

Como ser vereadora e vereador do PSB 40

Cartilha Eleições 2016



www.tvjoamangabeira.org.br

ACESSE A TV WEB

ACOMPANHE EM TEMPO REAL

• Escola de Formação Miguel Arraes

• Centro de Memória Socialista

• Cursos

• Seminários

• Oficinas

• Eventos

• Congressos

• Debates



Sede própria - SHIS QI 5 - Conjunto 2 Casa 2

CEP 71615-020 - Lago Sul

Brasília, DF

Telefax: (61) 3365-4099/3365-5277/3365-5279

www.fjmangabeira.org.br
www.facebook.org/Fjoamangabeira
twitter.org/fj_mangabeira
www.tvjoamangabeira.org.br



A NOVA POLÍTICA



FUNDAÇÃO JOÃO MANGABEIRA

DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE

Renato Casagrande

Diretor Administrativo

Milton Coelho da Silva Neto

Diretor de Cursos

Vivaldo Vieira Barbosa

Diretor Financeiro

Renato Xavier Thiebaut

Diretor de Assessoria

Jocelino Francisco de Menezes

CONSELHO CURADOR

PRESIDENTE

Carlos Siqueira

Luiz Erundina Serafim Corrêa

Dalvino Troccoli Franca

Kátia Born

Álvaro Cabral

Adilson Gomes da Silva

Eliane Novais

Paulo Afonso Bracarense

Manoel Alexandre

Bruno da Mata

James Lewis

Silvânio Medeiros dos Santos

Francisco Cortez

Gabriel Gelpke

Joison Cardoso



Versão digital:



Acesse o Link:

fjmangabeira.org.br/cartilhavereadorpsb2016

CONSELHO FISCAL

Cacilda de Oliveira Chequer

Ana Lucia de Faria Nogueira

Gerson Bento da Silva Filho

EQUIPE FJM

Coordenação Editorial

Márcia H. G. Rollemberg

Coordenação da Escola Miguel

Arraes

Adriano Sandri

Assessoria de Comunicação

Handerson Siqueira

Luciano Capiberibe

Editoração

Quanta Consultoria, Projetos e Editora Ltda.

Revisão

Natália Tissiani Calderón

Impressão e Gráfica

TC Gráfica e Editora Ltda.

Tiragem

20.000 exemplares

Ficha catalográfica: DOX Gestão da Informação. Wilians Juvencio da Silva
CRB 620 - 1ª Região

F9629

Fundação João Mangabeira.

Como ser vereadora e vereador do PSB:

Cartilha eleições 2016/Fundação

João Mangabeira. -

Brasília: Editora FJM, 2016.

64p.; 14,5 x 19,5 cm.

Organizador: Odmir Pérciles Nascimento

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-85-60441-19-8

1. Curso de formação 2. Política. I. Fundação João Mangabeira II. Nascimento, Odmir Pericles. III. Título.

CDD 320

CDU: 377:32



Apresentação

Renato Casagrande
Presidente da Fundação João Mangabeira

O Partido Socialista Brasileiro – PSB completa 30 anos desde sua refundação (1985) no processo de redemocratização do Estado Brasileiro. E tanto no primeiro (1947/66) como nesse segundo período de organização e luta política, o mandato do vereador ou vereadora tem sido de extrema importância para os anseios do Manifesto, Programa e conjunto de ações do socialismo democrático e popular do PSB.

A Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988, consagrou o município como ente autônomo da federação, e é nele que o agente público legislador(a) – vereador(a) encontrará seu ambiente de atuação. Portanto, devem os partidos políticos, em especial o PSB, capacitar seus filiados e estimulá-los a competir nas eleições municipais, atualizando as informações de real importância e preparando-os(as) para o melhor desempenho na campanha eleitoral.

A Câmara Municipal de Vereadores e Vereadoras é a Casa Parlamentar e Legislativa da cidade, dos seus cidadãos e da proteção e promoção da cidadania. É a principal porta de acesso para quem tem interesse e/ou necessidade de tratar do funcionamento, dos meios e formas da cidade atender aos requisitos da cidadania.

Nesse sentido, a Fundação João Mangabeira, comemorando seu 25º aniversário e fiel ao seus propósitos de formação política e formulação de políticas para os quadros militantes do PSB, resolve apresentar a publicação Como Ser Vereadora e Vereador do PSB 40 – Cartilha Eleições 2016, como forma efetiva de contribuir para a causa de mais e melhores vereadores(as) eleitos(as) em todos os municípios brasileiros.

A cidade, o cidadão e a cidadania estão no centro do debate dos nove painéis que compõem a Cartilha. Neles, são abordadas impor-

tantes informações sobre o processo eleitoral de vereadoras e vereadores, que são complementadas por valores, conceitos e princípios necessários ao exercício qualificado do mandato socialista.

PSB Agenda 40

Cabe observar, ainda, que essa publicação que trazemos ao público é o marco inaugural de uma estratégia denominada Agenda 40 – realizada conjuntamente pelo PSB e Fundação João Mangabeira – que tem por objetivo principal a preparação de candidatos(as) para as eleições municipais de 2016.

Os fundamentos de sua proposição encontram-se no Programa Nacional da FJM 2015-2017, que se baseia, por sua vez, nas diretrizes aprovadas no processo de Planejamento estratégico do Partido Socialista Brasileiro – PSB, ciclo 2015-18.

A estratégia em questão conta com a participação das Coordenações da FJM, das direções do PSB nos Estados e de seus diretórios municipais, e compreende: i) a identificação, articulação e preparação de candidatos socialistas; ii) a formulação e/ou atualização do programa de governo para as Prefeituras e; iii) a concepção e articulação de propostas do PSB para as Câmaras Municipais.

No âmbito das iniciativas relacionadas à Agenda 40, devem ser organizadas reuniões, rodas de conversa e seminários locais. Todas as informações, notícias e programação estão disponíveis no link www.fjmangabeira.org.br/psbagenda40.

Temos convicção que, com essa iniciativa conjunta do PSB e Fundação João Mangabeira, se dará um passo importante rumo à construção de resultados eleitorais que interessam ao conjunto do povo brasileiro, em seu anseio por mudar de forma significativa o cenário político e econômico a que se vê sujeito no presente momento.

Painéis

11 História das câmaras municipais no Brasil

16 Cidade, Cidadania, Cidadão. Cidade: lócus da cidadania – como se constitui e como funciona?

21 O município na Constituição Federal e Estadual, a Lei Orgânica Municipal e o Regimento Interno da Câmara

25 A Vereadora e o Vereador, do PSB, suas funções e valores

33 O PSB e o Sistema Partidário. O Sistema Eleitoral e atualização da Lei Eleitoral para as eleições municipais de 2016

41 Nova lei eleitoral. Quais mudanças são importantes?

45 Marketing aplicado à campanha eleitoral

49 Tratando do Programa de atuação parlamentar (e a plataforma eleitoral). Construir o Programa

55 Como organizar a campanha

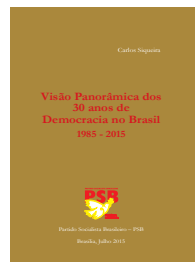
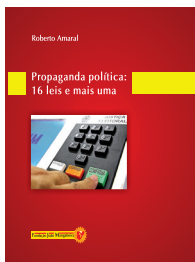
Memória socialista: recurso para construir campanhas vitoriosas

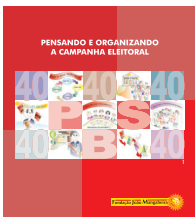
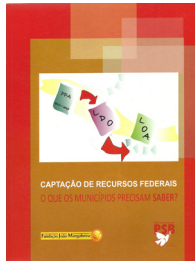
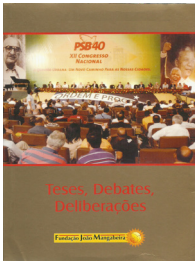
O PSB, dentre as instituições partidárias, é uma das que maior atenção tem dedicado ao aspecto da documentação, orientação que permitiu compor um rico acervo da memória socialista.

No momento em que nos aproximamos de uma disputa eleitoral importantíssima para os destinos do Partido e seu papel no cenário político de escala nacional, é fundamental que se utilize esse acervo para qualificar as campanhas, programas de governo, candidatos, candidatas e suas equipes.

Aprender com o passado, nesse caso, tem um utilidade prática imediata: muitos de nossos atuais senadores(as), deputados(as), governadores, prefeitos(as) e vereadores(as) se elegeram bebendo dessa mesma fonte e, não raro, contribuíram de forma relevante para sua constituição e ampliação.

Nesse contexto, adotando uma cultura cada vez mais





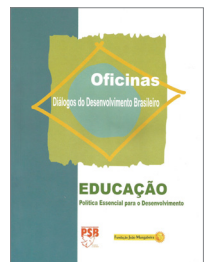
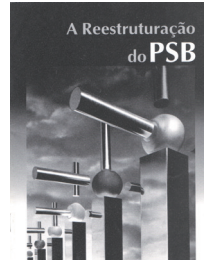
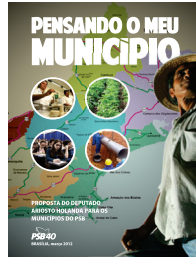
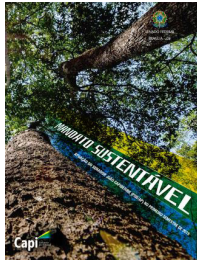
digital para promover a facilitação de acesso ao acervo partidário, a Fundação propõe uma forma simples de consulta às publicações que interessam à campanha de 2016.

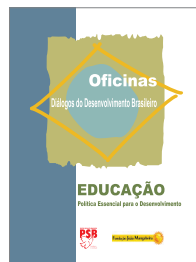
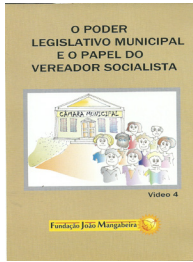
Para tanto, basta baixar um dos aplicativos existentes para celular, fazer a sua seleção dentre os títulos previamente escolhidos pela FJM (ver as miniaturas) e ler o QR code correspondente.

Tudo sem que se tenha que fazer pesquisas, ficar parado à frente ao computador, algo sempre muito difícil para quem precisa estar na rua dia e noite, para se aproximar do eleitor e convencê-lo das virtudes do socialismo democrático do PSB.

Experimente, utilize essa tecnologia que pode fazer importante diferença nos destinos da sua candidatura, na consolidação e formação das equipes e na qualificação da militância.

Seja uma vereadora ou vereador do PSB. Contamos com vocês.





