de decisão no poder executivo, no legislativo e em instituições governamentais, para influenciar os rumos da economia brasileira, elaborar políticas públicas e decidir o que deve ser feito com os orçamentos federal, estadual e municipal.

Atualmente responsável pela Secretaria Nacional de Mulheres do PCdoB, a ex-senadora Vanessa Grazziotin lembra que hoje, no Brasil, só 15% das cadeiras da Câmara de Deputados são ocupadas por mulheres, 13% nas câmaras de vereadores e 11% nas prefeituras. “Ou seja, é essa a realidade que nós temos que modificar. E essa realidade só será modificada com muita luta das mulheres e com o apoio e a participação fundamental dos homens também. De todos e todas que entendem que democracia só é possível quando todos os segmentos da sociedade estão inseridos nos espaços de poder.”

Para o Partido Comunista do Brasil, na maioria das cidades e estados a participação das mulheres vai além da cota de 30%. Mas ainda é necessário investir mais no apoio às candidatas. Por isso, a Secretaria Nacional das Mulheres do PCdoB elaborou esta cartilha com dados, informações, indicação de propostas e dicas que podem contribuir para as campanhas de nossas candidatas.

INTRODUÇÃO

O empobrecimento generalizado de camadas populares e médias, somado à rapidez com que o governo implementa sua agenda ultraliberal, de eliminação de direitos e desmonte do Estado, viabiliza que grupos conservadores, com feições neofascistas, busquem ganhar espaço, inclusive eleitoral, entre trabalhadoras e trabalhadores. Tudo isso tem intensificado a luta cotidiana pela sobrevivência, levando ao descrédito na política e na convivência democrática. Prevalece o culto ao individualismo, afetando até mesmo costumes e as relações entre as pessoas.

O Estado Democrático de Direito está sob ameaça, com os impactos de uma crise política e institucional, marcada pelo confronto entre suas instituições. Este risco impõe a construção de uma Frente Ampla, que congregue todos os setores dispostos a defender a democracia.

O governo Bolsonaro, que personificou a ascensão das forças de extrema direita, autoritárias na política, ultraliberais na economia e retrógradas nos costumes, vem impactando a vida do povo, em especial a das mulheres, com sistemáticos ataques a direitos, desmonte de políticas públicas e propagação de um papel conservador para as mulheres.

O Brasil vive um cenário de precarização crescente das relações de trabalho, com aprovação do regime de trabalho intermitente, sem vínculo formal com as empresas, extinção de direitos e aumento do desemprego estrutural. A reforma trabalhista reforçou essa nova forma de relação capital-trabalho e fragilizou as



entidades sindicais. Na mesma linha foi a reforma da Previdência – que encontrou forte resistência nas ruas e entre parlamentares progressistas, destacando-se a bancada do PCdoB, num combate crucial para excluir da proposta itens inaceitáveis para os trabalhadores, acentuadamente para as mulheres.

Com o advento da crise sanitária provocada pela pandemia do coronavírus, o fracasso das políticas econômicas de austeridade são ainda mais perceptíveis. Mais uma vez, a balança pende de forma desequilibrada para o lado das mulheres, não só pela doença em si, mas também com o aumento das atividades rotineiras, o alto nível de desemprego e aumento expressivo de casos de violência doméstica. Além disso, as mulheres são o maior número de profissionais de saúde na linha de frente do combate à Covid-19.

[Relatório Oxfam](#) revela que as mulheres são as mais afetadas pelo coronavírus porque elas já enfrentam questões históricas e sociais muito antes dessa nova crise. Elas têm que conviver com o risco de violência sexista, são as principais vítimas dos processos de migração forçada por crises climáticas e conflitos armados, são maioria nos postos de trabalhos informais e convivem com a sobrecarga do trabalho de cuidado.

A pandemia também ressaltou a importância do Sistema Único de Saúde (SUS), que completa 30 anos agora em 2020. Mesmo enfraquecido com o subfinanciamento, o sistema tem sido um gigante no combate à Covid-19. Sem ele, com sua capilaridade, seu abnegado e competente corpo de profissionais, a dimensão da tragédia, pela irresponsabilidade e conduta criminosa de Bolsonaro poderia ser ainda mais trágica. O PCdoB lançou uma “[Plataforma de Emergência](#)” na qual destaca a importância do SUS para se ter cidades mais democráticas, mais humanas. Nela, ressalta-se a relevância do sistema para a saúde das mulheres.

A desigualdade de gênero, o racismo estrutural e a opressão de classe são elementos formadores da sociedade brasileira que se entrelaçam. Da colonização escravista aos dias de hoje, o imbricamento entre classe, gênero e raça-etnia, permeia o mundo do trabalho. As mulheres sempre trabalharam, mas esse trabalho não é necessariamente visível, reconhecido e remunerado.

O ingresso das mulheres no mercado formal de trabalho significou um grande avanço, mas está marcado pela desigualdade de gênero, pela manutenção delas como as principais responsáveis pelos afazeres domésticos e pelo cuidado com as pessoas. A questão em pauta é como superar o estereótipo do provedor homem e da cuidadora mulher, num mundo real em que homens e mulheres são provedores e cuidadores, cabendo des-

taçar, é claro, que, ao mesmo tempo que as mulheres também passaram a ser provedoras (cerca de 45% dos lares brasileiros são chefiados por elas, segundo o IBGE de 2018), os cuidados permanecem sob sua maior responsabilidade. E, sobretudo nas médias e grandes cidades e regiões metropolitanas, está presente a monoparentalidade feminina, mulheres que são chefes de família e criam seus filhos e filhas sozinhas. Torna-se necessária a implementação de políticas públicas para que elas não fiquem ainda mais sobrecarregadas e vulneráveis, social e economicamente, e a maternidade não seja de sua única responsabilidade.

No mundo do trabalho, dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad) informam a cada ano que as diferenças salariais permanecem. Em média, a remuneração feminina corresponde a 70% da masculina, e das mulheres negras, 50%.

As consequências das privatizações, da diminuição da proteção social, da redução dos serviços públicos, significaram não apenas a diminuição do trabalho decente para mulheres e homens, mas também a exploração crescente do trabalho não remunerado das mulheres na esfera doméstica e familiar.

O acesso das mulheres ao mundo do trabalho em condições de igualdade ganha relevância num país onde a miséria e a pobreza atingem milhões que, sobretudo as mulheres, sofrem com a ausência de qualidade de vida (moradia, saneamento, transporte, serviços básicos de qualidade). São as mulheres com menor remuneração que enfrentam em maior grau a sobrecarga doméstica e a atribuição com os cuidados.

A violência em todas as formas é parte integrante do funcionamento cotidiano da sociedade capitalista, que mistura a coerção brutal com o consentimento cons-





truído para sustentar o sistema. Constata-se aumento da violência dos homens contra as mulheres, que tem a ver com a história de opressão das mulheres como objeto e propriedade, e pode estar aumentando devido ao fato de os homens não serem capazes de cumprir seus papéis sociais determinados pela cultura machista e pelo patriarcado, de provedores da família, e terem menos controle sobre o corpo e o trabalho das mulheres.

É alarmante o aumento da violência contra as mulheres, sobretudo o feminicídio. No Brasil, segundo o Mapa da Violência de 2015, a taxa é de 4,8 homicídios para cada cem mil mulheres, a quinta maior do mundo. O número de processos de feminicídio teve aumento em 2018 de 34% em relação a 2016. Ao lado dessa violência, aumenta a violência da pobreza, das condições de trabalho desumanas, do assédio sexual, da violência institucional no acesso e acolhimento nos serviços públicos básicos, onde as mulheres são as principais frequentadoras.

Vem se constatando uma conexão umbilical entre a desvalorização da reprodução e manutenção da vida e a desvalorização da posição social das mulheres. Enquanto a maternidade for considerada assunto privado e responsabilidade exclusiva das mulheres, estas sempre enfrentarão o capital e o Estado com menor poder que os homens e em condições de extrema vulnerabilidade social e econômica.

É fundamental associar a luta contra a violência de gênero ao combate contra todas as formas de violência na sociedade capitalista e contra o sistema social que a sustenta. É preciso ainda propor políticas mais estruturantes, visando à redução dos índices de violência em geral e da violência de gênero. Nesse sentido, políticas voltadas para a autonomia econômica e social das mulheres são fundamentais para que elas possam romper o ciclo de violência doméstica e familiar.

A luta feminista representa uma contestação ao sistema capitalista brasileiro e ao patriarcado que nele se reproduz. Dessa maneira, a mobilização das mulheres, maioria da população, traz necessariamente o questionamento sobre o patriarcado e deve contribuir para a construção de democracia com a participação das mulheres nos espaços de decisão na sociedade. Mais mulheres na política reforça a democracia. Essa visão repercute na maneira como se desenvolve a luta feminista cotidiana.

As eleições municipais de 2020 oferecem uma oportunidade para o enfrentamento destas questões. Uma cidade desenvolvida e para toda a gente se faz com políticas públicas que signifiquem melhor qualidade de vida, acesso amplo da população aos serviços essenciais e participação popular nas decisões. Queremos o fim da carestia, a proteção da maternidade, creches, salário igual para trabalho igual e o direito a habitação, saúde e educação públicas, gratuitas e de qualidade. E, sobretudo, queremos mais mulheres lutadoras na política para interferir nos rumos do país, dos estados e das cidades.

As cidades só podem ser consideradas desenvolvidas, solidárias e democráticas se houver medidas sérias para combater a discriminação contra as mulheres, a sub-representação feminina nos espaços de poder e as desigualdades que atingem essa parcela que é a maioria da população. É importante que as candidaturas – de mulheres e homens – progressistas, nacionalistas e democratas busquem soluções para essa crescente demanda da sociedade: as brasileiras querem mais e melhores políticas públicas que atendam às suas necessidades.

**Secretaria Nacional das
Mulheres do PCdoB**



A CENTRALIDADE DA PARTICIPAÇÃO DAS COMUNISTAS NO PROCESSO ELEITORAL DE 2020 E 2022



● **Ação forte e organizada das comunistas no processo eleitoral.** Para conter (mais) retrocessos que se avizinham para o Brasil e em especial para as mulheres, é preciso forte e organizada ação das comunistas no processo eleitoral de 2020, com um olhar também para 2022, quando o PCdoB completará 100 anos e enfrentará o desafio de superação da cláusula de barreira.

● **Movimentos sociais e institucionais.** É preciso que tenhamos muitas candidatas oriundas dos movimentos sociais e institucionais em que atuamos. É preciso eleger mais mulheres, aumentando a visibilidade e os votos do PCdoB, criando as condições concretas para superarmos os 2% de votos na nossa legenda em 2022. As mulheres brasileiras demonstraram, desde a campanha de 2018 e ainda hoje, ser majoritariamente contra Bolsonaro. As manifestações do “Ele Não!” foram expressão disso.

● **Frente Ampla.** Encarar como tarefa das mais relevantes a construção da Frente Ampla, em todas as frentes de massas que atuamos. É preciso agir de forma organizada, entrelaçando as lutas nas entidades onde temos protagonismo nos movimentos sociais e sindical, tendo como central a defesa da democracia, da soberania nacional e do Estado Democrático de Direito.

● **Mais mulheres na política e nos espaços de poder.** É preciso sermos mais fortes para enfrentar

este período e para cumprirmos uma de nossas tarefas centrais: fazer crescer nosso Partido para termos envergadura e enraizamento nas lutas do povo brasileiro. Mais mulheres na política e nos espaços de poder e decisão para – conforme citado anteriormente – superar a baixa representação feminina no Brasil.

● **Reforçar o lugar da mulher na política.** Como diz a ex-presidente do Chile Michelle Bachelet “quando uma mulher entra na política, muda a mulher; quando várias mulheres entram na política, muda a política”. Vamos responder à onda conservadora reforçando o lugar da mulher na política.

● **Capacitar politicamente as candidatas do PCdoB.** As candidatas devem ser porta-vozes da política do Partido e da visão emancipacionista. Da mesma forma, é preciso capacitar os candidatos quanto à visão do Partido sobre a questão das mulheres. Trabalhar incansavelmente para lançar mulheres com grande potencial eleitoral.