FUNDAÇÃO JOÃO MANGABEIRA (FJM)

A Fundação João Mangabeira (FJM) foi criada em 1990, com a função de consolidar, aprofundar, difundir e construir o socialismo democrático, que tem por valores a liberdade, a solidariedade, justiça social, desenvolvimento sustentável e paz. O socialismo hoje, no mundo e no Brasil, torna-se viável se soubermos construir o Partido Socialista como espaço de vivência ética, democrática, livre, solidária, respeitosa à natureza de nosso planeta e valorizando as diferenças culturais, étnicas, de gênero, religiosas e políticas.

Para atingir esse objetivo, a Fundação promove ciclos de estudos, cursos, simpósios, conferências e seminários. Realiza pesquisas e estudos para formulação de políticas públicas. Edita e distribui periódicos, livros, materiais e cartilhas que possam contribuir para a formação política do cidadão e de seus filiados. Trabalha com as coordenações da FJM e as direções do PSB nos Estados, e atualmente, visando às eleições de 2016, executa a estratégia da “Agenda 40”, com intensa programação em todo o país, articulada nos municípios e nas microrregiões dos Estados.

Todo esse conhecimento está compartilhado na internet - www.fjmangabeira.org.br com a TV João Mangabeira, a Escola Miguel Arraes, o Centro da Memória Socialista, a Coleção de Publicações e a Agenda de atividades e notícias. A FJM também participa das redes sociais por meio do Facebook, Twitter e Flickr.



SOBRE O AUTOR

Odmar Péracles Nascimento é sociólogo, militante socialista e Coordenador da FJM-ES. Escreve a coluna "Política e Atitude" do Jornal Tempo Novo.

Tem formação em Ciências Sociais (UFES/1999) e Pós-graduação em Associativismo & Cooperativismo (UFES/2001), Manejo da Diversidade Vegetal (UFES/2007) e Sociologia Política (UUV/2014).

É filiado e dirigente do PSB-ES desde 1986, período no qual foi Assessor Legislativo nas Câmaras de Serra (ES) e Vitória (ES), Assembleia Legislativa do ES e Senado Federal.

Foi Subsecretário da Casa Civil do Governo (ES) e Diretor de Economia da ADERES - Agência de Desenvolvimento das Micro e Pequenas Empresas e do Empreendedorismo do Espírito Santo.

PRIMEIRO PAINEL

A HISTÓRIA DAS CÂMARAS MUNICIPAIS NO BRASIL

História

Na evolução da sociedade humana e sua complexidade, estabeleceu-se natural sistema de hierarquia, não mais somente pela força, mas confiando a liderança do grupo a quem mais fosse capacitado a exercê-la.

Guiar o grupo foi a tônica da liderança. A resolução dos problemas mantendo as relações dentro da comunidade, fundando e convencionando regras de comportamentos, de culturas e leis. Cada um dos grupos cuidou do seu modo de vida, segundo suas necessidades, interesses, ambiente e possibilidade de desenvolvimento.

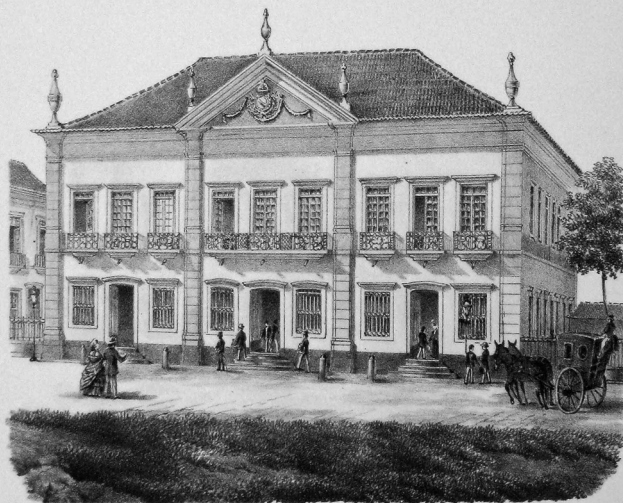
A cidade como a conhecemos hoje é produto dessa história. Da aglomeração dos primeiros que ali se estabeleceram, o lugar ofereceu condições para evoluir e atender aos requisitos para seu desenvolvimento. E a Câmara de Vereadores é responsável pelo acompanhamento e zelo de seu pleno funcionamento, contando agora com os componentes da modernidade, da cidadania e da tecnologia.

As Câmaras Municipais na história brasileira

Em Portugal e em muitas outras nações, as Câmaras são as instituições detentoras do poder local encarregadas dos negócios públicos. E foram os portugueses que exportaram esse modelo de administração local, desde os primeiros movimentos de ocupação colonial no Brasil.

No período colonial brasileiro

No período histórico colonial do Brasil, principalmente entre 1550 a meados de 1700, as Câmaras ou Conselhos Municipais tinham enorme importância para a vida administrativa, financeira e política das vilas e vilarejos brasileiros. Eram constituídos pelos chamados "homens bons" ou "homens de bem", em geral proprietários ruralistas, donos de engenhos e ricos comerciantes.



P. Bertichem del. e lith.

Lith. Imp. de Rensburg Rio de Jan.

CÂMARA MUNICIPAL

(Causa d'acclamação)

Câmara Municipal no Campo da Aclamação

Tal a importância das Câmaras, quem as nomeava ou permitia seu funcionamento era a Corte portuguesa em Lisboa. Inclusive recebendo, acatando ou recusando a indicação do líder, chefe ou presidente, que detinha o poder de juiz daquele rincão.

Composta de no mínimo três membros, em suas reuniões se resolviam conflitos sociais e econômicos. Também eram aprovadas as arrecadações financeiras de impostos e contribuições para as benfeitorias necessárias ao desenvolvimento local: estradas, pontes e prédios públicos, por exemplo.

Desde Tomé de Souza – primeiro governador-geral da colônia portuguesa no Brasil – e dos Vice-reis, até a chegada da Corte real com D. João em 1808, as Câmaras foram expressão do poder local, de reconhecimento público e de projeção da representação junto às instâncias superiores.

Primeiro Império

A presença de D. João VI revolucionou e pôs fim à condição colonial do Brasil. Com a morte da Rainha Dona Maria (acometida por problemas mentais), D. João é aclamado Rei do Reino Unido Portugal, Brasil e Algarves, cuja capital passou a ser o Rio de Janeiro.

A partir de então, as Câmaras ganharam boa movimentação, se valendo agora da curta distância até o Rio de Janeiro, onde os representantes dos legislativos locais podiam se avistar com Sua Alteza Real e pessoalmente encaminhar-lhe os pleitos, que antes eram dirigidos a Lisboa.

As condições adversas que transferiram a sede do governo português para o Brasil trouxeram forte tensão às relações da realeza. Portugal não admitia ser governado pela distante ex-colônia, que provocava intenso debate entre portugueses e brasileiros que moravam nas vilas e cidades. Cresce o poder e influência política das Câmaras e Conselhos contrários ao retorno da Corte para Europa.

Em 1821, D. João é obrigado a voltar a Portugal sob pena de perder seu reinado. E nomeia seu filho – Pedro I – Príncipe Regente do Brasil. A pressão aumenta. As Casas Legislativas Municipais agora exigem o rompimento das relações do Brasil com a Corte de Lisboa.

Em janeiro de 1822, as Câmaras Legislativas das principais cidades colhem assinaturas para a permanência do Príncipe Regente, que resultou no Dia do Fico: “se é para a felicidade geral, diga ao povo que fico”.

Em junho é convocada a Assembleia Geral Constituinte, como resposta ao movimento de isolamento do Brasil por parte de Portugal. E são as Câmaras Municipais que promovem os grandes debates e mobilização das cidades.

Quando o Príncipe Pedro I, seguindo viagem às margens do Rio Ipiranga (SP), proclama a “Independência ou morte”, foram os senhores vereadores que do plenário das Câmaras fizeram o comunicado ao povo local, comemorando o rompimento e saudando o status do novo Estado monárquico brasileiro.

Segundo Império

A primeira Constituição Brasileira, inspirada no liberalismo europeu, estabeleceu a monarquia, reconheceu a divisão dos poderes: o legislativo, executivo e judiciário; mas manteve o trabalho escravo e o voto censitário.

Em 1831, D. Pedro I viaja a Portugal e não mais retorna ao Brasil. Recupera o trono português e morre, três anos depois, tuberculoso.

Seu filho Pedro II herdou a monarquia do Brasil com apenas cinco anos de idade, amparado pela Regência Triuna, que governou por nove anos até a declaração de maioridade do monarca.

O longo reinado de Pedro II, iniciado em 1840, consolidou a nação brasileira, harmonizou a monarquia e fortaleceu o poder das câmaras municipais.

Nesse período, muitas cidades foram constituídas e outras ganharam maior dimensão. E ocorreram os primeiros distanciamentos entre as funções legislativas e as tarefas executivas.

Ainda é o presidente da Câmara o escolhido, nomeado ou já votado entre seus pares, quem exercerá a execução das obras e serviços pertinentes a sua jurisdição, mas começa o processo de burocratização com destinação orçamentária separando as funções.



Joaquim Insley Pacheco (1830-1912) - De Volta a Luz: Fotografias Nunca Vistas do Imperador. São Paulo: Banco Santos; Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional, 2003. Wikipédia.

Pedro II o mais longo reinado (1840-89)

Na República

Com o fim da monarquia e a proclamação da república em 15 de novembro de 1889, profundas mudanças vão ocorrer na estrutura político-administrativa do país. Já no segundo ato assinado pelo presidente Marechal Deodoro da Fonseca, foi decretada a dissolução das Câmaras e Conselhos Municipais e Governos Provinciais. Com a promulgação da primeira Constituição da República, houve a separação dos poderes judiciário, legislativo e executivo.

Fato curioso: até os anos 30 e a tomada do poder pelo presidente Getúlio Vargas, somente alguns municípios contavam com a figura de prefeito. A Constituição promulgada em 1934, no entanto, consagra a eleição de prefeitos e vereadores, mas o golpe de Estado de 1937 suspendeu toda e qualquer eleição no Brasil, transferindo a responsabilidade sobre os municípios para os presidentes dos Estados.

Com o fim da Era Vargas e uma nova Constituição democrática, puderam os municípios organizar suas eleições para vereadores e prefeitos. E mesmo a ditadura militar que instituiu nova Lei Constitucional em 1967 não interrompeu a normalidade eleitoral dos municípios. Exceto nas capitais e nas cidades consideradas de segurança nacional, que foram restabelecidas somente em 1985.

“Conquistar um mandato socialista ou exercê-lo requer encontrar nos princípios de gestão um verdadeiro método para tornar a vida das pessoas melhor e mais feliz, estimulando assim o desejo cívico de participar da gestão de nossas cidades”.

Carlos Siqueira

Presidente Nacional do Partido Socialista Brasileiro – PSB





SEGUNDO PAINEL

Cidade, Cidadania, Cidadão. Cidade: como se constitui e como funciona?