● **Travar a luta de ideias.** É necessário dinamizar nas redes a visão emancipacionista e travar a luta de ideias com outras correntes, visando ao entendimento dos novos fenômenos que afetam as mulheres na sociedade e o enriquecimento da teoria marxista sobre a emancipação das mulheres. Travar esse debate nas redes sociais e nas ruas é mais um desafio do nosso crescimento.

PLATAFORMA FEMINISTA por cidades democráticas e solidárias

PLATAFORMA DO FEMINISMO EMANCIPACIONISTA NA ATUALIDADE, COM DESTAQUE PARA AS MULHERES NEGRAS E JOVENS FEMINISTAS.

A defesa da democracia é base central de nossa luta, pela garantia de direitos das brasileiras conquistados e a conquistar. A defesa do Projeto Nacional de Desenvolvimento é debate decisivo que aponta os caminhos para enfrentar e combater o retrocesso político, econômico e social de feições fascistas do atual desgoverno. A mobilização das mulheres é decisiva na construção da Frente Ampla e Democrática, contra o fascismo e a onda conservadora, atraindo todos os setores da sociedade que se indignam com o ataque a nossos direitos, na defesa da Constituição, dos trabalhadores e trabalhadoras, do povo e da nação.

É preciso superar o déficit democrático da sub-representação feminina na política e criar condições de capacitação e oportunidade para maior participação das mulheres na estrutura partidária em cargos de direção e impulsionar as candidaturas femininas nas eleições de 2020 e 2022, com projetos concretos que viabilizem sua eleição.

A chamada “**Mais Mulheres na Política**” deve responder ao reforço à presença nas ações políticas de massa em defesa da democracia, da soberania, do desenvolvimento com criação de emprego e geração de renda, contra os ataques à Previdência Social e os direitos trabalhistas, em defesa da Amazônia, dos investimentos na educação e saúde, pelos direitos das mulheres em todas as áreas e pela criação de pelo menos 30%

das vagas nos legislativos municipais, estaduais e no parlamento federal para as mulheres, como fator para eleger mais mulheres.

É preciso desconstruir a visão da mulher como objeto e propriedade e reforçar o lugar das mulheres como cidadãs de direitos. Combate aos estereótipos na mídia e nas redes sociais. Reforçar as políticas públicas de atendimento às mulheres em situação de violência, a aplicação do marco legal que é a Lei Maria da Penha em toda sua dimensão estrutural, incluindo o fortalecimento da Rede de Enfrentamento à Violência contra as mulheres em âmbito municipal e ampliação do número de delegacias da mulher em todo o país. Associam-se a essa luta as iniciativas voltadas para ampliar acesso aos postos de trabalho, inclusão produtiva das mulheres, educação empreendedora e do empreendedorismo feminino, tendo em vista a relação da autonomia econômica com o combate à violência contra as mulheres.

As candidatas devem buscar protagonismo junto às mulheres, abordando de forma mais ampla os problemas cotidianos e reforçando o combate às discriminações que sofrem e que são obstáculo à sua maior participação social e política. Projetos concretos que ofereçam perspectiva de sobrevivência, diante da falta de emprego e de acesso a serviços, alfabetização, capacitação para o emprego, entre outros, são pontos de uma agenda mobilizadora.

Nas próximas páginas, aglutinamos e reproduzimos as plataformas publicadas pela Confederação das Mulheres do Brasil (CMB), pela União Brasileira de Mulheres (UBM) em conjunto com a União da Juventude Socialista (UJS) e a plataforma apresentada no Curso da Secretaria Nacional das Mulheres do PCdoB.

São plataformas básicas de políticas para mulheres aplicáveis à maioria dos municípios brasileiros, se não a todos. Como as plataformas compartilham muitas ideias semelhantes, aglutinamos as propostas por temas, mantendo, na medida do possível, as peculiaridades de cada plataforma.

CIDADE SUBSTANTIVO FEMININO*

As Políticas Públicas Urbanas devem ser formuladas considerando as mulheres como sujeitos políticos e como parte que produz e reproduz no espaço urbano, no território.

É preciso pensar a cidade a partir das particularidades e do cotidiano das mulheres, numa perspectiva de transformá-la num espaço coletivo, com justiça sócio-ambiental e estrutura para o bem-viver.

Uma das medidas fundamentais para um olhar transversal de gênero, classe e raça nas políticas públicas é a Criação de Secretarias Municipais de Políticas para as Mulheres. A criação dos Conselhos Municipais dos Direitos da Mulher, por outro lado, são importantes no monitoramento para a execução dessas políticas públicas de gênero, agindo também como proponentes.

A cidade deve ser inclusiva e democrática com mais políticas públicas para as mulheres. Uma cidade desenvolvida se constrói com políticas que representam ganhos na qualidade de vida, acesso amplo da população a seus serviços, com valorização da saúde, educação, cultura e lazer, emprego, mobilidade urbana, habitação, saneamento, a participação popular nas decisões e voltadas para superar a discriminação, a sub-representação feminina na política e as desigualdades que atingem essa maioria da população.



Foto: cena do filme "Chega de Fiu Fiu". Divulgação

Garantir cidades democráticas também significa preservar os direitos humanos das mulheres, seus direitos sexuais e direitos reprodutivos, seu acesso ao emprego em condições de igualdade, a uma renda digna, a uma saúde integral, educação não discriminatória, o combate à violência, garantia de maior representatividade, conquistas institucionais e o reforço à cidadania das mulheres. Não permitir o avanço da onda conservadora que tenta retirar os direitos conquistados pelas mulheres.

Vamos eleger prefeitas(os) e vereadoras(es) progressistas para conquistar mais saúde e educação pública com qualidade, mais recursos para programas sociais, segurança, cultura, qualidade de vida e proteção para quem tem menos. As mulheres brasileiras são corajosas para mudar a gestão das cidades tornando-as mais democráticas ao investir o orçamento para dar respostas às desigualdades econômicas e sociais.

*Trecho do documento "FORTALECER A DEMOCRACIA EM DEFESA DA VIDA - Eleger mulheres de luta Uma cidade para o cotidiano das mulheres", lançado pela União Brasileira de Mulheres e União da Juventude Socialista

Propostas que podem ser encampadas pelas candidaturas (femininas e masculinas) do PCdoB:

MAIS PODER PARA AS MULHERES, MAIS MULHERES NO PODER

- ✓ Criação (ou fortalecimento, caso já exista) da Secretaria Municipal de Políticas para Mulheres.
- ✓ Criação (ou fortalecimento, caso já exista) do Conselho Municipal de Defesa dos Direitos das Mulheres, estabelecendo diretrizes que garantam seu funcionamento como fórum relevante de monitoramento de Políticas Públicas.
- ✓ Cotas para mulheres em todos os Conselhos da cidade, tais como os de Orçamento, Segurança, Educação, Saúde, Habitação, etc.
- ✓ Medidas para ampliar a presença de mulheres em cargos executivos, em Secretarias, Diretorias e Coordenações de órgãos municipais.
- ✓ Que o Legislativo ou Executivo Municipal promova seminários e outras iniciativas para incentivar a participação feminina na política, envolvendo partidos, entidades, os demais poderes públicos e outras instituições da cidade.
- ✓ Combate às discriminações contra as mulheres nos processos de admissão, promoção e ocupação de cargos de chefia no mercado de trabalho.
- ✓ Implantação do Plano Municipal de Políticas para Mulheres com orçamento compatível às demandas estabelecidas.
- ✓ Garantir no orçamento municipal recursos para efetivação do Planejamento Estratégico do Plano Municipal de Políticas Públicas para mulheres.

TRABALHO E GERAÇÃO DE RENDA

- ✓ Programas de geração de emprego e renda, com prioridade para mulheres chefes de família, bem como acesso a crédito.
- ✓ Garantia de renda básica e com ela a visibilidade de milhares de brasileiros que vivem em extremo estado de pobreza.
- ✓ Garantia de creches com atendimento universal, como direito das crianças.
- ✓ Adesão do município à Agenda do Trabalho Decente da Organização Internacional do Trabalho.
- ✓ Inclusão do Programa de Equidade de Gênero na Administração Pública e empresas privadas do Município.
- ✓ - Criação do selo Empresa Amiga das Mulheres concedendo incentivos fiscais às empresas que adotarem políticas para a equidade de gênero. São exemplos: salário igual para trabalho igual. ampliação da licença maternidade e licença paternidade. oferta de creches. incentivo à contratação de mulheres em setores econômicos ditos "masculinos". apoio à inclusão de mulheres no mercado de trabalho como critério de desempate nos casos de igual capacitação para a função. promoção de mulheres a cargos de chefia.

- ✓ Equipamentos sociais como creches em horário integral, até mesmo em horário noturno, escolas em tempo integral, lavanderias e restaurantes públicos.
- ✓ Espaços de amamentação no trabalho e em locais públicos.
- ✓ Programas de incentivo ao primeiro emprego para jovens mulheres, articulando trabalho, estudo e vida familiar.
- ✓ Combate às desigualdades de gênero, classe, raça-etnia, geracional e de orientação sexual no acesso ao emprego e na melhoria das condições de trabalho. Programa de capacitação para o emprego. Combate a revista íntima.
- ✓ Investimento em criação de indústrias locais e regionais, dentre outros arranjos produtivos, para fomento da economia local e geração de empregos mais qualificados.
- ✓ Implantação de microcrédito, fomento ao associativismo e cooperativismo para as mulheres trabalhadoras informais.
- ✓ Criar legislação que garanta salário igual para Trabalho de igual valor.
- ✓ Incentivo ao primeiro emprego para mulheres jovens, conciliando trabalho, estudo e família.
- ✓ Implantação de centros de cidadania, como a Casa da Mulher Brasileira e similares, para ampliar o acesso das mulheres ao mercado de trabalho, à educação, à orientação e capacitação profissional, bem como garantir acesso a espaços de lazer e cultura.
- ✓ Lutar para manter o auxílio emergencial de R\$ 600,00 e R\$ 1.200,00 para mães chefes de família até dezembro de 2020 e estender, se necessário for, para 2021 diante da crise no mercado de trabalho agravado com a pandemia, que atinge com mais força as mulheres.

POLÍTICAS DE HABITAÇÃO E SANEAMENTO

- ✓ Acesso das mulheres chefes de família aos programas de financiamento habitacional.
- ✓ Acesso à titularidade de lotes e casas, por meio de programas para mulheres de baixa renda.
- ✓ Criação e fortalecimento de Conselhos Municipais da Cidade conforme a Lei 10.257/2001 (Estatuto da Cidade).
- ✓ Participação das mulheres na definição das políticas urbanas de Habitação, Saneamento, Meio Ambiente e outras que lidam com o planejamento da cidade.
- ✓ Garantia de acesso à água potável, tratamento de esgoto, pavimentação, coleta de lixo, iluminação para vias seguras, canalização de córregos e combate às enchentes.

ESPORTE E LAZER

- ✓ Implantação de áreas de esporte, cultura e lazer destinadas às mulheres nos diversos ciclos de vida, conforme suas particularidades.
- ✓ Adequação de horários para a participação de mulheres em atividades esportivas e recreativas.
- ✓ Garantia de que as mulheres integrem o comitê local de gestão de ginásios de outros equipamentos esportivos.



- ✓ Criação de programas – como o “Uma Vitória Leva a Outra” da ONU Mulheres – que promovam a prática esportiva entre meninas para impulsionar a autoconfiança, enfrentar as desigualdades de gênero e superar mitos sobre os efeitos dos esportes no corpo feminino e as pressões sociais sobre como as meninas “devem se comportar”.
- ✓ Apoio à ampliação do acesso, participação com igualdade das mulheres no campo das práticas corporais e esportivas, seja no esporte de rendimento, no lazer, na educação física, na visibilidade na mídia e nos valores dos prêmios atribuídos aos vencedores e vencedoras de competições esportivas.
- ✓ Incentivo a Campeonatos Esportivos de mulheres.