A atuação do vereador(a) e sua autoridade, inclusive sua imunidade parlamentar, está garantida dentro dos limites político-geográficos do município. Isso é, até as fronteiras com outras cidades ou fronteiras naturais. E para o inteiro exercício do mandato, importa que o vereador conheça tudo sobre o território dessa atuação. Mas desde já, o desafio é perguntar: você conhece bem a sua cidade?



Sabe de sua história? De sua formação? Sua geografia? Qual sua população e como está distribuída: por faixas etárias, gênero, raça, níveis de escolaridade? Qual taxa de analfabetismo? De mortalidade infantil? E de pobreza absoluta? Qual o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)? Quantas famílias dependem dos programas sociais tipo Bolsa Família?



Se as perguntas geram curiosidades, as respostas trazem informações muito úteis ao programa de trabalho e à campanha eleitoral.



E sobre a vocação econômica do lugar: qual(quais) atividade(s) mais importante(s) para a sustentação econômica da cidade? Mais rural ou urbana? Agrícola, pecuária, industrial, comercial, turística, de serviços? O que mais movimentava os negócios, promove empregos, rendas e tributos para o município? E o que falta ou depende de estímulos, ideias e empreendedorismo para dinamizar o desenvolvimento da cidade? Onde caberá seu empenho?



O abastecimento de água, fornecimento de energia elétrica, linhas de transmissão telefônica e acesso à internet, bem como as estradas, acessos aos serviços públicos, ao comércio, o transporte de cargas e passageiros: tudo isso determina o funcionamento da cidade e é matéria de observação do(a) agente público municipal.

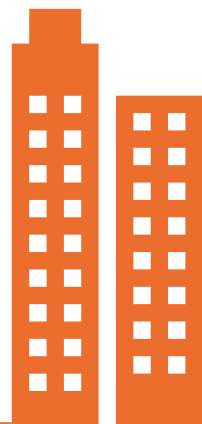
Aqui o entendimento do termo cidade é aplicado ao aglomerado urbano dotado de complexa rede de serviços públicos e privados, independentemente de sua quantificação e área de abrangência ou influência. Por exemplo, a sede político-administrativa dos municípios sempre se classificará como cidade. Outros aglomerados, vilas, bairros e distritos, em um processo de crescimento, tendem a emancipar-se para o status de cidades.

Em 2001, foi aprovado o Estatuto da Cidade, que trouxe moderna definição de política urbana, suas funções e ordenamento. Matéria que deve ser observada pelos candidatos e candidatas à cadeira legislativa municipal. Com o Estatuto, houve a associação dos conceitos de “cidade” e “sustentabilidade”. A cidade sustentável.

Mas cidade é palavra associada à cidadania, ou seja, é o lugar de desenvolver cidadania, esse conjunto de direitos e deveres, com os quais uma pessoa não é apenas um indivíduo, mas estará investida na condição de cidadão. Então a *cidade é o lócus da cidadania e do cidadão*.

Por outro lado, deve o vereador(a) olhar a cidade e entendê-la de vários pontos de vista, de que são exemplos:

- Economia e sua aplicação nas atividades de produção, comercialização, prestação de serviços, postos de trabalho, vocação econômica e realização das necessidades humanas.
- Cultura e do processo antropológico de formação da cidadania local e da distribuição socioeconômica de seus habitantes no espaço urbano e suburbano da cidade



(pobreza x riqueza no espaço urbano) e possibilidade de mobilidade social (mudanças na condição socioeconômica).

- Planejamento e zoneamento do uso e ocupação do solo urbano (agrorrural, industrial, comercial, turístico, residencial, ambiental etc.).
- Mobilidade urbana, dos acessos (ruas, avenidas, estradas) e meios de locomoção e transporte para franca circulação de pedestres, de mercadorias, e compatível às necessidades dos cidadãos: escola, trabalho, serviços públicos, lazer etc.
- Qualidade de vida e da preservação dos meios naturais, praças, parques, bosques e áreas de arborização.
- E, peculiarmente, da doutrina republicana, do arcabouço jurídico legal de sua cidade.

Especialmente o(a) vereador(a) socialista do PSB deverá investir na promoção de quatro áreas fundamentais para o exercício da cidadania:

1. Acesso à escola e escolarização com conteúdos de ensino qualificados, em todos os níveis, da tenra idade aos adultos. Escola democrática, de ampla relação comunitária e comprometida com a universalização do ensino, com a promoção da cidadania e a emancipação do estado de pobreza.

2. Atenção à saúde tanto preventiva como curativa. Com ênfase na maternidade e saúde infantil, na Estratégia de Saúde da Família e no Programa de Agentes Comunitários de Saúde, integrados no Sistema Único de Saúde (SUS).

3. Ambiente seguro com efetivo controle da criminalidade. Com ações de integração comunitária, de difusão da cultura da paz e da segurança.

4. Oportunidade de lazer e entretenimento físico e mental. Atividades programadas para grupos etários, de cunho cultural e/ou esportivo, voluntarioso, fraterno e/ou solidário, e do ócio criativo e produtivo.

Outros novos mecanismos de políticas públicas ganham importância no contexto da administração municipal. São as políticas de abrangência regional, consórcios micro ou macrorregionais de municípios, conselhos das bacias hidrográficas, programas governamentais de fomentos para desenvolver determinada produção agrícola ou industrial, programas ambientais etc.

E se é do interesse do município, a representação legislativa deve estar presente e participativa.

“Para ser transparente é preciso ir além dos números: temos que dar às pessoas a condição de compreendê-los para que possam exercer plenamente o direito de participação”.

Renato Casagrande



Orçamento Democrático Estadual, Paraíba. Imagem: acervo PSB

TERCEIRO PAINEL

O município na Constituição Federal e Estadual, a Lei Orgânica Municipal e o Regimento Interno da Câmara

O município na Constituição Federal

Com a promulgação da nova Constituição Federal, em 1988, os municípios ganharam mais autonomia, passando a figurar como célula política e administrativa da Federação.

De igual modo as cidades foram responsabilizadas pela implantação e manutenção de políticas públicas, nem sempre com a correspondente condição técnica e financeira que qualifique a ação pública. Essa defasagem exige atenção e atuação do(a) vereador(a) na busca de superação.



Está no texto constitucional, em seu Art. 1º:

A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e **Municípios** e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

- I – a soberania;
- II – a cidadania;
- III – a dignidade da pessoa humana;
- IV – os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
- V – o pluralismo político.

Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição. (CF/1988, art. 1º)

Essa garantia de autonomia do município como ente federativo se verifica ainda nos art. 18 e 19, que versam sobre a forma de organização política, administrativa, jurídica e financeira.

E no Título III, Capítulo IV, a Constituição Brasileira dedica os artigos 29 a 31 à organização do município. O art. 29 determina que o município seja regido por sua constituição própria, a Lei Orgânica Municipal, e dispõe sobre a eleição do prefeito, vice-prefeito e vereadores; a composição da Câmara, os subsídios (remuneração) dos agentes públicos e a inviolabilidade da função legislativa. O art. 29-A rege a questão financeira do poder legislativo e suas responsabilidades com o erário público. Os artigos 30 e 31 tratam das competências do município, organização e ordenamento territorial e disciplinam a forma de fiscalização e controle das atividades públicas municipais.

Cabe ao(à) vereador(a) tomar conhecimento do texto legal que dá forma e meios à organização e funcionamento da unidade municipal, seus poderes e competências. Assim como o art. 156 (sobre impostos municipais) e 225 (meio ambiente), dentre outros.

De toda forma, recomenda-se ao(à) vereador(a) ter o exemplar da Constituição sempre à vista para eventuais ou necessárias consultas.



Na Constituição Estadual

O texto das Constituições Estaduais, no que tange aos municípios, quase se repete ao da federal. Confirmarão o reconhecimento por parte do Estado, da condição dos municípios como entes federativos da República, guardada alguma peculiaridade, como áreas de fronteira, segurança nacional, estâncias minerais etc.; no que deve o agente público municipal estar ciente e atento.

A lei orgânica do município

É a lei máxima da circunscrição municipal e é complementar às Constituições Federal e Estadual. Votada e aprovada em dois turnos e por dois terços da composição do plenário. Através dela se organizam os serviços públicos municipais e a forma pela qual são exercidos os mandatos parlamentares e do executivo. Portanto, é instrumento primordial do(a) vereador(a) e assessores(as) para cumprir e fazer cumprir os mandamentos municipais.

Lei orgânica do Município de Vitória

Seção II

Das atribuições da Câmara Municipal

Art. 65 - É da competência privativa da Câmara Municipal:

I - dispor sobre a organização de suas funções legislativas e fiscalizadoras (...);

XI - fiscalizar e controlar, diretamente, os atos do Poder Executivo, incluídos os da administração indireta.

A Câmara e sua Mesa Diretora, o plenário, comissões, as sessões, assim como a economicidade administrativa do poder legislativo, estão previstos na Lei Orgânica do Município (LOM). De igual modo, o prefeito e o Vice-prefeito, suas funções, responsabilidades e prerrogativas estão descritas na Carta orgânica. As questões de ordem administrativa, financeira, patrimonial, tributária e os recursos humanos. Meios e formas de planejamento e de participação e controle popular, compõem a arcabouço que deve ser observado para o exercício do mandato legislativo.



Destaque por dois anos consecutivos como ferramenta mais transparente entre as capitais brasileiras, o Portal da Transparência do Recife foi disponibilizado para utilização da Prefeitura de Paulista - PE, disseminando essa marca das administrações do PSB. Foto: Geraldo Júlio, Prefeito de Recife (PE), 2013-2016.



QUARTO PAINEL

A Vereadora e o Vereador, suas funções e valores

1 Legislador(a)

A primeira e principal função do(a) vereador(a) é a legislativa. E legislar é elaborar leis que garantam o bom funcionamento da cidade, seus fluxos, prestação de serviços e giro de sua economia. Além disso, trabalhar pela qualidade de vida e moradia saudável para seus habitantes. Leis que regulem as relações entre os poderes, formas e meios de reger direitos e deveres, garantias e obrigações dos entes sociais do lugar.

2 Zelador(a) da lei

O(a) vereador(a) é a sentinela da lei, do regime democrático, de liberdade e de direito. O funcionamento da Câmara e dos mandatos legislativos, por meio de seu Regimento Interno e da Lei Orgânica Municipal, são garantias da inserção do município como parte indissolúvel da República Federativa do Brasil, e membro do Estado, como se observa nas Cartas Magnas Federal e Estadual. Além disso, há que zelar pela fiel execução da Lei Orgânica, do Regimento Interno do legislativo e das leis emanadas no âmbito municipal.

3 Fiscal

A terceira função é a de fiscal. Aliás, a palavra vereador(a) vem do significado “de quem vê para tomar providência”. E fiscalizar não somente os atos públicos, mas tudo o que ocorrer dentro dos limites do município. É como se o(a) parlamentar tivesse os “olhos de coruja”, sempre atentos ao

funcionamento das coisas da cidade. Ou possa agir como “águia” observando o conjunto urbano como um todo e de cima, percebendo seus detalhes, permitindo dar-se conta de algum problema que dependa de sua pronta intervenção.

O(a) vereador(a) pode fiscalizar tudo na cidade. O peso do pão da padaria, o custo da cesta básica, a lista dos beneficiados dos programas sociais: bolsa família, tarifa social de energia, prestação de serviços continuados a doentes e inválidos, por exemplo. Também verificar frequência escolar, qualidade da água potável, os acidentes geográficos que determinam o mapa com limites da unidade federativa. Portanto, como caleidoscópio, nada foge ao alcance de sua atenção.

4 **Parlamentar**

A função parlamentar – isto é: **falar**, evolução do latim “*fabulare*” – é própria do mandato do(a) vereador(a), a quem cabe noticiar da tribuna da câmara as ocorrências da cidade, do que viu e ouviu junto à população. Em forma de comunicado, de denúncia, de reclamação, de elogio ou debatendo temas, projetos e matérias em tramitação na Câmara. Ele(a) é o arauto, a voz daqueles a quem representa.

5 **Articulador(a)**

Cabe ao vereador e à vereadora – além de legislar, fiscalizar e parlamentar (falar) – também funcionar como o político articulador, aquele que organiza e mobiliza os setores sociais, grupos de interesses e instituições associativas e representativas. Que propõe reuniões, encaminhamentos dentro e fora das dependências do poder legislativo e para setores públicos e privados.

Um exemplo: foi por iniciativa de vereador que determinado vilarejo, distante da sede e com baixíssimo ânimo econômi-

co, conseguiu, durante o período de seu mandato, atrair pequenos e médios empreendimentos que transformaram a realidade local. Para isso, envolveu órgãos públicos e organizações empreendedoras, associativistas, cooperativistas e de micro e pequena empresa (M&PE).

Outra fantástica operação se deu numa cidade de tradição pomerana, onde o vereador desta origem mobilizou a sociedade e conseguiu implantar o ensino das tradições linguísticas e das manifestações artísticas e culturais nas escolas municipais.

Ou aquela que exigiu, além das providências, para que determinada empresa diminuísse seus índices de poluição, também construísse, equipasse e mantivesse a Escola de Meio Ambiente, com cursos de formação, aperfeiçoamento e capacitação para jovens e adultos da cidade e da região.

6 Representante

Provavelmente a mais nobre das funções do(a) vereador(a) é seu papel eminentemente político. A autoridade da representação legitimada pelo povo, para o povo e pelo povo. Nesse sentido, o mandato é exercido de forma proba e legalista, sem desvios de conduta e referência nos meios. O mandato é ininterrupto, desde a posse ao término da legislatura. E não somente nos horários das sessões plenárias da Câmara.

De fato, as sessões plenárias, das comissões temáticas, da Mesa Diretora ou Colégio de Líderes, são de caráter exclusivo e deliberativo da Câmara Municipal. Todo o tempo restante, o mandato deve se prestar a coletividade.

7 Socialista

Falamos até então das funções do(a) vereador(a) que pode ser de qualquer partido. Mas sendo eleito pelo PSB, ele

exercerá mais uma exclusiva função: expressar o sentimento e a motivação da causa socialista; e do que nos orienta o Manifesto, o programa, o estatuto, o código de ética e fidelidade partidária, e as resoluções dos congressos e dos órgãos partidários.

Valores da Vereadora e do Vereador do PSB

Nosso(a) vereador(a) deve ser o arauto da boa nova e o crítico do sistema político e econômico que estamos resolvidos a transformar. Há que se ocupar tempo e dedicação à tarefa de defender e promover a razão de ser socialista.



Alguns temas e ações são próprias dos mandatários do PSB. Por exemplo, o tema da **sustentabilidade**, ou seja, o conceito moderno aplicado à noção ambiental para o desenvolvimento econômico, também associa a garantia de aplicabilidade, sucesso, amplitude e perenidade a outros empreendimentos, inclusive na adoção e gestão de políticas públicas. Gerar o debate acerca do que é ou não sustentável é marca do(a) vereador(a) socialista.



Outro tema que é produto do PSB é o da **transparência**. A partir do projeto que virou lei nacional, de autoria do Senador João Alberto Capiberibe, PSB do Amapá, <http://www.leidatransparencia.cnm.org.br/>, todas as prefeituras, governos estaduais e o federal devem informar os números referentes às receitas e às despesas, em sítios eletrônicos (Portal da Transparência) e outras formas de ampla divulgação.



O PSB assumiu essa bandeira e já os governos de Renato Casagrande (PSB-ES) 2011/14 e Eduardo Campos (PSB-PE) 2006/10 e 2011/14, foram premiados pela ONG Transparência Internacional, como os mais transparentes do Brasil. É, portanto,

tarefa de todo socialista zelar e promover a transparência nos negócios públicos, inclusive no próprio mandato legislativo.



Tema relevante para qualquer cidade e comunidade, e especialmente para relacionar juventude com desenvolvimento econômico, a **Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I)** tornou-se pauta obrigatória de produção política e legislativa do PSB. As exitosas experiências nessa área, promovidas pelos governos do PSB, trazem a necessidade de avançar o tema em todas atividades da vida pública.



De igual modo, o mandato socialista deve propugnar pela efetiva **participação e controle popular dos negócios públicos**. E são várias as formas republicanas que qualificam essa relação. Os Conselhos de Políticas Públicas (de desenvolvimento, de saúde, de educação, da mulher, da juventude, dos negros e negras, da criança e adolescente, da terceira idade, direitos humanos etc.) são as mais efetivas e mais regulamentadas. Restando fortalecer essa participação.

O OP (Orçamento Participativo ou Popular) é aquele no qual se debate e aprova-se o Plano de aplicação dos recursos municipais; as audiências públicas, a tribuna popular, a Câmara Itinerante, e a prestação de contas do mandato, submetendo o relatório das ações ao crivo popular.

PENSANDO OS SEGMENTOS SOCIAIS DO PSB

“Se não houver frutos, valeu a beleza das flores... se não houver flores, valeu a sombra das folhas... se não houver folhas, valeu a intenção da semente”. (Maurício Francisco Ceolin - Chico Ceola) citado por Henfil.

O PSB possui segmentos organizados que se caracterizam pela estreita relação com as bases organizadas da sociedade e que atuam com autonomia, sendo devidamente reconhecidos em suas particularidades e legitimados estatutariamente, inclusive com assentos nos escalões diretivos do partido. São responsáveis pela dinâmica partidária fora do jogo tradicional do poder, cujo acesso se dá exclusivamente via mandatos legislativos e executivos, e são articulados a partir das seguintes entidades:

- Secretaria de Mulheres Socialistas (SMS).
- Secretaria de Negritude Socialista (NSB).
- Secretaria de Juventude Socialista Brasileira (JSB).
- Secretaria de Movimentos Populares do PSB (MPS).
- Secretaria LGBT Socialista.
- Secretaria Sindical Socialista.

A questão que interesse de perto essa publicação é como trazer a produção política desses movimentos para inseri-la objetivamente nos propósitos eleitorais do Partido; e de como motivá-los e habilitá-los para que seus representantes e líderes se alistem nas chapas de candidato/as às câmaras legislativas e cargos executivos?

Primeiro, considerando o momento da campanha eleitoral propício para propagar as ideias e ideais do interesse daquele movimento. Onde deva diferenciar e dirigir a mensagem aos cidadãos e cidadãs buscando mobilizá-los e promover sua adesão àquela luta.

Segundo, porque atende à essência da democracia, do sistema eleitoral e do poder legislativo, afeito à segmentação das representações sociais, geográficas e ideológicas, garantindo participação às minorias.

Terceiro, atende ainda aos pressupostos ideológicos previstos no Manifesto, Programa e Estatuto do PSB, que dispõem sobre a tarefa política de seus militantes atuarem na organização da sociedade. E nesse caso, são os militantes das causas sociais, de gênero, de raça e etnia, da juventude, das relações trabalho x capital e da diversidade sexual que mais tarimba têm para argumentar e buscar convencimento.

Há no entanto, forte descompasso nesse projeto de inserção eleitoral. Nem o Partido em suas instâncias estaduais e principalmente nas municipais, se dão conta de arremeter esses contingentes para formação das listas eleitorais; tanto quanto eles próprios, via de regra (exceto em relação às cotas de gênero. art. 10, par. 3, da Lei 9.504/97) sequer se colocam e nem se atrevem na participação qualificada de suas lutas na competição eleitoral.

Porque para os movimentos é importante participar das eleições?

O argumento no senso comum é que a competição é difícil e exige recursos financeiros não disponíveis para desenvolver a campanha. Entretanto, nesse ponto de vista, prevalece a crença despolitizada e desideologizada de que a competição oferece somente o lugar do eleito.

Esse princípio encoraja (ou não) participar da chapa de candidatos, buscar a confiança dos votos dos eleitores(as) para suplantar seus concorrentes. Afinal são poucas cadeiras legislativas num universo de candidatos dispostos a alcançá-las.

Porém, o partido e as direções dos segmentos organizados do partido devem recheiar o argumento de participar com outros objetivos. Apresentar-se na campanha eleitoral com plataforma de debate pautado na luta do movimento. Divulgando-o e fortalecendo a causa. Prestigiando as “pratas da casa”, inseri-los no cenário político local e capacitá-los para novos projetos políticos e partidários. Qualificando e enriquecendo o debate político-eleitoral, com novos atores e novos focos de políticas públicas e sociais; oportunizando crescimento dessas lideranças, que ao final do pleito, ou estarão eleitos ou serão suplentes dos eleitos. Mas todos com outro nível de conhecimento, de domínio da técnica eleitoral, com reconhecimento público e já projetando nova etapa de seus compromissos com a luta popular e partidária.



“O Senador João Capiberibe (foto) foi um protagonista fundamental na luta pela aprovação da Lei da Transparência, cujos princípios já praticava à época em que era Prefeito de Macapá (AP).

Em nosso Governo primamos pelo mesmo ideal e fomos distinguidos como o Estado mais transparente do Brasil, segundo o Índice de Transparência 2014, elaborado pela organização não governamental Contas Abertas.

Esse é o PSB no Governo”.

Renato Casagrande

Presidente da Fundação João Mangabeira

Foto: Waldemir Barreto. Agência Senado



QUINTO PAINEL

O PSB e o Sistema Partidário. O Sistema Eleitoral e atualização da Lei Eleitoral para as eleições municipais de 2016

O Partido Socialista Brasileiro, fundado em 1947, sucedeu a Esquerda Democrática, movimento formado no interior da União Democrática Nacional (UDN), partido político oposicionista ao regime getulista, formado em 1945.