SEGURANÇA E COMBATE À VIOLÊNCIA DE GÊNERO

- ✓ Zeladoria e iluminação públicas permanentes em todas as ruas e praças da cidade, para melhorar a segurança.
- ✓ Colocar postos da PM e da GCM em pontos de grande aglomeração, com guardas treinados para lidar com situações de assédio e abuso sexual e outras formas de violência contra as mulheres em local público.
- ✓ Implementação da Lei Maria da Penha e da Lei do Feminicídio com atuação da guarda municipal.
- ✓ Criação de Centros Especializados de Atendimento à Mulher em situação de violência e ampliação dos centros já existentes, com a devida destinação de orçamento para o seu funcionamento e capacitação dos profissionais envolvidos.
- ✓ Construção e ampliação de unidades da Casa Abrigo Municipal para mulheres sob risco de morte, com garantia de vagas para seus filhos e preservação de sua segurança por meio de sigilo sobre o local.
- ✓ Medidas para coibir a exploração sexual de mulheres, jovens e crianças.
- ✓ Garantir fiscalização do Protocolo de humanização de atendimento no IML.
- ✓ Desenvolvimento de Programas de Vizinhança Solidária.
- ✓ Implantar programa de prevenção de homicídios de jovens negros.
- ✓ Combate à exploração e ao turismo sexual de mulheres, crianças, adolescentes e jovens.
- ✓ Desenvolver campanhas publicitárias de combate à violência de gênero.
- ✓ Promoção de ações voltadas ao combate da homofobia e à promoção da cidadania LGBTQI+.
- ✓ Implementação de políticas de cultura da paz e valores de promoção da diversidade humana.
- ✓ Criação e/ou implantação Conselho de Direitos Humanos no município.

TRANSPORTE E MOBILIDADE URBANA

- ✓ Elaboração, onde não houver, ou cumprimento de lei já existente que permita a mulheres e idosos descer fora do ponto de ônibus entre as 22 horas e as 5 horas, desde que a descida ocorra em um local que obedeça ao trajeto regular da linha e onde não seja proibido parar veículo.
- ✓ Assegurar a presença da Guarda Municipal atuando no transporte público durante todo seu horário de funcionamento.

- ✓ Prioridade dos recursos para o transporte Público seguro 24hs com oferta suficiente para reduzir o tempo de deslocamento, garantir conforto e qualidade a preços subsidiados.
- ✓ Adequação da frota de transporte às mulheres grávidas e com deficiência (catraca, degrau, campainha e outros instrumentos necessários).
- ✓ Garantia da meia passagem para estudantes de todas as idades.
- ✓ Implantação e Ampliação de ciclovias.
- ✓ Calçadas seguras para todas/os. Acessos adequados para deficientes físicos nas calçadas e áreas públicas.
- ✓ Implantação massiva de sinalização para deficientes físicos como placas em braile e sinaleiros sonoros, bem como outr@s que se façam adequados para garantir maior segurança e inclusão.
- ✓ Isenção de pagamento de tarifas para pessoas com mais de 60 anos e desempregadas (os).

EDUCAÇÃO PARA A IGUALDADE

- ✓ Combate ao machismo nas escolas públicas, e trabalhar a valorização das mulheres no sentido de uma educação não sexista, eliminando estereótipos discriminatórios nos livros didáticos, destacar o protagonismo das mulheres.
- ✓ Apoio às iniciativas que buscam a reinclusão do recorte de gênero no Plano Nacional de Educação.
- ✓ Apoio à inclusão nos currículos escolares da história da África e cultura afro-brasileira e africana, dando visibilidade ao protagonismo das mulheres negras.
- ✓ Apoio à revogação da EC-95, que congelou por 20 anos os investimentos em Educação, saúde e assistência social.
- ✓ Combate às iniciativas do movimento Escola sem Partido que criminaliza a liberdade acadêmica e o acesso ao conhecimento científico.
- ✓ Desenvolvimento de programas de alfabetização de mulheres, com incentivos para a continuação dos estudos até a Universidade.
- ✓ Criação de programa de incentivo à inclusão das mulheres no mundo da Ciência através de centros de tecnologia regionais Festivais de Ciência, cursos de educação para novas tecnologias e ações de Letramento Científico.
- ✓ Campanha de Paternidade Responsável.
- ✓ Garantia de creches e Ensino fundamental públicos e em tempo integral.
- ✓ Criar e desenvolver nas escolas públicas o projeto “Maria da Penha vai à escola: educar para prevenir e coibir a violência contra a mulher”.
- ✓ Assegurar o atendimento ao agente de agressões domésticas.

CULTURA E MÍDIA

- ✓ Apoio à campanha pela democratização da mídia.
- ✓ Estímulo a uma cultura e uma mídia não discriminatórias e que valorizem e difundam o protagonismo das mulheres nos diversos espaços da sociedade e na história do Brasil.



- ✓ Encorajamento à produção de conteúdos de comunicação e cultura por parte das mulheres e por uma política de Inclusão digital das mulheres.
- ✓ Incentivo a expressões culturais e artísticas não sexistas.
- ✓ Combate à reprodução de imagem e conteúdos que reforçam a opressão e discriminação das mulheres.
- ✓ Entendimento da comunicação como um direito humano.
- ✓ Viradas Culturais valorizando artistas locais e regionais com Mostras de Cinema, Música, Teatro, Poesia, Circo nas áreas urbanas e rurais e integração entre ambas com a realização de Festivais e incentivo à valorização e resgate da cultura local com recorte de gênero, diversidade sexual e combate ao racismo e homofobia.

SAÚDE, PRÉ-NATAL E SUS

- ✓ Ações para fortalecer o SUS público e de qualidade e para barrar tentativas de mudar seus princípios de universalidade e integralidade.
- ✓ Mais acesso a exames preventivos de câncer de mama e cérvico-uterino com foco no diagnóstico precoce.
- ✓ Direito de reconstrução da mama na mesma cirurgia em que foi feita a retirada do câncer (Lei 12.802/2013).
- ✓ Implementação das ações do Humaniza SUS.
- ✓ Incentivo à gestante para fazer o pré-natal, melhoria da qualidade desse serviço de acompanhamento médico-obstétrico, assistência ao parto e garantia de atendimento aos casos de aborto espontâneo ou dos casos de aborto previstos em lei.
- ✓ Estímulo ao parto normal e melhoria da atenção ao parto incluindo a enfermagem obstétrica no rol de cuidados, bem como integração de esforços com o âmbito estadual para garantir acesso à maternidade com leito obstétrico referenciado, transporte para a maternidade na hora do parto e atenção humanizada e qualificada.
- ✓ Campanhas de incentivo à paternidade responsável.
- ✓ Campanhas de incentivo ao aleitamento e doação de leite materno.
- ✓ Monitoramento e controle da mortalidade materna e infantil, por meio de comitês específicos, visando redução dos índices nas cidades.
- ✓ Garantia de locais apropriados à amamentação nas repartições públicas e adoção da coleta itinerante de leite materno.
- ✓ Ampliar e investir na qualidade do atendimento da Atenção Básica de Saúde com mais equipes de saúde da família urbana\rural, reabrir as Unidades Básicas de Saúde fechadas e investir em novas unidades.
- ✓ Implantação do PAISM (Programa de Municipal de Atenção Integral à Saúde da Mulher).
- ✓ Implantar Programa de Mulheres Líderes multiplicadoras de cuidados de saúde para somar esforços com a Atenção Básica de Saúde.
- ✓ Garantia dos Direitos Sexuais e Reprodutivos desde a atuação da atenção básica.
- ✓ Fortalecer e ampliar o programa de planejamento reprodutivo, com métodos de longa duração, como o DIU.
- ✓ Programa de combate ao DSTs-AIDS e sobre sexo seguro, prevenção à doenças sexualmente transmissíveis e gravidez precoce.

- ✓ Ampliar a oferta de remédios na rede pública e criar entrega de remédios domiciliar para os idosos e incapacitados prevenindo descontinuidade e evitando sobrecarga para as mulheres cuidadoras.
- ✓ Criar protocolos para diminuição do tempo de marcação de consultas, exames e cirurgias.
- ✓ Garantia de tratamento adequado às mulheres indígenas.

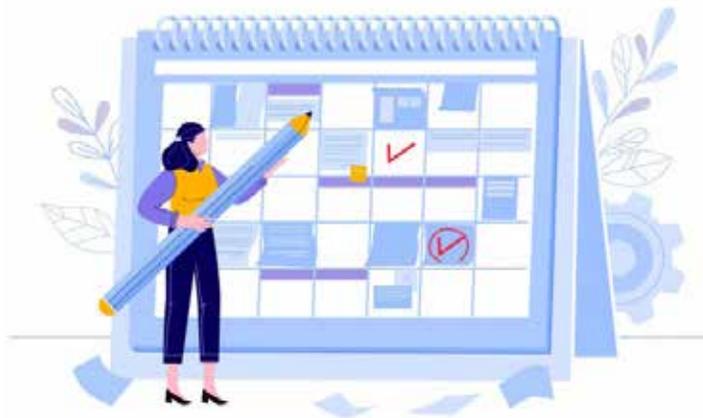
ASSISTÊNCIA SOCIAL E COMBATE À FOME

- ✓ Ampliar a distribuição de cestas básicas de alimentos e kits higiene nas comunidades assegurando apoio total às famílias com pessoas infectadas para garantir o isolamento social sustentado, necessário nesse momento de pandemia.
- ✓ O Brasil saiu pela primeira vez em sua história do mapa da fome do Mundo, em 2014, e acaba de ser anunciado que voltou a este famigerado mapa. Por isso entendemos imprescindível que o SISAN ((Sistema Nacional de Segurança Alimentar e nutricional e Soberania Alimentar), construído a partir dos municípios (por adesão), deve ser defendido como forma de garantir as políticas públicas de combate à miséria, à fome e à defesa da água (primeiro alimento) e dos alimentos “limpos”, oriundos de uma agricultura familiar (forma de produção anti-capitalista), dos povos indígenas e comunidades tradicionais de forma sustentável.
- ✓ Instituir a Renda Básica permanente que garanta condições de vida digna para as famílias mais pobres, fortaleça a economia e reduza as desigualdades.
- ✓ Valorização da agricultura familiar e sua comercialização direta assegurando preços justos à população consumidora.

RESPEITO ÉTNICO-RACIAL

- ✓ Promover o disposto na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 que reconhece a pluralidade cultural e assegura os direitos humanos, sociais e individuais, assim como liberdade, segurança e bem-estar à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira.
- ✓ Desenvolver, com a participação de representações de povos e comunidades tradicionais, a ação coordenada e sistemática com vistas a proteger os direitos dessas populações e a garantir o respeito pela sua integridade (Convenção no 169 da Organização Internacional do Trabalho - OIT sobre Povos Indígenas e Tribais, promulgada no Brasil pelo Decreto no 5.051, de 19 de abril de 2004 - unificada no Decreto no 10.088.
- ✓ Criar atos normativos de garantia dos princípios diretores da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, assinada em Paris, promulgada no Brasil pelo Decreto no 6.177, de 1o de agosto de 2007, dos quais o princípio do respeito aos direitos humanos e às liberdades fundamentais.
- ✓ Assumir o compromisso de criação e/ou fortalecimento da Secretaria Municipal de Políticas de Promoção da
- ✓ Igualdade Racial e da Cultura e os Conselhos Municipais garantindo o funcionamento com destinação de recursos do orçamento municipal, respectivamente.

ORGANIZANDO O PLANEJAMENTO



Para uma boa campanha eleitoral, ter um bom planejamento é condição fundamental. Para fazer o planejamento, reserve um dia, no mínimo oito horas de trabalho. Convide as pessoas que são suas principais apoiadoras – mulheres e homens – e que irão ajudá-la no dia a dia da pré-campanha e da campanha. Também é importante envolver os/as dirigentes partidários que coordenam o trabalho eleitoral na sua base ou no seu município.



ETAPAS PARA O PLANEJAMENTO Entendendo os cenários da disputa

Invista pelo menos uma hora do tempo do planejamento para compreender o cenário da disputa, quais candidatos/as participarão da disputa, como as principais forças políticas estão posicionadas, qual o número de votos necessários para disputar uma vaga na sua chapa, quais as principais pautas da campanha (local, estadual ou nacional) e quais as principais demandas do eleitorado. Analise também o papel da internet, redes sociais e aplicativos de mensagens (WhatsApp, Telegram, etc.) na campanha em sua cidade.