Foi o jurista e político baiano João Mangabeira (1880-1964) quem inspirou e liderou a organização do partido em defesa do modelo de Estado e de sociedade socialista e democrático, cujo manifesto, programa e estatuto se mantêm ainda hoje.

Extinto em 1965 pelo Ato Institucional n. 2, do governo ditatorial-militar, o PSB foi refundado e retornou à vida política, quase vinte anos depois, quando retomado o Estado de direito e de liberdade política. Em ambiente democrático, pode o partido se reorganizar em todo território nacional.

O primeiro presidente na refundação foi o filólogo e acadêmico Antônio Houaiss (1986/87), sucedido pelo médico e senador Jamil Haddad (1988/93). Em 1994, assumiu a presidência o governador Miguel Arraes de Alencar, falecido em 2005. Foi sucedido por seu neto, o também governador de Pernambuco, Eduardo Henrique Accioly Campos (2005/14), vitimado no trágico acidente aéreo, durante a campanha para presidente da República, em 13/08/2014. Atualmente o PSB é presidido pelo advogado Carlos Siqueira.

O sistema partidário brasileiro

O sistema partidário brasileiro se baseia no princípio da pluralidade política (art. 1 da CF) como garantia do "Estado Democrático de Di-

reito" e na participação em eleições livres, majoritárias e proporcionais, a fim de permitir o acesso das minorias na representação nos postos de poder.

Nem sempre foi assim. No primeiro Império, houve dualidade na disputa eleitoral, com agrupamentos em torno do "Partido de Portugueses" e "Partido de Brasileiros". Em boa parte do segundo Império, a concorrência se deu entre conservadores e liberais, e destes surgiu o partido republicano.

Na primeira república, os partidos eram regionais. Assim havia o Partido Republicano de São Paulo; do Rio Grande do Sul, de Pernambuco etc. Nos grandes centros metropolitanos aconteceram manifestações



e influências das ideologias internacionalistas, como o Partido Comunista do Brasil (1922) e a Ação Integralista Brasileira (AIB), de inspiração fascista. Além de pequenas experimentações do Partido Socialista e Partido Anarquista, que não se firmaram.

Com a intervenção do Estado Novo (1932/45) e ascensão do ditador Getúlio Dornelles Vargas, os partidos políticos desapareceram. E somente no Pós II Guerra e a queda de Vargas, houve o retorno das organizações políticas e das eleições regulares.

Afastado do poder, Getúlio influencia a formação do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) de base sindical, e do Partido Social Democrata (PSD), sob o domínio do patronato conservador. Os opositores do getulismo organizaram a UDN (União Democrática Nacional), além do Partido Social Progressista (PSP), o Partido Trabalhista Nacional (PTN) e o Partido de Representação Popular (PRP).

Teve o retorno do Partido Comunista do Brasil (PCB) que em 1962 se dividiu em PCB e PCdoB. O agrupamento da Esquerda Socialista (ED) se desgarrar da UDN e em 1947 se transforma no Partido Socialista Brasileiro (PSB).

Com o advento do golpe militar (1964), os partidos políticos foram extintos (1965) e permitido o funcionamento apenas bipartidário: a ARENA (Aliança Renovadora Nacional), que atuou na defesa do governo militar, e o MDB (Movimento Democrático Brasileiro), reunindo os opositores ao regime.

Na passagem da década de 70 para 80 e nos primeiros sinais de fadiga do governo dos generais, permitiu-se o pluripartidarismo. Já nas eleições de 1982 (exceto para presidente e prefeitos de capitais), participaram o PMDB (sucessor do MDB), o PDS (que sucedeu a ARENA), o PT, o PDT e o PTB. Em 1985, beneficiadas pelo reconhecimento do registro provisório, mais de 20 agremiações partidárias puderam participar das eleições exclusivas para prefeitos de capitais e cidades de segurança nacional, dentre elas o Partido Socialista Brasileiro – PSB. O debate que se trava no momento é a validade para a democracia e para o processo de escolha eleitoral, o excessivo número de partidos políticos – atualmente o País tem 33 partidos –, muitos sem nitidez ideológica ou servindo exclusivamente aos interesses de alguma liderança, grupo ou credo religioso. No recente debate da reforma política, o Congresso Brasileiro não deu conta de qualificar a atuação dos partidos políticos. Tampouco é assunto de pauta da sociedade, tarefa que devemos nos empenhar e ajudar resolver.

Sistema eleitoral brasileiro

As eleições no Brasil, regidas pela Lei 9.504/97, se distinguem em majoritária (prefeito/vice, governador/vice, presidente/vice e senador/suplentes) e cargos proporcionais (vereadores, deputados distritais ou estaduais e deputados federais). Para eleição majoritária, o sistema considera a soma dos votos diretamente dados aos candidatos, sendo eleito o mais votado.

Diferentemente, a eleição para os cargos legislativos, como no caso do vereador e vereadora, a legislação prevê a organização de listas de candidatos(as) elaboradas pelos partidos políticos ou coligação de partidos, e registradas nos cartórios eleitorais.

Cada lista ou chapa pode concorrer com até 150% (uma vez e meia) o número de vagas na Câmara de Vereadores; ou até 200% caso a chapa se constitua numa coligação de partidos, garantido reserva de 30% das vagas para diferencial de gênero (art. 10 § 3º, da lei 9.504/97).

Importante destacar que – embora o processo eleitoral e as campanhas eleitorais evidenciem mais os candidatos que os partidos e os eleitores façam suas escolhas a partir dos candidatos – de fato, o sistema considera primeiro o somatório dos votos de cada lista ou chapa para determinar os resultados para, em seguida, examinar os mais votados em cada lista.

A distribuição das cadeiras (vagas) no poder legislativo local obedecerá a uma intrínseca matemática eleitoral, na qual a quantidade de votos de cada lista (chapa) indicará a proporcionalidade correspondente de eleitos, a partir do atingimento do quociente eleitoral.

Quociente eleitoral

Para se obter o quociente eleitoral é preciso saber quantos eleitores votaram numa determinada eleição. Desse total vamos desconsiderar votos nulos e brancos. Então o total de votos dados menos os nulos e brancos é igual ao que se chama votos válidos (votos nominais aos candidatos mais os votos das legendas partidárias).

O total dos votos válidos será dividido pelo número de cadeiras (vagas) da Câmara Municipal. Exemplo: numa pequena cidade votaram 6.600 eleitores. Na apuração verificou-se que, desse total, 300 foram votos em branco e outros 250 foram votos nulos. Portanto houveram 6.050 votos válidos, que divididos pelas 9 (nove) vagas na Câmara, se obteve o quociente eleitoral de 672 votos.

Pela regra eleitoral, somente participará do rateio das vagas na câmara aquela lista partidária (ou coligação de partidos) cuja soma dos votos de seus candidatos e votos na(s) legenda(s) alcançar o quociente eleitoral. Eliminando a(s) chapa(s) com total de votos inferior a este quociente.

Voto de legenda é a opção de votar no número do partido. No caso do PSB, o 40.

Fórmula: Quociente eleitoral (QE) = votos válidos / número de vagas. Exemplo:

Partido ou coligação	Votos nominais + voto de legenda
Partido A	1.900
Partido B	1.350
Partido C	550
Coligação D	2.250
Votos em branco	300
Votos nulos	250
Vagas a preencher	9
Total de votos válidos (*)	6.050

(*) Conforme Lei Nº 9.504/97

$QE = 6.050 / 9 = 672,222222... \Rightarrow QE = 672$. Logo, os partidos A e B, e a coligação D, alcançaram o quociente eleitoral e ratearão as vagas, sem a participação do partido C.

Quociente partidário

Uma vez conhecido o quociente eleitoral, se observará em seguida o quociente partidário, que é o total de votos de cada chapa, dividido pelo quociente eleitoral.

Fórmula: Quociente partidário (QP) = votos do chapa / quociente eleitoral. Exemplo:

Chapas	Cálculo	Quociente partidário
Partido A	$QPA = 1.900 / 672 = 2,8273809$	2
Partido B	$QPB = 1.350 / 672 = 2,0089285$	2
Coligação D	$QPD = 2.250 / 672 = 3,3482142$	3
Total de vagas preenchidas por quociente partidário (QP)		7

Assim, a justiça eleitoral reconhecerá a quantidade de vagas que serão ocupadas pelos partidos políticos ou coligação de partidos. O quociente partidário é como “um lote de votos”. A cada lote de votos uma vaga. Se alguma lista partidária ou coligada recebeu mais que um lote de votos, receberá seu equivalente de vagas.

E pode acontecer de se esgotarem os “lotes de votos” e haver sobra de vagas. Nesse caso, a lei eleitoral (art.109 do Código Eleitoral) prevê aplicar o método pelo qual se reconhecerá as melhores médias eleitorais entre as chapas partidárias que atingiram o quociente eleitoral.

Média - distribuição das sobras

Para preencher as vagas remanescentes, os partidos/coligações cujo quociente partidário permitiu ocupar vaga(s), serão submetidos a avaliação da(s) melhor(es) médias eleitorais. Obtém-se a média tomando o total de votos da chapa e dividindo pelas vagas já ocupadas, acrescida de mais um.

Link para consulta com informações de toda legislação eleitoral brasileira: <http://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/codigo-eleitoral>

1ª Média

Partido / coligação	Cálculo	Média
Partido A	$MA = 1.900 / (2+0+1)$	633,333333
Partido B	$MB = 1.350 / (2+0+1)$	450
Coligação D	$MD = 2.250 / (3+0+1)$	562,5
Partido ou coligação que atingiu a maior média (1ª)		Partido A

2ª Média

Partido / coligação	Cálculo	Média
Partido A	$MA = 1900 / (2+1+1)$	475
Partido B	$MB = 1.350 / (2+0+1)$	450
Coligação D	$MD = 2.250 / (3+0+1)$	562,5
Partido ou coligação que atingiu a maior média (2ª)		Coligação D

Resumo das vagas obtidas por partido ou coligação

Partido	Pelo QP	Pela média	Total
Partido A	2	1 (1ª média)	3
Partido B	2	0	2
Partido C	0	0	0
Coligação D	3	1 (2ª média)	4
	7	2	9

“As eleições de 2016 estão relacionadas ao território dos Municípios que, apesar do avanço significativo das taxas de urbanização no Brasil, apresentam porções rurais e modos de vida ligados às atividades do campo. Temos que pensar, portanto, todo o território municipal e planejar governos e atuação parlamentar para todos os municípes.

Se é certo que os problemas da instância local presidirão os debates e confrontos, não podemos esquecer que nossas bandeiras nacionais, como o Novo Federalismo precisam estar presentes, inclusive porque o PSB terá papel relevante em qualquer cenário que se apresente em 2018”.