Para contribuir com o debate sobre os cenários da disputa, procure sistematizar um conjunto de dados primários, que em geral podem ser obtidos nos mapas eleitorais do TRE/TSE, como, por exemplo:

Análise de Resultados Eleitorais

- Identificar o número de eleitores e votação anterior da candidata (caso já tenha disputado antes);
- Regiões e Eleitorado (bairros e/ou distritos com maior densidade eleitoral na cidade e/ou com PCdoB organizado) e votação anterior da candidata (caso não seja a primeira candidatura);
- Evolução de votações anteriores da candidata por regiões (caso tenha disputado outras vezes) – podem ser incluídos resultados eleitorais de disputas a outros cargos também, por exemplo para prefeita, deputada estadual ou federal.

Análise de Concorrência

- Nominata de candidatos/as a vereador/a de 2012 e 2016 (concorrência direta)
- Candidaturas com mais votos naquelas regiões onde disputamos nosso maior eleitorado;
- Candidaturas com mais votos nos segmentos onde disputamos nosso maior eleitorado;
- Candidaturas a vereador/a pelo PCdoB em 2012 e 2016;
- Potenciais candidatos/as a vereador/a pelo PCdoB em 2020, áreas de atuação e faixa estimada de votos.

Análise das Legendas

- Resumo da votação de partidos para vereador/a na sua cidade, em 2004, 2008, 2012 e 2016;
- Evolução da votação de partidos para vereador/a na sua cidade nesses mesmos anos.

Quadro de Lideranças

- Lideranças que estabeleceram PARCERIA com a candidatura anteriormente (se já tiver disputado antes) e, eventualmente, com os mandatos;
- Mapa com a distribuição geográfica das LIDERANÇAS mobilizadas.

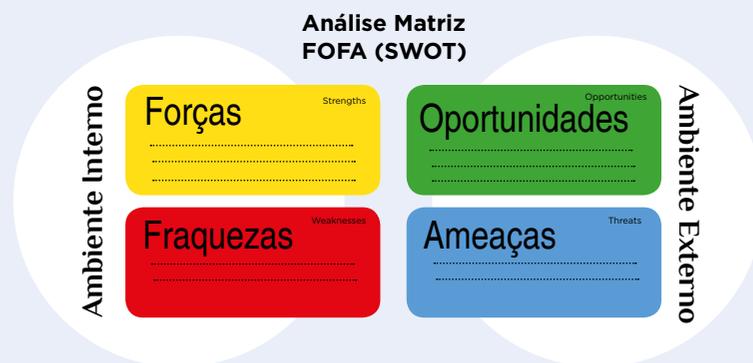
Análise de Áreas

- Regiões da sua cidade onde o Partido é organizado – dirigentes e principais lideranças;
- Bases que o PCdoB dirige, participa e/ou disputa importantes entidades do movimento social;
- Regiões e bairros de sua cidade que foram ou serão beneficiados por ações diretas do mandato de vereadora;
- - Ações do mandato (caso exista); segmentos e áreas beneficiados e lideranças.



CONHEÇA O SEU POTENCIAL E SISTEMATIZE O SEU PERFIL

Dedique no mínimo duas horas para conhecer o seu potencial, fale, e deixe as pessoas participantes falarem, sobre por que você deve ser candidata, quem sua candidatura deseja representar, quem pode se identificar e se sentir representado/a pela sua candidatura, quais bandeiras você defende e quais influenciadores/as podem te apoiar. É também nessa etapa que você vai fazer o que chamamos de matriz FOFA (Pontos Fortes, Oportunidades, Pontos Fracos e Ameaças).



Peça ao grupo que indique quais os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças da candidatura. Atenção, para não confundir:

- Pontos fortes e fracos compõem o ambiente interno e são os que a candidatura tem governabilidade e podem mudar com suas próprias ações, por exemplo: boa oratória da candidata, a disponibilidade de recursos, os apoiadores que a candidatura já tem, etc.
- Oportunidades e ameaças compõem o ambiente externo e são os que a candidatura não tem governabilidade, por exemplo: os grupos de oposição à candidatura, a mídia, as ações dos governos ou o adiamento das eleições.



Feito o diagnóstico, é muito importante correlacionar:

- 1- Quais Pontos Fortes podem potencializar quais Oportunidades.
- 2- Quais Pontos Fortes podem combater quais Ameaças.
- 3- Quais Pontos Fracos podem prejudicar quais Oportunidades.
- 4- Quais Pontos Fracos podem potencializar quais Ameaças.

ANÁLISE DE MATRIZ

Da matriz e suas correlações deriva um plano de ações para colocar em curso as estratégias para potencializar oportunidades e reduzir eventuais ameaças.

É importante também nesse item sistematizar o perfil da candidata e da candidatura. Para isso, comece relacionando os principais eventos e marcos da trajetória pessoal, profissional e política (linha do tempo). Isso contribuirá para identificar o posicionamento da candidatura e compor os elementos de apresentação e discurso da candidata.

MARCAS DA CAMPANHA

Dedique pelo menos uma hora do planejamento para investigar, por meio de debate com o grupo de planejamento, as marcas que devem/podem caracterizar a candidatura. Elas devem ser trabalhadas desde a pré-campanha, procurando reforçar e/ou construir a imagem que a candidatura já tem junto ao eleitorado ou as que deseja ter. A identificação das marcas deve contribuir para hierarquizar e validar os projetos, uma vez que ganham relevância aqueles projetos com maior incidência sobre as marcas que se espera construir e/ou reforçar e para orientar o discurso e o marketing/propaganda na pré-campanha e na campanha.

Sistematicamente devem ser buscados meios para monitorar essas marcas.

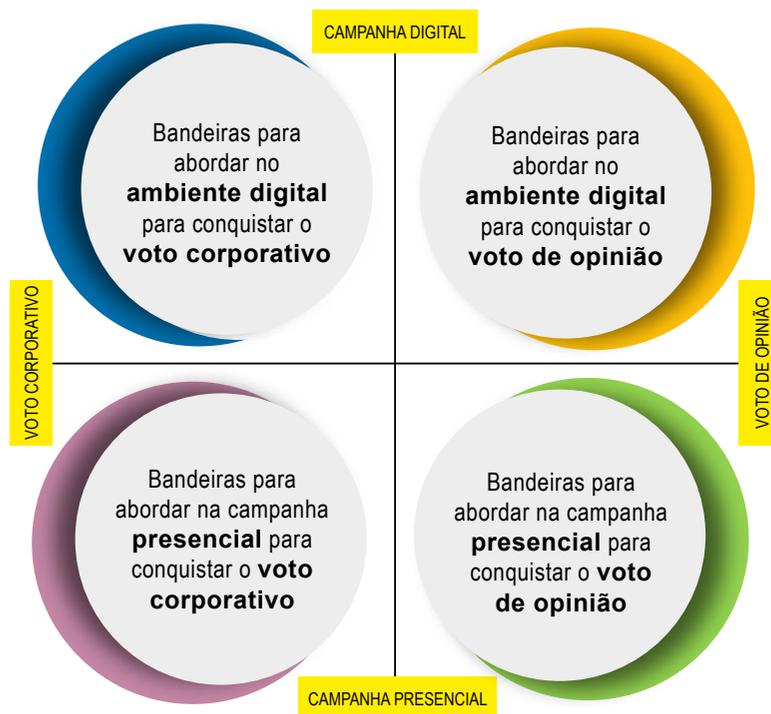
POSICIONAMENTO

Dedique no mínimo uma hora e meia para encontrar o justo posicionamento da candidatura.

O posicionamento deve ser o eixo orientador do discurso e dos espaços para obtenção do voto, firmando a identidade da campanha. Indica as linhas de acumulação para construção da pré-candidatura e da candidatura, ou os chamados eixos, pelos quais se buscará ancorar a estratégia, com vistas aos resultados pretendidos, especialmente assegurar a vitória na eleição.

O posicionamento orienta o discurso, ele é o espelho do que a candidatura defende, suas bandeiras, e de quem ela se propõe representar, o público-alvo.

Abaixo uma figura exemplificando como construir estratégias a partir do posicionamento:



MAPA DO CAMINHO

A partir dos cenários, do potencial, das marcas e do posicionamento já diagnosticados, dedique de três a quatro horas para construir o mapa do caminho da pré-campanha e da campanha. Ou seja, é hora de colocar no papel o que fazer, quando fazer, quem vai fazer, quanto vai custar e que metas pretende cumprir em um dado período. Também é importante definir na equipe o responsável pelo monitoramento do plano, que deve estar em permanente avaliação.

Na construção do planejamento é fundamental considerar as singularidades de cada etapa e as fases em que as ações precisam ser desenvolvidas.

A pré-campanha ganha muita relevância e tem pelo menos duas dimensões importantes:

- Uma dimensão organizativa, como organizar os contatos e apoiadores/as, planejar a campanha, definir identidade visual, iniciar a arrecadação pelas plataformas online (Vaquinhas – a partir de 15/05/2020);
- Uma dimensão mobilizadora, que é acionar e reunir (virtualmente) os principais apoiadores, trabalhar as redes sociais para alcançar número cada vez maior de eleitores, e, principalmente, intensificar a agenda (virtual) nos locais onde já exerce liderança, conquistar novos apoios, buscar obter apoio e engajamento de influenciadores digitais, emular apoiadores que já estão mobilizados e prontos para atuar desde a pré-campanha. Tudo isso no desafio do novo mundo virtual.

Superada a fase da pré-campanha, é preciso:

- Intensificar a mobilização e a ação de apoiadores.
- Dedicar especial atenção a apoiadores que são influenciadores digitais.
- Avaliar cotidianamente o mapa de votos e tomar as decisões necessárias (não protelar!).
- Intensificar a arrecadação.
- Intensificar a agenda de eventos online e off-line.
- Massificar o número da candidatura.
- Preparar a reta final da campanha.

O “novo normal” é virtual

Com as condições impostas pela pandemia, a comunicação pela internet ganha outro patamar de relevância.

É imprescindível apropriar-se das novas tecnologias de comunicação e informação. Fazer reuniões virtuais, lives (transmissões ao vivo) e estruturar a presença nas redes e o uso do WhatsApp e outros mensageiros como o Telegram.

Deve-se intensificar a campanha das candidatas às prefeituras e às câmaras municipais com iniciativas constantes e contínuas, como a participação em debates virtuais, engajamento nas redes sociais, compartilhamento de informações de ações, reuniões em espaços digitais para orientar suas campanhas, entre outras. Neste sentido, a resolução do PCdoB orienta a participação no debate político instalado no país, em cada localidade, para se discutir os problemas e apontar soluções que emergem da crise sanitária, econômica e política, a partir das posições já apresentadas pelo Partido nas mais diversas resoluções, nos documentos e notas sobre o tema.

Os meios de comunicação virtuais devem ser utilizados em sua plenitude. Toda atenção deve ser dada para a ação nas redes sociais e nos grupos de mensagens, usando o máximo possível de segmentação e inteligência. As redes sociais, os aplicativos de mensagens direta e os sites do PCdoB no estado são também importantes fontes e instrumentos de divulgação de conteúdo.





Projetos que podem ser realizados na campanha:

Como exemplos e para contribuir com o debate acerca da definição dos projetos e ações da pré-campanha e da campanha, relacionamos abaixo alguns projetos especiais que podem ser incorporados pela candidatura:

Ampla visibilidade da pré-candidatura – *diversidade de materiais e mídias / maximizar as agendas de massa*

- Ampla visibilidade da pré-candidatura, com diversificação de materiais e mídias (impressos, vídeos, adesivos, etc.).
- Produzir materiais gerais do mandato (quando houver), materiais específicos para segmentos, áreas de atuação e temáticos.
- Produzir materiais de mídia exterior que assegurem visibilidade da pré-campanha nas principais vias e locais de grande concentração e fluxo de pessoas nas principais regiões da cidade.
- Elaborar agendas de massas deve ser uma OBSESSÃO, claro que respeitando o período de isolamento social no enfrentamento à covid-19, e usando as tecnologias disponíveis para essa agenda massiva, como lives.