Carlos Siqueira

Presidente Nacional do Partido Socialista Brasileiro – PSB





SEXTO PAINEL

Nova lei eleitoral. Quais mudanças mais importantes?

A próxima eleição de prefeitos(as), vice-prefeitos(as) e vereadores(as) será regida pela Lei 13.165, de 29/09/2015. As mudanças tornam o processo eleitoral mais rápido e bastante restritivo ao uso da publicidade eleitoral, assim como à captação de recursos financeiros e mais complexo quanto à prestação de contas. Vejamos as principais alterações que valerão para as eleições 2016.



Prazo para a filiação partidária

Poderá participar da eleição quem estiver com sua filiação deferida pelo partido, até a data limite de 6 (seis) meses antes da eleição. Porém, o prazo para comprovar domicílio eleitoral continua em 1 (um) ano.

Período de realização dos congressos municipais para oficializar candidaturas e coligações

O PSB realizará o Congresso Municipal entre os dias 20 (vinte) de julho e 05 (cinco) de agosto do ano de realização da eleição. E o registro das chapas de candidatos até as 19 horas do dia 15 (quinze) de agosto.

Obs.: os(as) atuais vereadores(as) ganharam oportunidade para mudar de partido, sem prejuízo de seus mandatos (a janela), nos 30 (trinta) dias que antecedem o prazo de filiação, entre 02 de março e 02 de abril.



Quantidade de candidatos(as) nas listas partidárias ou coligadas

Nos municípios com até 100 (cem) mil eleitores, os partidos políticos, no caso o PSB, poderá registrar até 150% do número de cadeiras da

Câmara Municipal; e em caso de coligação de partidos (dois ou mais), até 200%.

Nos municípios com eleitorado superior a 100 (cem) mil, o limite máximo será 150%, seja por lista própria de partido político ou coligação de partidos.



As doações para campanha eleitoral

A captação de recursos para campanha eleitoral ficou restrita às pessoas físicas, que poderão doar contribuições no limite de 10% dos rendimentos brutos declarados no ano anterior à eleição.

No entanto, o doador poderá disponibilizar bens móveis e imóveis para campanha eleitoral, desde que o valor estimado desses bens não ultrapasse R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais).



Limite dos gastos

É facultado ao(à) candidato(a) utilizar recurso financeiro próprio na campanha eleitoral, quando devidamente registrado e limitado ao previsto na lei eleitoral. Para os candidatos(as) a vereador(a), o limite será:

- De 70% do maior gasto contratado na circunscrição nas eleições de 2012.
- Em municípios de até dez mil eleitores, o limite será de R\$ 10.000,00.

No caso dos candidatos ao cargo de prefeito o limite será:

- Para o primeiro turno das eleições, 70% do maior gasto declarado para o cargo nas eleições 2012, na circunscrição eleitoral em que houve apenas um turno; ou 50% do maior gasto declarado para o cargo nas eleições 2012, na circunscrição eleitoral em que houve dois turnos.
- Para o segundo turno das eleições; onde houver, o limite de gastos será de 30% do valor previstos para o primeiro turno.

- Em municípios com até dez mil eleitores, o limite será de R\$ 100.000,00.

Penalidades para recursos de fontes indevidas



Qualquer recurso do candidato ou do partido político que não comprovar sua origem ou se for de fontes vedadas, terá que ser devolvido ao doador ou transferido para a conta única do Tesouro Nacional.



Atenção com a prestação de contas de campanha

O demonstrativo da evolução das contas da campanha será registrado no “sitio eletrônico” da justiça eleitoral.

A prestação de contas da campanha será feita pelo próprio candidato ou em comitê. Nos municípios com menos de 50 (cinquenta) mil eleitores, ou em qualquer caso que os gastos de campanha não ultrapassem R\$ 20.000,00 (vinte mil), a prestação de contas será pelo sistema simplificado.



Propaganda eleitoral

O período permitido para a propaganda eleitoral começa no dia seguinte ao registro da candidatura – após o 15 de agosto de 2016.

Os espaços em bens imóveis particulares, para divulgação da campanha, só podem ser utilizados com peças feitas em adesivo ou papel e que não excedam 0,5m (meio metro quadrado). Placas, outdoor ou mini outdoor estão proibidos.

A campanha poderá ser divulgada via internet e mídias sociais, a partir de 15/08.

Exigência de votação nominal mínima

Os artigos 108 e 109 da Lei Eleitoral¹ apresentam as principais mudanças nas regras eleitorais, quanto ao estabelecimento de nova cláusula de barreira na eleição de vereador(a). Ou seja, somente estará

¹http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13165.htm

reconhecido eleito o candidato que obtiver 10% dos votos do quociente eleitoral. Ex.: uma cidade que apurar 50 mil votos úteis com 10 cadeiras na câmara, terá quociente eleitoral 5, equivalente a 5 mil votos. Nesse caso estarão em condições de se eleger somente aqueles com 500 votos ou mais.

Mesmo nos casos de verificação das médias eleitorais para preenchimento das vagas remanescentes, para que vereador ou vereadora sejam considerados eleitos, além do número de vagas indicadas pelo quociente eleitoral partidário, ele deve obter votos em número igual ou superior a 10% do quociente eleitoral.



SÉTIMO PAINEL

Marketing aplicado à Campanha eleitoral

O mercado e suas modernas técnicas de vendas emprestaram o termo marketing ao processo político e principalmente às campanhas eleitorais. Publicitários migraram seus conceitos sobre produto e consumo, considerando haver um “mercado eleitoral” capaz de “vender” a imagem do “produto” (o candidato) para o público consumidor (os eleitores).

O marketing adequou-se muito rapidamente aos padrões da política e desenvolveu ferramentas próprias, sem as quais as campanhas eleitorais não se realizam. No entanto, o padrão mercadológico do marketing tende a mascarar valores que precisamos reafirmar: decência na vida pessoal e compromisso público, democrático, socialista e popular.

Entretanto, é bastante pertinente que os socialistas saibam utilizar bem os recursos de marketing para os seus objetivos políticos e eleitorais. Aqui vamos relacionar algumas dicas que, guardando coerência com a postura socialista, podem contribuir para melhorar o desempenho da campanha eleitoral.

Três dimensões do marketing a serem observadas

- 1 Marketing Pessoal: a mais densa camada de sua imagem pública foi construída ao longo de sua vida pessoal, familiar, profissional e social. Sua trajetória de vida moldou sua imagem pública. O modo como se tornou conhecido(a) no meio social onde viveu e vive, por onde passou, o núcleo familiar, os grupos de amigos que constituiu, desde a infância, escola, igreja, vizinhança. A rua, a praça, clube etc.

O jeito que se comporta, fala, gesticula e se veste, seu interesse particular para isso ou aquilo, suas vocações esportivas, culturais e profissionais. E de igual forma, as manias, opiniões mais conservadoras ou mais liberais, revolucionárias, altruístas ou excêntricas. O domínio de alguma área de conhecimento ou técnica elaborativa. Tudo importou para ser o que é hoje. O ponto de partida é seu marketing pessoal.

- 2 Marketing Político: é o transporte de seu marketing pessoal para o mundo da política. Se for médico, engenheiro, sindicalista, esportista, ambientalista, militante social... Não importa. O que importa é como isso trouxe você para dentro da observação política; e como seu histórico de vida dará sustentação à constituição de sua “marca” na política e na político-eleitoral.

Na política, são variadas as formas de atuação e de protagonismo para quem dela participa. Muitos estarão na vanguarda se apresentando como candidatos e defendendo posições públicas, enquanto outros se manterão na retaguarda dando suporte para as ações que se apresentam.

- 3 Marketing Eleitoral: o primeiro ensaio que faz o profissional de marketing acerca do “produto” que ele vai trabalhar é a investigação histórica que facilitará ou não desenvolver a estratégia de “venda” desse produto.

Em seguida, ele identificará como e por que aquele marketing pessoal se colocou na cena política, e qual sua aplicação prática: habilidade profissional, senso de liderança, arranjo político ou institucional, aventura pessoal, indicação classista, partidária etc.

Traçado o perfil político, cabe então traçar o perfil eleitoral. Ou seja, como ele se apresentará numa campanha eleitoral e qual atratividade o colocará na “vitrine eleitoral”.

O candidato socialista à Câmara de Vereadores, agora informado das dimensões do marketing para a competição eleitoral, deve

desenvolver seu perfil levando em conta também a crença do programa partidário do PSB e as clássicas perguntas: por que quer ser vereador(a)? Como? E para quê?

As peças da campanha

A minirreforma eleitoral (lei 5.735/2015) fez severa restrição à publicidade eleitoral, reduzindo o período de campanha para somente 45 dias, a partir de 15 de agosto, encolhendo o tempo disponível para propaganda no rádio e na TV, com apenas 35 dias, a partir de 27 de agosto.

A utilização do horário eleitoral no rádio e/ou TV deve ser especialmente pensado, programado e desenvolvido de modo a distinguir-se tanto pela imagem como pela mensagem. O traje, o gesto, a expressão facial, o tom de voz e cada palavra contribuirão para chamar a atenção do eleitor e facilitar sua escolha.

Também foram reduzidos os tamanhos de peças como cartazes e banners, que não podem ultrapassar 0,5 m . De todo modo, o marketing determina que a campanha se faça em torno de uma **marca**. Você e sua campanha agora serão uma marca.

Em qualquer campanha eleitoral a peça fundamental é o “santinho”. Aquele panfleto cujo tamanho caiba no bolso. Observe que as informações no santinho devem explorar ao máximo sua imagem e os objetivos da campanha. E nele deve estar sua marca, a síntese de seu marketing pessoal, político e agora eleitoral.

- A foto é a primordial informação e deve estampar sua melhor expressão facial. Uma vez impressa, ela será “você” se comunicando com o eleitor toda vez que este manipular seu panfleto.
- Junto com sua foto estampada, devem estar impressos e destacados seu nome (forma mais popular de como é conhecido) e o número de campanha.
- A terceira informação é o cargo para o qual se candidata: vereador(a).
- Alguma frase ou slogan podem complementar a comunicação, assim como o uso de símbolo, cores e desenho.

- Reserve o canto alto ou outro espaço para nele identificar o partido, e por força de lei, as informações do registro do candidato, da gráfica e quantidade.

O verso do panfleto deve ser utilizado para breve comunicação que responda aquelas indagações: por que ser vereador(a)? (tem a ver com histórico de vida), como? (estratégia de campanha) e pra quê? (propostas que o diferencie). Tudo com não mais que dez linhas (fonte tamanho 12). Se couber, coloque pequena ilustração (foto, desenho, cor, símbolo) que faça referência ao texto.

Outras orientações dão conta do traje adequado à campanha e a melhor forma de abordagem e apresentação do candidato ao público eleitor.

Quanto ao traje, recomenda-se a sobriedade. Nada que o afaste completamente da normalidade de seu dia-a-dia, mas que o distinga entre os transeuntes.

Porém, a forma de abordagem é de extrema atenção. Primeiro é preciso “sacar” se quem será abordado quer ser abordado. E nunca, de forma alguma, inicie diálogo pedindo voto. Trate o abordado(a) antes como alguém, um cidadão(ã) que deve ser despertado(a) para o processo eleitoral.

Fale da cidade, provoque o debate sobre os problemas e soluções. E descubra qual o grau de interesse dele(a) em algum assunto. Havendo sintonia, aí sim é hora de se apresentar e pedir a confiança do voto, o compromisso do voto, apoio e adesão ao seu projeto, e se possível, a efetiva participação em sua campanha.



Danilo Simões, militante e entusiasta do PSB.
1972 - 2015



OITAVO PAINEL

Tratando do Programa de atuação parlamentar (e a plataforma eleitoral). Construir o programa¹

O(a) candidato(a) a vereador(a) socialista deve representar a expressão dos interesses e necessidades da maioria da população, a partir dos indivíduos que ainda se encontram à margem da cidadania, e privilegiando a organização dos grupos de participação política, propondo transformar as dificuldades do cotidiano em temas da disputa política.

A construção do Programa é forma inteligente e socialista de fazer iniciar a campanha. Para tanto, deve-se pesquisar e conhecer os principais indicadores da realidade do município e as atividades do atual governo municipal. Vejamos os mais importantes e decida quais mais lhe interessam:

Dinâmica demográfica

Pirâmide etária (as várias faixas etárias); diferencial de gênero (masculino, feminino); graus de escolaridade dos jovens e adultos; distribuição geográfica (rural, urbana e suburbana); distribuição socioeconômica e programas de transferência de renda.

Ocupação do território municipal

Taxa de ocupação na sede principal, na Zona Rural, bairros e distritos; número de residências (ocupadas e desocupadas); número de estabelecimentos comerciais, industriais e prestadores de serviços; qualidade das habitações; identificação territoriais nas micro ou macro regiões hídricas; região metropolitana, consórcios regionais etc.

1. Referência: caderno “Pensando e Organizando a Campanha Eleitoral”, pg. 19-25. FJM, 2012.

ESTRUTURA E INDICADORES DAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Educação

Número de Unidades escolares, sua localização; condições gerais de infraestrutura física e de equipamentos; número de alunos por série; creche; Educação Infantil; Ensino fundamental; Ensino médio e Superior; Educação de Jovens e Adultos; evasão escolar; analfabetos; demanda reprimida por série; posição do município no ranking do MEC;



número de servidores municipais na área da educação; recursos orçamentários mobilizados na educação; infraestrutura para transporte escolar.

Saúde

Percentual da população usuária do SUS; unidades de saúde por nível de complexidade (básica, urgência, especialidade, hospitais etc.); condições gerais de infraestrutura física e equipamentos; equipes de Saúde da Família; divisão em territórios adscritos a unidades básicas e/ou equipes de família; atendimentos de urgência e emergência; atendimento hospitalar; rede de referência e contra referência; número de servidores municipais na área de saúde; recursos orçamentários mobilizados para o setor; número de ambulâncias.

Assistência social

Número de unidades de assistência social; estágio de implementação do sistema de assistência social (CRAS e CREAS); condições gerais da infraestrutura física e de equipamentos; percentagem da população cadastrada nos programas de Assistência Social; número de entidades assistenciais; funcionamento do sistema de direitos das crianças e do adolescente.

Saneamento

Que ente presta serviço de saneamento básico; percentual de cobertura de acesso à água potável e esgoto; capacidade dos mananciais que abastecem o município; percentual do esgoto tratado; como é realizada a coleta do lixo e sua destinação final; existência ou não da coleta seletiva; como é a política das tarifas destes serviços; tem problemas de enchentes?

Habitação

Déficit habitacional; percentual de habitantes em favelas, cortiços etc.; áreas invadidas, em particular em áreas de proteção ambiental; quais os programas habitacionais em andamento.



Segurança

Qual estrutura de segurança existente; condições gerais de infraestrutura física, de equipamentos das unidades de segurança; índices de criminalidade; existência de georeferenciamento de ocorrências; número de adolescentes em conflito com a lei; Conselho Tutelar em funcionamento.

Desenvolvimento econômico e social

Renda per capita; vocação econômica; cadeia produtivas; potencialidades econômicas, turísticas etc.; população economicamente ativa; taxas de desemprego por faixas etárias e sexo; IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal)

Desenvolvimento Urbano

Existe Plano Diretor? Como funciona o transporte coletivo; condição da pavimentação das ruas; iluminação pública; trânsito; arborização, praças, parques.

Políticas de lazer e esportes

Infraestruturas existentes; equipamentos; número de servidores.

Controle social

Quais Conselhos Municipais estão organizados e funcionando regularmente?; qual a paridade?; qual nível de participação, intervenção e controle sobre as decisões públicas?; como funciona o orçamento participativo?; como é aplicada a Lei da Transparência?

PRINCÍPIOS DO SOCIALISTA

- Liberdade que só é tal quando forem, de fato, superadas as diferenças socioeconômicas e os preconceitos sociais. A liberdade deve ser exercida em termos individuais, alicerce de uma sociedade verdadeiramente livre. É fundamental hoje renovar os estatutos da participação na vida política, a começar nos próprios

partidos.

- Democracia como valor, elemento que organiza a experiência humana não só na esfera da política pública, mas também nas relações sociais, sobretudo nas relações econômicas da organização do trabalho.
- Programa é o documento no qual o vereador(a), representando de fato o partido socialista, estabelece seu compromisso com a cidadania e o protagonismo social, realizando, desde a campanha eleitoral, um processo de participação coletiva na vida da cidade.
- Reformar ou atualizar a estrutura do aparelho de estado do município.
- Ter como objetivo promover o desenvolvimento local, no âmbito do desenvolvimento regional, sob a lógica da sustentabilidade e da inclusão social.
- Construir o Programa com a participação popular e dos movimentos sociais, seguindo as seguintes etapas:
 1. Formação da equipe que prepare o projeto de organizar e sistematizar as informações, por área de política pública e criar agenda.
 2. Estabelecer amplo roteiro de discussões populares envolvendo os setores da sociedade civil organizada.
 3. A partir dessas consultas e debates, construir o programa, que servirá de plataforma de campanha.
 4. Organizar uma ampla distribuição do programa à população.

Brasília - Melhorias no transporte público e corredores exclusivos para ônibus devem aumentar o número de usuários e reduzir o volume de carros nas cidades. Foto: Renato Araújo/ABR



“Segurança pública: todo município, o que tem 5 mil habitantes, ou aquele, como São Paulo, que tem 12 milhões, pode ter um plano de redução de violência.

Investir em mobilidade urbana, calçar rua, iluminar, fazer praças, promover o desporto, construir e qualificar escolas. Tudo isso faz parte de uma estratégia de redução da violência. O gestor coloca o tema da segurança no centro e cuida de forma articulada das ações do dia a dia da cidade, na perspectiva de dar segurança e harmonia para que as pessoas possam levar suas vidas em um ambiente pacífico”.

Renato Casagrande

Presidente da Fundação João Mangabeira



NONO PAINEL

Como organizar a campanha

(Colaboração do Prof. Alberto Gavini)

Uma campanha eleitoral é antes um **projeto** que se deve elaborar a partir do **planejamento** de suas etapas e ações. A recente alteração na legislação eleitoral tornou a campanha do candidato a vereador(a) mais enxuta, rápida e econômica. Foi reduzida a apenas 45 dias e admite muito menos recursos publicitários.

Isso faz com que a organização da campanha seja mais ágil, exigindo equipe bem concentrada, entrosada e comprometida com o sucesso da empreitada.

A orientação segue o seguinte passo-a-passo:

- Uma vez decidido ser candidato, combinar com o PSB de sua cidade.
- Garantir o envolvimento de familiares, dos companheiros da causa política e/ou social, de amigos e colaboradores próximos e voluntários.
- Verificar local adequado para instalar e reunir o Comitê de Campanha.
- Realizar o exercício de planejamento da campanha.

O planejamento

O planejamento básico da campanha é um instrumento eficaz para a percepção da infraestrutura necessária, recursos materiais e humanos e as fases do trabalho que será executado. Planejar é desenhar o que se quer (objetivo), onde se quer chegar (meta) e como (estratégia).

Deverá participar desse exercício, além do candidato, todos aqueles que forem exercer funções gerenciais da campanha, que essencialmente deverá ter:

- Coordenador(a) geral da campanha (preferencialmente não o/a candidato/a).
- Coordenador/organizador(a) da agenda de campanha.
- Coordenador/organizador(a) das atividades orçamentárias, financeiras e contábeis da campanha.
- Coordenador/organizador(a) da infraestrutura, distribuição e manutenção da campanha (materiais, veículo etc.).

Em geral essas funções ou se desdobram ou se acumulam, dependendo do nível da campanha e suas necessidades. No entanto, a organização deve ser capaz de permitir ao candidato **somente cumprir a agenda de abordagem eleitoral**. E que tudo mais se resolva pela organização.

Preliminares: juntar todas as informações acerca da eleição:

- Legislação e regras eleitorais.
- Atualização do eleitorado local.
- Resultados das últimas eleições municipais.
- A atual composição da câmara e seus suplentes.
- Quantas e como estão distribuídas as urnas no município.
- E quantos e quais serão seus principais competidores nessa eleição e em quais partidos ou chapas de candidatos estarão.

Trace o mapa do município destacando os locais de votação. A cada local distribua as informações disponíveis: quantas urnas, quantos eleitores, quem são seus possíveis contatos ao redor; concorrentes da área, projeção de votos desejados e qual mínima estrutura necessária.

Orçamento e infraestrutura

Planeje com a cabeça nas nuvens (o que seria o ideal), mas com os pés no chão (somente o possível): “o ideal era ter dez carros, mas efetivamente se tem dois”, então sua infraestrutura começa com o que tem.

O exercício orçamentário é peça fundamental para o planejamento: sair a campo e pesquisar materiais, preços e condições: contrato de locação, material de escritório, computador e internet, gráfica e papel, confecção das peças publicitárias (arte, texto, foto), panfleto (santinho), cartaz (santão), faixas, adesivos para veículos e de peito (praguinhas), veículo, combustível e manutenção, contrato de pessoal, alimentação etc.