Campanha pela internet e mídias sociais

Estruturar campanha pela internet, disponibilizando conteúdos na rede e por e-mail marketing (e-mkt) e outras tecnologias de mensagens eletrônicas diretas. Diversificar os meios para divulgação: página na internet, blog, boletim eletrônico para distribuir por e-mkt, disparos de mensagens e formação de grupos segmentados de WhatsApp, e sobretudo grande mobilização de militantes nas redes sociais (animadores).

Mala-direta eletrônica

Enviar materiais pela internet. Pode-se incluir formulários para resposta para públicos determinados (cadastros, pedido de sugestões, encaminhar outros nomes para receber o material, etc.).

Entrega de material em domicílio – CASA A CASA

Estruturar equipe de distribuição de materiais em domicílio a partir de listas segmentadas das zonas eleitorais prioritárias em sua cidade. Deve-se buscar maior presença e concentração nos bairros com maiores índices de apoio nas eleições anteriores (quando houver).



Agitação, mobilização e eventos

As regras de isolamento social durante a pandemia diminuirão muito os eventos, atos políticos e comícios, mas onde houver concentração de eleitores que se encaixam no público-alvo da candidatura, deve haver um esforço para que a campanha da candidata chegue até lá, respeitando-se, sempre, as regras de isolamento social.

- Constituir uma equipe de mobilização para:

- a) Os bandeirões organizados pela militância em pontos de grande circulação devem ser mantidos e potencializados, com farta distribuição de material de propaganda da candidatura.
- b) acompanhar a candidata nas suas visitas às áreas de campanha;
- c) organizar o visual nas atividades gerais da campanha majoritária – encontros, comícios, plenárias, visitas às regiões, participação em debates etc.);
- d) acompanhar a formação de comitês domiciliares/regionais e mantê-los com estoque de materiais para o trabalho na área.

Todas essas ações podem/devem ser realizadas, durante a pandemia e enquanto persistirem as medidas de distanciamento social, utilizando WhatsApp, redes sociais, instrumentos como videoconferências, lives, etc.

Força-tarefa voltada para a BASE OU SEGMENTO PRIORITÁRIO DE ATUAÇÃO

Constituir comitês de base ou segmento e elaborar plano de campanha próprio, com indicação de lideranças, contatos, estrutura necessária, materiais específicos, cronograma de atividades e compromissos do futuro mandato. Buscar articulação com entidades representativas dos diversos movimentos. Destaque para o movimento negro.

Força-tarefa TRABALHADORES E TRABALHADORAS

Constituir Comitê de Trabalhadores e Trabalhadoras e elaborar plano de campanha próprio, com indicação de lideranças, contatos, estrutura necessária, materiais específicos, cronograma de atividades e compromissos do futuro mandato. Buscar articulação com as entidades representativas do movimento sindical e das categorias.

Força-tarefa MULHERES

Constituir Comitê de Mulheres e elaborar plano de campanha próprio, com indicação de lideranças, contatos, estrutura necessária, materiais específicos, cronograma de atividades e compromissos do futuro mandato. Buscar articulação com as entidades representativas do movimento.





Força-tarefa COMUNIDADES

Constituir equipes específicas para atuação nas áreas e nos territórios prioritários, em torno das seguintes ações:

- a) fazer atividades permanentes de agitação nos bairros (agitação de bandeiras, distribuição de folhetos e outros materiais impressos, etc.);
- b) acompanhar a candidata nas suas visitas às comunidades;
- c) acompanhar os comitês domiciliares locais e mantê-los com estoque de materiais para o trabalho na área, inclusive placas nas residências;
- d) fazer o trabalho CASA A CASA nas comunidades.

Reforço e divulgação das ações do mandato legislativo ou em entidades (sempre que a candidata já tenha tido algum mandato).

Reforçar junto a cada segmento e/ou área beneficiada direta ou indiretamente por ações do mandato a importância da eleição na defesa dos seus interesses; buscar o engajamento das lideranças de cada segmento na campanha.

Cafés da manhã / almoços / jantares com a candidata

Programar atividades da pré-candidata (e candidata quando iniciar a campanha formalmente) com setores de ampliação da campanha (jornalistas, educadores, ambientalistas, empresários, atletas, estudantes, etc.). Em atendimento à Lei Eleitoral, no período de campanha propriamente dito, essas atividades deverão ser necessariamente com participação por adesão e não podem ser custeadas pela candidatura.

Engajamento de lideranças e militância

Listar, hierarquizar e contatar as principais lideranças e os militantes que apoiam ou podem apoiar a candidatura. É fundamental um contato pessoal da candidata. As lideranças e os militantes devem ser envolvidos com ações efetivas da pré-campanha e campanha (reuniões e encontros com apoiadores, assinatura de manifesto de apoio, engajamento nas redes sociais, etc.).

Compromissos da candidata

Em torno de segmentos organizados que manifestem ou possam manifestar apoio à candidatura, reproduzir carta de Compromisso da Candidata, com bandeiras e ações assumidas pelo atual (quando houver) e futuro mandatos. Pode-se utilizar o Compromisso da Candidata em diferentes meios: mala-direta segmentada, e-mail marketing, postagens nas redes sociais, panfletos, mídias sociais, anúncios de jornal e lançamentos em eventos com segmentos.

Manifestos de apoio à candidata

Elaborar manifestos de apoio à candidatura para ser assinado por personalidades, lideranças e apoiadores/as nos diversos locais e segmentos onde a campanha chegar. Os manifestos poderão ser publicados na internet, impressos em material próprio e/ou veiculados em jornais de grande circulação sob a forma de anúncio, a depender da dimensão que cada um alcançar.

Participação nos principais eventos e agendas da candidatura majoritária

Programar a participação nas atividades e agendas gerais da campanha majoritária. A equipe de Eventos e Mobilização, bem como os Comitês, onde houver, devem garantir grande visibilidade da campanha em todas as atividades da campanha a prefeito/a, sobretudo quando a candidatura majoritária for própria do PCdoB.

Banquinha de apoio nas ruas

Um instrumento permitido pela legislação eleitoral e muito eficaz é a colocação de mesas para distribuição de material de campanha nas vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. Escolha bem o local para instalação destas mesas, escale pessoas comunicativas e que estejam compromissadas com a candidatura para ficar nelas e, na medida do possível, mantenha-as no mesmo local durante toda a campanha. Pode ser uma alternativa às candidaturas que não tem como manter um comitê fixo.

Conselho político da campanha

Constituir grupo de lideranças políticas, empresários, amigos (em torno de 30 pessoas é um bom número) que possam reunir-se com a candidata, configurando uma rede de apoio com os segmentos prioritários de campanha. Não esqueça de contemplar dirigentes partidários que possam contribuir com a direção política da campanha.

Uso racional de recursos, captação e arrecadação

Elaborar o orçamento da pré-campanha e da campanha, estruturar sistema de gestão dos recursos e constituir amplo movimento de captação de recursos e arrecadação para a campanha com apoiadores e militantes, distribuídos por patamares e faixas de contribuições; avalie a possibilidade de organizar jantares de arrecadação; desenvolver campanha de doação militante de forma presencial e eletrônica.



LEGISLAÇÃO ELEITORAL E PRESTAÇÃO DE CONTAS



Antes de iniciar uma campanha eleitoral é importante que dirigentes, coordenadores e candidatas tenham conhecimento prévio sobre a legislação eleitoral e entendam o que é permitido ou não antes de planejar a propaganda eleitoral.

Para auxiliar e orientar as candidatas, o partido, por meio da secretaria nacional da Mulher, está dando suporte jurídico para apoiar as candidaturas femininas e está produzindo materiais informativos com orientações sobre a propaganda eleitoral, contas eleitorais e execução financeira, além de disponibilizar modelos de contratos para utilização nas campanhas.

A consultoria jurídica irá ajudar na estruturação das candidaturas de mulheres do PCdoB. Serão disponibilizados vários pequenos vídeos com dicas jurídicas sobre os principais cuidados que as candidatas devem ter.

A página eleitoral do PCdoB tem um módulo da secretaria com várias informações e esclarecimentos voltados para as candidatas do partido: <https://eleicoes.pcdob.org.br/mulher/>

Conteúdos sobre a legislação eleitoral podem ser acessados [AQUI](#) e trazem detalhes do que pode e o que não pode ser feito durante o pleito.

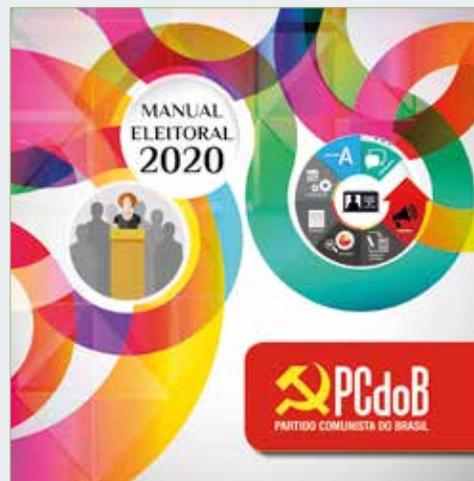
Além dos materiais informativos, a assessoria está sendo prestada por meio de encontros virtuais por estado ou região, previamente agendados sob a coordenação das respectivas secretarias estaduais de mulheres, para apresentação das regras eleitorais.

O partido também criou canais de comunicação diretos para facilitar o contato.

A advogada Carol Lobo está assessorando este trabalho e informa que a secretaria estará à disposição das candidatas até o dia 15 de dezembro, data de entrega da prestação de contas. Ela pode ser consultada através do WhatsApp (31) 99420-6510.

MANUAL ELEITORAL

Outro instrumento de consulta importante é o *Manual Eleitoral* publicado pelo PCdoB em junho 2020 e que traz muitas informações sobre a legislação eleitoral, **prestação de contas**, planejamento e dicas de campanha.



[Clique na imagem para acessar o MANUAL](#)

Com a promulgação da Emenda Constitucional (EC) nº 107/2020, que adia eleições municipais para 15 (1º turno) e 29 de novembro (2º turno), fica estabelecida a prorrogação de diversas datas do calendário eleitoral. Confira as principais:



A partir de 11 de agosto: emissoras ficam proibidas de transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena de cancelamento do registro do beneficiário;

31 de agosto a 16 de setembro: período destinado às convenções partidárias e à definição sobre coligações;

26 de setembro: prazo para registro das candidaturas;

A partir de 26 de setembro: prazo para que a Justiça Eleitoral convoque partidos e representação das emissoras de rádio e TV para elaborarem plano de mídia;

Após 26 de setembro: início da propaganda eleitoral, também na internet;

9 de outubro: início da veiculação do horário eleitoral gratuito no rádio e na TV

27 de outubro: prazo para partidos políticos, coligações e candidatos divulgarem relatório discriminando as transferências do Fundo Partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (Fundo Eleitoral), os recursos em dinheiro e os estimáveis em dinheiro recebidos, bem como os gastos realizados;

15 de novembro: **primeiro turno** da eleição;

29 de novembro: **segundo turno** da eleição;

Até 15 de dezembro: prazo para o encaminhamento à Justiça Eleitoral do conjunto das **prestações de contas de campanha** dos candidatos e dos partidos políticos, relativamente ao primeiro turno e, onde houver, ao segundo turno das eleições;

Até 18 de dezembro: será realizada a diplomação dos candidatos eleitos em todo país, salvo nos casos em que as eleições ainda não tiverem sido realizadas.

[Acesse aqui a PEC nº 18/2020 na íntegra](#)

O NOVO CALENDÁRIO ELEITORAL

os prazos da eleição de 2020 depois de aprovada a PEC

	data inicial	nova data
abertura da janela para convenções partidárias	20.jul	31.ago
início do registro de candidatos	20.jul	31.ago
são vedadas algumas condutas por parte de agentes públicos, como nomeações, exonerações e contratações	4.jul	15.ago
candidatos passam a ter direito de reposta à divulgação de conteúdo difamatório, calunioso ou injurioso pela mídia; é feito o cálculo do tempo da propaganda eleitoral no rádio e na TV	20.jul	31.ago
último dia para convenções de escolha de candidatos	15.ago	16.set
último dia para que registros de candidaturas sejam protocolados na Justiça Eleitoral, via internet	15.ago	26.set
VOTE propaganda eleitoral passa a ser permitida, inclusive na internet - por meio físico os requerimentos devem ser protocolados até 19h de 15 de agosto	16.ago	26.set
veiculação do horário eleitoral gratuito no rádio e na TV	28.ago a 1º.out	9.out a 12.nov
candidatos não poderão ser presos , salvo no caso de flagrante delito	19.set	31.out
distribuição de santinhos e realização de carreatas e passeatas	até 3.out	até 14.nov
realização de comícios	até 1º.out	até 12.nov
1º turno	4.out.	15.nov
2º turno	25.out	29.nov
diplomação dos eleitos	até 18.dez	até 18.dez



ORIENTAÇÕES E DICAS DE COMUNICAÇÃO

Cada fase da campanha corresponde a desafios e tarefas específicas. É preciso ter o ritmo adequado para cada fase, com o risco de ou nos faltar fôlego na reta final, por termos acelerado demais no início, ou de não acumularmos força suficiente para fazer os movimentos decisivos no final da campanha.

Campanha eleitoral requer ousadia e dedicação, mas não comporta idealizações. Portanto, devemos fazer a campanha explorando ao máximo nossas reais capacidades políticas, materiais e financeiras. Daí ser fundamental observar atentamente as iniciativas em cada fase da campanha de acordo com o planejamento previamente definido.

A COMUNICAÇÃO É O CORAÇÃO DA CAMPANHA. NESTA ÁREA:

- **Deve-se desenhar o projeto de comunicação de acordo com o perfil da candidata e o cargo pretendido;**
- **As ideias e propostas da campanha devem refletir as reais necessidades do eleitor, por isso é importante acertar com clareza o que a candidata pretende e pode fazer;**
- **É importante definir sua base eleitoral e atuar com maior ênfase nela;**
- **Identificar as oportunidades para posicionamento de opiniões, da participação, confecção e distribuição de cada material.**



NOVAS REGRAS DA PROPAGANDA ELEITORAL

As principais alterações legislativas, nas regras eleitorais que valerão para o pleito de 2020 referente à Propaganda Eleitoral, constam na Resolução do TSE de nº 23.610/2019. Ela dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral, e reproduz o disposto no artigo 36-A, da Lei nº 9.504/1997.

O segundo capítulo dessa resolução trata da propaganda em geral, ou seja, de todo meio de comunicação empregado na campanha, seja no material impresso, seja na internet, na TV ou no rádio. E o artigo 10 dessa resolução estabelece o seguinte: “A propaganda, qualquer que seja 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”.

É bom ficar atento, já que o inciso segundo deste artigo prevê que “a Justiça Eleitoral adotará medidas para impedir ou fazer cessar imediatamente a propaganda realizada com infração do disposto neste artigo”.

É importante saber também que em qualquer meio de propaganda, no que trata de coligação na eleição majoritária, deverá aparecer, obrigatoriamente, sob a sua denominação, as legendas de todos os partidos políticos que a integram (Lei nº 9.504/1997, art. 6º, § 2º).

E ainda: Na propaganda “dos candidatos a cargo majoritário deverão constar também os nomes dos candidatos a vice” conforme a lei, “de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular”.

E mais: O parágrafo único desse dispositivo dispõe que a verificação será feita “de acordo com a proporção entre os tamanhos das fontes (altura e comprimento das letras) empregadas na grafia dos nomes dos candidatos, sem prejuízo da aferição da legibilidade e da clareza”.



A COMUNICAÇÃO EM CADA FASE DA CAMPANHA

1ª Fase - Lançamento e ampliação

Neste momento a campanha já terá tido início oficialmente. A candidata já se apresenta como tal, pedindo abertamente o voto à população. É o momento de apresentação da candidatura de forma massiva.

- Atividades de lançamento da candidatura.
- Ampla divulgação do programa da candidata.
- Preparação de materiais específicos para áreas e setores de ampliação.
- Amarração de apoiadores.
- Formação de comitês domiciliares (apoiadores).

2ª Fase - Expansão

É a fase do rádio e da TV. O esforço da equipe de comunicação se concentra nesse importante instrumento de campanha que ingressa nos lares de milhões de brasileiros. É o momento da massificação. A coordenação de uma

agenda diária de atividades, pensada estrategicamente, é fundamental nesta fase.

3ª Fase - Explosão e reta final

A preparação da fase final é a tarefa principal da coordenação. Garantir que o eleitor chegue à sessão eleitoral com a colinha da candidata é o principal objetivo desta fase. Isso não se dá apenas no dia da eleição. Há uma tendência de o eleitor decidir seu voto nos últimos quinze dias antes das eleições. Principalmente no caso dos proporcionais, as duas últimas semanas são decisivas. Por isso, é importante a divulgação massiva do nome e do número da candidata.



MOTE DA CAMPANHA

A partir da identificação da marca da campanha e de uma plataforma de propostas, a comunicação tem de destripar essas informações para serem amplamente divulgadas aos eleitores. A apresentação da candidata é essencial nas primeiras fases. As pessoas, principalmente da base de apoiadores, podem até conhecer a candidata, mas, além disso, precisam saber de sua candidatura a vereadora ou prefeita.



APRESENTAÇÃO DA CANDIDATA

Os materiais de apresentação que serão utilizados nas primeiras fases da campanha precisam ter uma boa biografia da candidata, que destaque as suas principais ações públicas, uma boa foto, uma lista de propostas e uma posição política da candidata diante do tema principal da campanha.

A foto

Durante a eleição, os materiais de campanha deverão conter várias fotos da candidata em distintas situações. Porém, já se convencionou, nas comunicações eleitorais,

que uma das fotos utilizadas é padrão (oficial), ou seja, todos os materiais devem ter a mesma foto principal de identificação da candidata. Essa imagem deve ser a mesma que será utilizada na urna eletrônica, porque facilita a identificação da candidata pelo eleitor que, na hora de votar, não terá dúvidas de que aquele rosto que apareceu na urna eletrônica é o da candidata por ele escolhida.

Cuidado com o uso exagerado de photoshop ou filtros que deixam, muitas vezes, a candidata irreconhecível.



A foto deve ser feita preferencialmente por um fotógrafo profissional para garantir a qualidade. A cor de fundo deve ser clara, de preferência branca, o enquadramento do busto para cima (corpo enviesado, cabeça para a frente), sem cortar os ombros nas laterais, com traje aceitável para fotografia oficial e evitar adornos.

- Cuidados com a aparência sempre ajudam.
- As que usam óculos no dia a dia devem mantê-los na fotografia.
- Procure usar roupas sóbrias na hora de tirar a foto.

Para as candidatas que usam maquiagem, sugerimos algo natural, leve, sem exageros. Nada de sombras fortes, batom excessivo. Geralmente, as fotos em que a candidata aparece com uma fisionomia alegre e descontraída são as melhores. Candidatas com sorrisos muito abertos passam uma sensação de falsidade e falta de seriedade. Já as que aparecem com fisionomia muito sisuda e fechada passam impressão de egoísmo e arrogância. Portanto, procure um meio termo. O mais importante: seja você mesma!

Exemplos de boas fotos:



Logomarca

É importante ter claro que foto e logo não ganham votos. Mas uma campanha com visual desleixado e amador pode ser bastante prejudicial, principalmente se desrespeitar uma regra básica da comunicação: a de transmitir a informação com clareza. As duas informações mais importantes para o eleitor fixar a candidata são o nome e o número, já que a votação será eletrônica. Assim, relacionar o nome a um número de forma eficiente é essencial.

A definição da logomarca da candidatura deve atender aos seguintes aspectos:

- 1 – **CLAREZA** – as informações contidas na marca devem ser de fácil leitura. Deve-se trabalhar com uma marca limpa.
- 2 – **EQUILÍBRIO** – os elementos devem estar equilibrados, sobretudo nome e número, com maior destaque para o número.
- 3 – **COERÊNCIA E UNIDADE** – cuide para que a marca da campanha transmita, graficamente, o perfil da candidatura. Adotar um símbolo (ilustração) pode ser útil neste sentido. Escolha uma ou duas cores predominantes para a identidade visual da campanha e procure mantê-las durante toda a campanha, isso ajuda a criar uma marca visual forte e que fica na memória do eleitor.
- 4 – **CORREÇÃO** – Evite usar em sua logo elementos (fontes ou imagens) que possam gerar problemas com direitos autorais e lembre-se que todo material de campanha deve obrigatoriamente mostrar o nome do partido. Se for candidatura majoritária coligada, deve constar o nome da coligação e os partidos que a integram. No caso de candidatas a prefeita, o nome do(a) vice deve ser grafado com, no mínimo, 30% do tamanho do nome da(o) candidata(o) a prefeita(o).

Na página eleitoral do PCdoB estão disponíveis para serem baixados arquivos do logotipo do partido e do Movimento 65. Acesse aqui: <https://eleicoes.pcdob.org.br/>

Slogan

Definidos o perfil da candidata, seu programa e o tema principal, pode-se procurar sintetizar essas ideias em uma frase, um *slogan*, que resuma de forma simples toda a plataforma da candidata. Os slogans de campanha são importantes principalmente nas campanhas majoritárias. O *slogan* é uma ideia que estará presente em toda a campanha, mesmo que não seja utilizada em todos os materiais. Ele expressa o posicionamento geral da campanha e ajuda a unificar o discurso em torno da candidatura.

Exemplos de logomarcas e *slogans*:



"Agora é Manuela"

"A Esperança é Marcivânia"



Jingle

Muitos gostam de usar esse artifício. Ajuda a fixar o nome e o número. Precisa ter um bom refrão, chamado de chicletinho, para ficar na cabeça do eleitor. O *jingle* da campanha é usado em carros de som, comícios, atividades variadas, e nos horários eleitorais de rádio e TV. No caso do rádio, pode-se produzir o *jingle* já em consonância com o tempo que a candidata terá. O refrão também pode ser utilizado nas vinhetas da TV.

Na confecção de um bom *jingle* de campanha, valem alguns conselhos: o *jingle* tem de ter musicalidade; precisa ter uma só ideia – a ideia-força da campanha – e ser muito curto; não peça um *jingle* para um amigo ou

apoiador – dificilmente ele vai acertar a mão e depois vai ficar magoado porque você não gostou do trabalho dele; se puder, contrate uma agência ou produtora profissional; o *jingle* precisa ser tocado insistentemente – não adianta nada fazer um excelente *jingle* se ele não for utilizado com intensidade.



USO DO CELULAR

As últimas pesquisas mostram que a internet ainda não é acessível para a maioria da população no Brasil, mas, segundo dados do IBGE divulgados em 29 de abril deste ano, o celular é o principal meio de acesso à internet no país, usado por quase todos os brasileiros: 98,1%. É, portanto, um instrumento com enorme potencial para atingir eleitores.

Ainda de acordo com a pesquisa, dos que acessam a internet pelo celular, 95,7% a usam para enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos de mensagens, como WhatsApp e Telegram, entre outros.

PROPAGANDA NA INTERNET

A propaganda eleitoral na internet poderá ser feita, gratuitamente, por meio de sites, blogs, redes sociais, mensagens diretas. Mas é proibido, ainda que gratuitamente, fazer propaganda eleitoral em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos.



DICA: É preciso aproveitar a internet para divulgar ao máximo de eleitores o caminho para se ter informações completas da candidatura. Uma boa opção é a ferramenta LINKTREE (<https://linktr.ee/>) que agrupa numa única página os links para todas as suas redes sociais e conteúdos online. Veja, por exemplo, como fez a candidata Manuela D'Ávila: <https://linktr.ee/manueladavila>



- ✓ É necessário ter pessoas qualificadas profissionalmente para produzir a campanha via internet/redes sociais e utilizar todas as funcionalidades para ampliar o público, fazer uso da segmentação;
- ✓ Deve-se ter uma mala de e-mails organizada e segmentada;
- ✓ Ter organizados os contatos telefônicos, por apoiadores, lideranças, amigos, profissionais, simpatizantes (mensagens diretas);
- ✓ É preciso produzir conteúdo próprio para as redes sociais e para aplicativos de comunicação direta;
- ✓ Estruturar políticas de conteúdo segmentadas para públicos de interesse.