E uma vez iniciada a campanha não poderá mais parar sob quaisquer argumentos. Por isso, deve-se prever a confecção, distribuição e reabastecimento dos materiais de forma periódica. A ação bem planejada garantirá o sucesso dessa empreitada, que deve ser coordenada por quem conhece bem o município e **não permitirá falta de material nos pontos de apoio da campanha.**

O marketing

O planejamento das peças da campanha deve ser profissional. O designer, a foto, o texto, cores, tipos de letras, o áudio e a imagem, onde houver rádio e/ou TV, e o uso das modernas mídias sociais: tudo deve objetivar os propósitos do projeto. Uma boa iniciativa é o partido/comitê majoritário disponibilizar esses recursos aos candidatos, mas se for exclusivo ou com grupo menor de candidatos, bem melhor.

As finanças

É sempre a parte mais sensível da campanha. A melhor forma de captar recurso é transformar o projeto, fruto do planejamento, em peça de apresentação para determinado(s) segmento(s) interessado(s) em prestar apoio à candidatura. Lá constará a apresentação do projeto,

dados pessoais, objetivos do projeto (a eleição do/a vereador/a), a plataforma eleitoral, as demandas e o desenvolvimento da campanha (planejamento), orientação legal para doações, orçamento e plano de desembolso.

Outras formas de arrecadar doações estão associadas ao empenho do grupo de envolvidos. Por exemplo a elaboração de três listas de potenciais doadores: de pequenas, médias e maiores doações. Além das tradicionais formas de promover eventos: encontros de grupos de adesão, cotização de amigos, familiares etc. Sempre atento ao que pode e o que não é permitido pela legislação.

A agenda

A agenda é o coração da campanha. Primeiro desenha-se o agendão. Aquele que cobre todos os dias, desde a pré-campanha, os eventos oficiais do registro (Congresso partidário, cartório e publicação do registro de candidatura) e os 45 dias de intensa campanha.

Em seguida vem o detalhamento das atividades. Bem planejada, a agenda valoriza e articula o tempo disponível do candidato com os mais importantes e necessários contatos e apresentação do candidato. Nela deve estar previsto horários, endereços, contatos e motivos da atividade. Todos os dias a agenda deve conter pelo menos UMA atividade muito importante, seguida das importantes e das oportunas. Se vai visitar uma fábrica, por exemplo, a agenda propõe que na ida e/ou na volta se faça contato com pessoas, instituições, comércio etc.

A prestação de contas

Deve se ter com a prestação de contas a mesma preocupação que se tem com as demais atividades da campanha. Atividade que deve ser planejada, coordenada e executada desde a pré-campanha, e conseqüentemente, será também o último ato da campanha. Toda atenção é necessária, não despreze isso.

O exercício

Etapa 1: Analisando Ambiente Interno

Avaliação do estágio inicial da campanha e caracterização do candidato traçando suas forças e fraquezas (matriz SWOT ou matriz FOFA: força, oportunidade, fraqueza e ameaça).

Fraquezas

- São características negativas do candidato que precisam ser conhecidas, para que ele e sua equipe possam superá-las.
- São as deficiências da campanha: quanto a habilidades, competências, recursos humanos e materiais que ainda não possui ou está em situação de desvantagem.

Tarefa: trabalho em grupo relacionando fraquezas e correções

Nº	Fraquezas	Ações de correção
1		
2		

Forças

Características positivas do candidato que se forem maximizadas fortalecerão a campanha.

As características positivas da campanha (do grupo) em sua relação competitiva: habilidades, competências, recursos humanos e materiais etc.

Tarefa: trabalho em grupo relacionando forças e ações de ampliação

Nº	Forças	Ações de ampliação
1		
2		

Etapa 2: Análise do Ambiente Externo

Levantamento das variáveis externas que podem afetar negativamente ou positivamente a trajetória da campanha do candidato.

Ameaças

São variáveis externas (financeiras, relacionamentos, parcerias, outras) que podem afetar negativamente o desenvolvimento da campanha, mas que devem ser resolvidas e/ou transformadas em oportunidades.

Tarefa: trabalho em grupos relacionando ameaças e ações de enfrentamento

Nº	Ameaças	Ações de enfrentamento
1		
2		

Oportunidades

- São variáveis externas (financeiras, relacionamentos, parcerias, outros) que podem afetar positivamente o desenvolvimento da campanha e devem ser percebidas para serem aproveitadas.

Tarefa: trabalho em grupos relacionando oportunidades e ações de potencialização.

Nº	Oportunidades	Ações de potencialização
1		
2		

Etapa 3: Prioridades do Programa (Plano de trabalho)

Relacionar temas que serão prioridades (compromissos para o mandato), de forma a atender às expectativas das comunidades e dos gru-

pos de interesses. Não ultrapassando 08 (oito) itens, para facilitar a leitura das peças de divulgação. E cada tema deverá ser correspondido com algum **evento ou ação** que potencialize a campanha, fazendo parte do material de divulgação e do discurso do candidato.

Registrar os temas em um quadro, como no exemplo abaixo:

Nº	Temas	Projetos, eventos e ações (exemplos)
1	Saúde	1. Priorizar o PSF 2. Construir hospital regional
2	Educação	
3	Saneamento	
4	Meio ambiente	

Etapa 4: Meta de Votos

Com base no número de eleitores, votos conquistados na eleição anterior (caso já tenha sido candidato), adversários, legenda local e sentimento da equipe, projete a meta quantitativa de votos necessários para sua eleição.

Ao projetar o desejo de votos, deverá dimensionar a correspondente estrutura da campanha. Em outras palavras: não vale a ilusão dos votos, tem que ser o real. Uma boa projeção indica que a cada dez bons contatos, apenas um, ao final, se converterá em voto. Portanto, **toda prudência na previsão de votos.**

Previsão de Votos por local de votação

Com base no número total de votos e na percepção do candidato e de sua equipe, fazer uma previsão da quantidade de votos por municípios, regiões e bairros, tendo atenção especial com o município de “arrancada” (onde pretende ter mais votos), conforme quadro a seguir.

Nº	Local de votação	Eleitores	Votos válidos	Metas	%
1	Local 1 (escola x)				
2	Local 2 (escola y)				
3	Local 3				
4	Local 4				
5	Local 5				
6	Local 6				
7	Local 7				
8	Local 8				
n-ésimo	Total previsto de votos no Município				

Conclusão

Nas eleições municipais de 2012, o PSB elegeu 3.484 vereadores e vereadoras em todo o país, com crescimento de 18% em relação a eleição municipal anterior. O desafio agora é superar esse percentual e a conjuntura política do país abre essa possibilidade.

Hora do PSB organizar suas melhores chapas de candidatos(as), valorizando o poder legislativo, preferencialmente com seus quadros próprios, elevando a conquista de cadeiras na câmara municipal e projetando novas lideranças na política local.

Nem sempre o objetivo da campanha será somente eleger-se vereador(a). Até porque não cabem todos lá.

Saiba que os votos que lhe foram confiados pelos eleitores(as) da cidade lhe credenciaram a continuar na tarefa política. Que seu crescimento político te referenciou para novos desafios, dentro e fora do seu grupo social, profissional ou político. E que os não eleitos(as), serão de fato, vereadores(as) suplentes, portanto, mantidos(as) numa lista reserva devendo estar pronto(a) caso precise. E é animador saber que a campanha oportunizou debater a cidade, conhecê-la melhor e às pessoas e suas expectativas de ver atendida sua cidadania.

Cabe aos filiados do PSB contribuir para melhorar os níveis de confiança das pessoas nos agentes públicos e na política. Expresse esse compromisso na campanha eleitoral, sendo exemplar para seus eleitores. E não permita que a busca pelo voto traga qualquer nódoa a sua conduta pública e vida pessoal.

Por fim, desde a década de 70, o Butão, distante nação asiática, adotou o índice FIB (Felicidade Interna Bruta) para medir o nível de satisfação de seus habitantes. Por ele, os valores econômicos, sociais e culturais levam em conta o bem-estar coletivo e individual, longe dos padrões ocidentais de consumo, concorrência e da vantagem.

Para alcançar os melhores índices do FIB, foram alterados os conteúdos escolares e os aspectos paisagísticos das cidades, concentrando mais atenção nos aspectos meio ambientais, cooperativos e de liberdade.

Então, como será o FIB de sua cidade?

BIBLIOGRAFIA

AMARAL, R. Propaganda Política: 16 leis e mais uma. Fundação João Mangabeira, 2012.

ARRUDA, P. Capitalismo dependente e relações de poder no Brasil: 1889- 1930. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

LIMA JR, O. B. Partidos Políticos Brasileiros: a experiência federal e regional 1945 a 64. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983. BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina. Quociente eleitoral. Disponível em: <<http://wseww.tre-sc.gov.br/site/eleicoes/eleicoes-proporcionais-criterios/index.html>>

CANTRIL, H. Natureza Humana e Sistemas Políticos. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1968.

CESQUEIRA, T.; CERQUEIRA, C. Direito Eleitoral Esquemático. São Paulo: Ed. Saraiva, 2014.

GAVINI, Alberto Farias Filho. Planejamento Básico de Campanha. Vereador e Prefeito. ES. RP, 2015.

IGLESIAS, F. Trajetória Política do Brasil: 1500 a 1964. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

MENEGUELLO, R. Partidos e Governos no Brasil Contemporâneo (1985- 97). São Paulo: Paz e Terra, 1998.

MICHELS, R. Sociologia dos Partidos Políticos. Brasília: UNB, 2001.

PACHECO, C; SERPA, M. Voto é Marketing, o resto é política: sobre a natureza do processo eleitoral. Rio de Janeiro: NUMARK/ECO/UFRJ/ Instituto CPMS Comunicação, 2004.

SANTOS, M; SILVEIRA, M. O Brasil: Território e Sociedade no Início do Século XXI. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2001.

SARTORI, G. Partidos e sistemas partidários. Brasília: Ed. UnB, 1982.

SILVA, F. História do Brasil Colônia 1. Rio de Janeiro: Ed. Moderna, 1994

TORQUATO, G. Novo Manual de Marketing Político. São Paulo: Ed. Summus, 2014.

CALENDÁRIO ELEITORAL 2016

02/04: prazo final para filiação de candidatos

04/05: último dia para requerer inscrição eleitoral ou transferência de domicílio

20/07 a 05/08: Convenções Partidárias

15/08: prazo final para registro de candidaturas

16/08: início oficial da campanha

26/08: início da propaganda eleitoral

02/10: 1º turno das eleições

30/10: 2º turno das eleições

COMO SER VEREADORA E VEREADOR DO PSB 40

Ética

Transparência

Responsabilidade fiscal

Sustentabilidade

Participação

Controle social



Território

População

Economia

Educação

Saúde

Pobreza e

vulnerabilidade



Nova lei eleitoral

Financiamento de

campanha

Prestação de

contas



Estratégia de

comunicação

Marketing

eleitoral

Planejamento

de mídia





ACESSE

<http://fjmangabeira.org.br/psbagenda40>

psbagenda40@fjmangabeira.org.br