Importante

As mensagens enviadas por e-mail precisam ter mecanismos de cancelamento, ou descadastramento do destinatário. O cancelamento deve ocorrer no prazo máximo de 48 horas após a data da solicitação do destinatário.



REDES SOCIAIS

É permitido divulgar opinião política, posicionamento e propostas para os problemas da cidade. Recomenda-se a produção de conteúdo focada em temas cotidianos, acessíveis e com linguagem clara.

As redes são de grande relevância para as campanhas e devem ser tratadas como tal. A divulgação é um trabalho sério, por isso não deve ser tratada de forma caseira, há profissionais capacitados nesta área. É preciso investir tempo e dinheiro.

É fundamental ter uma presença destacada nas redes sociais, especialmente no Facebook. Para se ter uma ideia,

somos 150 milhões de eleitores no Brasil, e quase 130 milhões de brasileiros têm perfil nesta rede social. Segundo indicam pesquisas, o Brasil é terceiro país com maior número de usuários dessa rede social. Entretanto, também devem ser utilizadas outras redes, como WhatsApp (120 milhões), Youtube (98 milhões), Instagram (69 milhões) e Twitter (41 milhões). É preciso entender as formas de utilização de cada uma delas e, para facilitar a atuação nessas redes sociais, é preciso dividi-las em eixos:

- ✓ 1. Comunicação direta por aplicativo de celular (WhatsApp e Telegram);
- ✓ 2. Redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram e Youtube;
- ✓ 3. Impulsioneamento de páginas e de conteúdo (partido e candidata).

As publicações e postagens devem ser feitas de forma contínua e com volume suficiente. É necessário ainda ter pessoa gabaritada para interagir com o internauta, moderando e respondendo os comentários, inclusive apagando comentários quando for preciso e denunciando ataques grosseiros. Sempre que possível, interaja de forma direta com os seguidores, através de mensagem privada.

É preciso planejar com cuidado a produção de conteúdo e organizar as publicações cotidianas, mas também é preciso ser dinâmico e estar conectado com os assuntos do momento, dando opinião e orientação aos seus seguidores. As redes também são espaços privilegiados para divulgar a agenda da candidata e registrar declarações de apoio.

Importante

RESPEITE o formato, as regras e as características de cada rede. Por exemplo: não publique imagens cheias de textos no Instagram, grave vídeos curtos para o Youtube, use o Twitter para opinar sobre temas da conjuntura e evite textos longos no Facebook e WhatsApp.

Conteúdo de informação no perfil ou página

É importante que a página na internet tenha em destaque o nome, número e a foto da candidata.

Dependendo do espaço que cada rede social disponibiliza, sugerimos que sejam incluídos:

- ✓ Contato;
- ✓ Agenda atualizada da candidata;
- ✓ Download de materiais (folder, cédula, foto, jingle);
- ✓ Apresentação da candidata (biografia e miniperfil);
- ✓ Vídeo de apresentação da candidata;
- ✓ Plano de governo (para os majoritários) e propostas de atuação e defesas (proporcional);
- ✓ Programas de TV;
- ✓ Outros vídeos da campanha;
- ✓ Rádio (com áudios variados da candidata);
- ✓ Cadastro para os que quiserem receber em seus e-mails as notícias da candidatura.

Interatividade

As possibilidades de interatividade são um dos principais atrativos da rede mundial. Esse papel tende a se expandir cada vez mais através das redes sociais. Por isso, as campanhas das candidatas a prefeitas e vereadoras devem dar grande prioridade a esse instrumento, principalmente explorando todas as suas ferramentas, com destaque para as que permitirem a interatividade.

IMPULSIONAMENTO

Está permitido o impulsionamento ou anúncios pagos nas redes sociais nestas eleições, que poderá ser feito por meio das páginas de partido, coligação e candidatas. O pagamento se restringe ao administrador financeiro. Importante ficar atento às diversas regras para essas condições. Uma delas é a necessidade de conter, no anúncio ou impulsionamento, o CNPJ (somente de Partido, Coligação ou Candidata) ou CPF, além da expressão Propaganda Eleitoral.

Fake news e uso de robôs

Como forma de dificultar o compartilhamento de mensagens falsas, que visam a destruir a imagem de candidatos/as, está proibido nestas eleições o uso de impulsionamento para esse fim. Dessa forma, os provedores de aplicativos devem ter ferramentas que restrinjam o impulsionamento de mensagens falsas. Outra novidade nas regras desta eleição é a vedação do uso de outros dispositivos ou programas, como robôs.

A Justiça Eleitoral disponibiliza o [hotsite Fato ou Boato?](#) que condensa diversos informativos, em texto e em vídeo, para ajudar na identificação de notícias falsas.



ATENÇÃO

Segundo a Resolução 23.610/2019 que trata da propaganda, **NÃO é permitido fazer propaganda via telemarketing** em qualquer horário, bem como por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas, sem anuência do destinatário. Nem por aplicativo de mensagem direta, nem por SMS (short message service – serviço de mensagem curta) por celular.

A precaução da legislação eleitoral neste quesito é para que não se contrate empresas que fazem esse tipo de serviço (disparo em massa). Entretanto, enviar mensagens por WhatsApp/Telegram, ou por SMS do celular, pelo próprio mecanismo destes aplicativos, não fere a lei.

Direito de resposta na internet

O exercício do direito de resposta é regulado, nas eleições de 2020, no Capítulo IV, da Resolução TSE nº 23.608, de 18/12/2019, nos seus artigos 31 a 43. A partir da escolha da candidata na Convenção Eleitoral, é assegurado o exercício do direito de resposta ao candidato, ao partido político, ou à coligação atingidos, mesmo que de forma indireta, por conceito, imagem, ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa, ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

A Resolução do TSE 23.608/2019 prevê os prazos e as medidas necessárias para o requerimento judicial destinado ao exercício do direito de resposta em:

1. órgão de imprensa escrita – no prazo de 3 dias;
2. programação normal das emissoras de rádio e televisão – no prazo de 2 dias;
3. horário eleitoral gratuito – no prazo de 1 dia;
4. propaganda eleitoral pela internet – enquanto a ofensa estiver sendo veiculada, ou no prazo de três dias, contados da sua retirada.



DICA: Na internet há um portal que reúne os principais temas relacionados ao pleito referente à Justiça Eleitoral. Os conteúdos servem para candidatas, mesários e outros interessados: Portal das Eleições (<http://www.justicaeleitoral.jus.br/eleicoes/>).

PROPAGANDA NA IMPRENSA ESCRITA: JORNAIS

Está autorizada até a antevéspera das eleições (13 de novembro), desde que sejam no máximo dez anúncios por veículo, em datas diversas, por candidato. Nela deverá constar, de forma legível, o valor pago. A dimensão deve ser de um oitavo de página de jornal padrão e de um quarto de página de revista ou tabloide. Também é permitida a reprodução na internet do jornal impresso.

ATENÇÃO! É permitida a divulgação de opinião favorável a candidato, a partido político ou a coligação pela imprensa escrita, desde que não seja matéria paga. No entanto, eventuais abusos ou o uso indevido dos meios de comunicação estarão sujeitos a apuração e punição. É PROIBIDA a publicação de propaganda eleitoral que exceda a 10 anúncios, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, num espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

MATERIAL IMPRESSO

A regra continua a mesma das últimas eleições. É permitida até as 22h do dia que antecede as eleições (14 de novembro) e independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral por meio de distribuição de folhetos, adesivos, volantes e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido político, da coligação ou da candidata.

Importante

Todo material deve conter CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou (gráfica), e a respectiva tiragem. Todos os materiais de campanha devem ter o nome da legenda partidária ou coligação da candidata.

Orientações

Além do famoso “santinho” (também chamado de “cédula”), é preciso fazer pelo menos um folder de apresentação da candidata e um elenco de propostas. É preciso dar um tratamento cuidadoso ao conteúdo desses textos, pensando sempre no público-alvo desses materiais.

O tratamento dos textos

O público em geral tem pouco hábito de leitura. Portanto, produzir materiais com textos extensos pode ter resultado pequeno. Ele deve ser sempre bastante claro e objetivo e utilizar palavras simples do cotidiano da população. Importante que todos os textos desses impressos tenham coerência textual, passem por revisão ortográfica e gramatical.



DICA: Santinhos e folhetos não terão serventia nenhuma após a votação. Portanto, não deixe o seu material impresso “morrer” nos comitês. Faça um planejamento de distribuição de forma a garantir que até a véspera da eleição (14 de novembro) 100% do material produzido para a campanha tenha sido distribuído.

IMPORTANTE:

Pouco adianta você convencer o eleitor a te dar seu voto se, no dia da eleição, ele não souber qual é seu número de candidata. E está comprovado que a imensa maioria dos eleitores não decora o número, particularmente dos(as) candidatos(as) proporcionais. Por isso, é IMPRENSCINDÍVEL que a campanha garanta que seus eleitores e eleitoras tenham, no dia da votação, uma colinha para não errar o voto. Esta colinha deve chegar às mãos deles de todas as formas possíveis permitidas por lei. As mais eficazes são: a mala direta via Correios, a distribuição de santinhos, folhetos e adesivos casa a casa, a visita de apoiadores e o envio antecipado de mensagem via WhatsApp ou redes sociais para que o eleitor possa anotar o número da candidata em um papel. Lembre-se que é proibido ao eleitor entrar na cabina de votação com celular. Mas com a colinha impressa ele pode entrar.

**Alerta**

É PROIBIDA no dia da eleição a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca-de-urna e a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos. Também é PROIBIDO espalhar material de propaganda no local de votação ou nas vias próximas, ainda que feito na véspera da eleição, sujeitando-se os infratores a multa e apuração criminal.

Também são vedados, no dia do pleito, até o término da votação, a aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado e itens de propaganda de modo a caracterizar manifestação coletiva, com ou sem utilização de veículos.

No dia da votação, é permitida apenas a manifestação individual e silenciosa da preferência pelo partido ou candidato, com uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos.

COMITÊS DE CAMPANHA

Comitê central – As candidatas, os partidos políticos e as coligações poderão inscrever, na sede do comitê central de campanha, a sua designação, bem como o nome e o número do candidato, em dimensões que não excedam a 4m² (quatro metros quadrados).

Demais comitês de campanha – Nos demais comitês de campanha, que não o central, a divulgação dos dados da candidatura deverá observar o limite de 0,5m² (meio metro quadrado), previsto no art. 37, § 2º, da Lei nº 9.504/1997. É PROIBIDA a justaposição de propaganda que exceda as dimensões estabelecidas, em razão do efeito visual único, ainda que se tenha respeitado, individualmente, os limites respectivos.



ATENÇÃO! As candidatas, os partidos políticos e as coligações deverão informar, no requerimento de registro de candidatura e no demonstrativo de regularidade de dados partidários, o endereço do seu comitê central de campanha.

OUTROS TIPOS DE PROPAGANDA

Comício – Pode ser realizado a partir do dia 27 de setembro até 48 horas antes do dia das eleições (15 de novembro de 2020), no horário compreendido entre as 8h e as 24h, com exceção do comício de encerramento

da campanha, que poderá ser prorrogado por mais duas horas. Indepe de licença da polícia a realização deste tipo de propaganda. No entanto, as autoridades policiais devem ser comunicadas em, no mínimo, 24h antes de sua realização.

 **ATENÇÃO!** Também pode ser utilizada aparelhagem de sonorização fixa e trio elétrico, desde que esta permaneça parada durante o evento, servindo como mero suporte para sua sonorização. SÃO PROIBIDAS a realização de showmício ou de evento assemelhado e a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animação.

 **ATENÇÃO!** As candidatas profissionais da classe artística poderão exercer as atividades normais de sua profissão durante o período eleitoral, exceto em programas de rádio e de televisão, na animação de comício ou para divulgação, ainda que de forma dissimulada, de sua candidatura ou de campanha eleitoral.

Alto Falantes e amplificadores de som – O funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som somente é permitido a partir do dia 27 de setembro até a véspera da eleição (14 de novembro de 2020), entre as 8h e as 22h. É PROIBIDO utilizar som a menos de 200 metros das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos Tribunais Judiciais, dos quartéis e de outros estabelecimentos militares; dos hospitais e casas de saúde; das escolas, das bibliotecas públicas, das igrejas e dos teatros, quando em funcionamento.

Carros de som e minitrios – A sonorização móvel, utilizada nos carros de som e minitrios elétricos, pode ser feita das 08h às 22h, todos os dias, inclusive feriados e finais de semana, apenas para caminhadas, carreatas e passeatas ou durante a realização de comícios. Porém,

é necessário observar o limite máximo de 80 (oitenta) decibéis de nível de pressão sonora, medido a sete metros de distância do veículo.

 **ATENÇÃO!** Não é possível utilizar microfone durante a carreata ou passeata, já que estes atos não podem ser transformados em comício.

Os trios elétricos (veículo automotor equipado com aparelhagem de som com potência nominal de amplificação maior que 20.000 watts) podem ser utilizados unicamente em comícios.

Camisetas, chaveiros, bonés, canetas e brindes – É PROIBIDA na campanha eleitoral confecção, utilização, distribuição por comitê, candidata, ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor.

É permitido o uso de bandeiras, broches, dísticos, adesivos, camisetas e outros adornos semelhantes pelo eleitor, como forma de manifestação de suas preferências por partido político, coligação ou candidato.

Bandeiras e mesas para distribuição de materiais – É permitida a colocação de mesas para distribuição de material de campanha e a utilização de bandeiras ao longo de vias públicas, desde que sejam móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

ATENÇÃO! As mesas e as bandeiras devem ser colocadas e retiradas diariamente, entre 6h e 22h.

Bens Públicos e bens particulares de uso comum – É PROIBIDA a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bone-

cos e assemelhados, nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus, calçadas e praças e outros equipamentos urbanos.

Quem fizer propaganda com cavaletes e faixas em vias públicas será notificado para retirar a propaganda irregular.

ATENÇÃO! Bens de uso comum, para fins eleitorais, são aqueles a que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada.

Bens particulares – É permitido uso de adesivos plásticos em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).



ATENÇÃO! A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade. É PROIBIDA a justaposição de adesivos se a dimensão total da propaganda extrapolar 0,5 m², em razão do efeito visual único.

Adesivos em veículos – É permitido colar adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, até a dimensão máxima de 0,5 m² (meio metro quadrado). A prática de cobrir o carro totalmente com adesivo (envelopamento) está proibida, mesmo que seja o carro de som da campanha ou o carro do próprio candidato.



ATENÇÃO! Estes adesivos de carro (perfurados) também deverão conter o número o CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem.

Rádio e Televisão – A propaganda eleitoral no rádio e na televisão se restringirá ao horário eleitoral gratuito, a ser **veiculado do dia 9 de outubro até 12 de novembro de 2020**, para o primeiro turno. Para o segundo turno, a propaganda eleitoral gratuita será veiculada do dia 20 de novembro a 27 de novembro de 2020.

É PROIBIDA a veiculação de propaganda paga no rádio e na televisão. É PROIBIDO às emissoras transmitir, a partir de 11 de agosto, programa apresentado ou comentado por pré-candidato.



Lembrete: Nestas eleições, as candidaturas proporcionais (vereador/a) não terão direito a propaganda em bloco, somente na forma de inserções distribuídas ao longo da programação.

Por decisão do Tribunal Superior Eleitoral, a mesma regra que garantiu a aplicação de no mínimo 30% dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha para candidaturas de mulheres, também garante no mínimo 30% do tempo de propaganda gratuita no rádio e na TV para as candidatas.

Debates – As emissoras de rádio e de televisão poderão transmitir debates entre os candidatos até o dia 12 de novembro de 2020, admitida a sua extensão até as 7h do dia 13 de novembro, para o primeiro turno, e até o dia 27 de novembro, não podendo ultrapassar o horário de meia-noite, para o segundo turno.

Estes eventos deverão ser comunicados previamente à Justiça Eleitoral para que ela possa fazer o acompanhamento e deverão ser convidados a participar do debate candidatos de partidos com representação no Congresso Federal de no mínimo 5 Parlamentares, sendo facultada a presença dos demais.



LINKS ÚTEIS E FONTES DE INFORMAÇÃO PARA AS CANDIDATAS

Na internet estão disponíveis para consulta milhares de documentos e fontes de informação que podem ajudar a esclarecer dúvidas e oferecer dicas importantes para o sucesso das campanhas femininas. Com base em sugestões da assessoria jurídica do PCdoB e pesquisa direcionada, selecionamos alguns *links* relevantes:

O TSE criou o Portal das Eleições que reúne os principais temas relacionados ao pleito de 2020 referente à Justiça Eleitoral. Os conteúdos servem a candidatas/as, mesários/as e interessados/as.



▶ <http://www.justicaeleitoral.jus.br/eleicoes/>

Deste portal, destacamos algumas páginas, entre elas o *Participa Mulher*, que traz estatísticas, história e notícias sobre a participação das mulheres na política:



▶ <https://www.justicaeleitoral.jus.br/participa-mulher/>

▶ Conheça as Principais Atribuições do Prefeito: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Setembro/conheca-as-principais-atribuicoes-do-prefeito>

▶ **Vídeo** [O Que faz um prefeito](#)

▶ Vereador: conheça o papel e as funções desse representante político: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2016/Setembro/vereador-conheca-o-papel-e-as-funcoes-desserepresentante-politico>

Vídeo [O Que faz um vereador](#)

LEGISLAÇÃO ELEITORAL

▶ Resoluções que disciplinam as eleições municipais de 2020 (Calendário Eleitoral, Arrecadação e gastos, Propaganda eleitoral, Procedimentos de fiscalização e auditoria, Escolha e registro de candidatos, reclamações e pedidos de direito de resposta, Pesquisas eleitorais etc.): <https://www.justicaeleitoral.jus.br/eleicoes/normas/>

▶ **CONTAS ELEITORAIS:** Informações sobre a prestação de candidaturas e partidos: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/contas-eleitorais/contas-eleitorais-normas-e-regulamentos>

▶ **ELEITORAL BRASIL:** O site Eleitoral Brasil é um site privado criado em 2016 mas que traz de forma didática muitas informações úteis (em textos e vídeos) para ajudar a entender as regras do processo eleitoral <http://www.eleitoralbrasil.com.br/home>

COMBATE ÀS FAKE NEWS

▶ **FATO OU BOATO?** : A Justiça Eleitoral disponibiliza o hotsite *Fato ou Boato?*, que condensa diversos informativos, em texto e em vídeo, para ajudar na identificação de notícias falsas. Ele congrega as principais agências e sites de verificação da veracidade de conteúdos *on-line*. <http://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/>



MULHERES NA POLÍTICA

► **GUIA ACESSÍVEL PARA A CANDIDATURA DAS MULHERES.** Publicação da Associação Visibilidade Feminina em parceria com a Secretaria da Mulher da Câmara dos Deputados: <http://visibilidedefeminina.org/guia-candidatas>

- **PROCURADORIA ESPECIAL DA MULHER** - Senado <https://www12.senado.leg.br/institucional/procuradoria>
- **Segunda edição do livreto “Mais Mulheres na Política”.** Publicação da Secretaria de Mulheres do Senado Federal: <https://www12.senado.leg.br/institucional/procuradoria/proc-publicacoes/2a-edicao-do-livreto-mais-mulheres-na-politica>
- **ELEITAS:** Estudo e série audiovisual sobre o imaginário das mulheres latino-americanas no poder: <https://www.institutoupdate.org.br/eleitas/>
- **MOVIMENTO DEMOCRÁTICO DE MULHERES (MDM):** Portugal <https://www.mdm.org.pt/>
- **FEDERAÇÃO INTERNACIONAL DEMOCRÁTICA DAS MULHERES (FDIM):** <https://www.fdim.org.sv/en/>
- **ATENEA:** mecanismo que busca aumentar a participação política das mulheres na América Latina. Promovida em conjunto pelo PNUD, ONU Mulheres e IDEA Internacional: <https://ateneaesparidad.com/>
- **ONU MULHERES BRASIL:** Página criada em 2001 para unir, fortalecer e ampliar os esforços mundiais em defesa dos direitos humanos das mulheres: <http://www.onumulheres.org.br/>
- **BLOG AGORA É QUE SÃO ELAS:** Uma tribuna de muitas vozes femininas e feministas: <https://agoraquesaodelas.blogfolha.uol.com.br/>
- **VÍDEO “MULHERES NA POLÍTICA” - TRE-SC** <https://www.youtube.com/watch?v=qQ0JKEJORhc&feature=youtu.be>
- **OBSERVATÓRIO DA DEMOCRACIA** <https://observatoriodademocracia.org.br/>
- **GELEDÉS INSTITUTO DA MULHER NEGRA** <https://www.geledes.org.br/>

FACEBOOK:



- **Página da União Brasileira de Mulheres (UBM):** <https://www.facebook.com/ubmnacional/>
- **Página da Confederação das Mulheres Brasil (CMB):** <https://www.facebook.com/confederacaodasmulheres.brasil/>
- **Página do Instituto E Se Fosse Você? :** <https://www.facebook.com/esefossevoce>

PARTIDO

- **Portal do PCdoB** <https://pcdob.org.br/>



- **Site Eleitoral do PCdoB:** <https://eleicoes.pcdob.org.br/>
- **Documentos e Resoluções do PCdoB sobre a disputa eleitoral de 2020** (Critérios para distribuição de recursos do Fundo Eleitoral ; Campanha Nacional de Estruturação Partidária: PCdoB 65 Solidário; Resolução sobre o Plano Bienal para 2020 e 2021; Resolução política CPN 28/08/2020 e outras) <https://pcdob.org.br/documentos/>
- **Fundação Maurício Grabois (FMG):** <http://grabois.org.br/>
- **Plataformas de cursos online da FMG:** <https://grabois.eadbox.com/>



EXPEDIENTE

Este Guia Eleitoral voltado para as candidaturas femininas do PCdoB que disputam o pleito de 2020 é de inteira responsabilidade do PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL.

Publicação da Secretaria Nacional das Mulheres do PCdoB.

Exclusivamente para uso interno.

Secretária: Vanessa Grazziotin

Colaboraram:

Fórum Nacional do PCdoB sobre Emancipação das Mulheres

Grupo de Trabalho Eleitoral (GTE)

Secretaria Nacional de Administração e Finanças

Secretaria Nacional de Comunicação

Secretaria Nacional de Planejamento

Secretaria Nacional de Formação

Secretaria Nacional de Organização



Edição: jornalistas Guiomar Prates, Sueli Scutti e Cláudio Gonzalez

Produção: Editora e Livraria Anita Ltda.

Site: www.pcdob.org.br

E-mail: mulher@pcdob.org.br

REFERÊNCIAS:

- ▶ [Texto base da 3ª Conferência sobre Emancipação das Mulheres do PCdoB.](#)
- ▶ ROCHA, Ana. *O Direito das Mulheres à Cidade!*
- ▶ FORTALECER A DEMOCRACIA EM DEFESA DA VIDA - *Eleger mulheres de luta. Uma cidade para o cotidiano das mulheres.* Documento da União Brasileira de Mulheres.
- ▶ *ELEGER MAIS MULHERES DE LUTA É DEFENDER A VIDA E A DEMOCRACIA!.* Documento da Confederação das Mulheres do Brasil.
- ▶ [MANUAL ELEITORAL PCdoB 2020.](#)







PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL

Sede nacional - Brasília - DF
Endereço: SHN, Quadra 2, Bloco F, Ed. Executive Office Tower,
12º Andar, Sala 1224 - Asa Norte
Brasília - DF - CEP 70702-906
Tel.: (61) 3328-7794

www.pcdob.org.br