CONECTA

CARTILHA PSD MULHER-RS

2021

APRESENTAÇÃO

Os brasileiros irão às urnas, em primeiro turno, no dia 2 de outubro de 2022 para eleger seus representantes para os cargos de Presidente da República; Governadores; Senadores; Deputados Federais e Deputados Estaduais. O segundo turno ocorrerá dia 30 de outubro.

As mulheres compõem a maior parte do eleitorado brasileiro, mas ainda estão longe de se eleger na mesma proporção que os homens. Precisamos mudar esse cenário. Acreditamos que uma maior representatividade de mulheres nos espaços políticos levará à inclusão, na agenda política, de temas que concernem aos interesses femininos. Ao ampliarmos a presença de mulheres na política, estaremos aumentando as possibilidades de atendimento às necessidades da população feminina.

Foram muitas as batalhas travadas em busca da igualdade. O direito de votar e de ser votada conquistado no início do século passado deu à mulher a condição de cidadã, entretanto ainda existem muitos desafios a serem superados.

Por isso, estamos propondo que você faça parte desta mudança, contribua para aumentar a participação de mulheres na política e concorra a um cargo eletivo nas próximos eleições gerais.

Venha conosco, vamos juntas trilhar esse caminho.

LETÍCIA BOLL VARGAS

Presidente do PSD-RS e
Coordenadora do PSD Mulher do RS

MULHERES EM AÇÃO

Chegou a hora da mudança. Faltam apenas alguns meses para as eleições. O PSD-RS e o PSD Mulher do RS trabalham para que mais mulheres participem deste processo.

Vamos unir nossas habilidades para transformar a realidade de todas. Converse com seus familiares, busque ajuda de outras mulheres que apoiam as candidaturas femininas e vamos lutar pelas mudanças necessárias para promover o fortalecimento das causas femininas.

Vamos investir em nossas redes de apoio e aumentar a participação das mulheres na política.

Essa cartilha tem o objetivo contribuir na organização de sua campanha e criação de sua estrutura de trabalho. São recomendações que observadas poderão fazer grande diferença e trazer bons resultados.

O desafio é grande, mas unidas estaremos fortalecidas para ocupar importantes lugares na política brasileira representando a grandeza do eleitorado feminino.

REDE DE INFLUÊNCIA

Ao dar a largada em uma campanha eleitoral, a preparação e a organização são fundamentais. O tempo e o preparo correto aumentam as chances de vitória. Mas para que isso ocorra são necessárias algumas providências.

O primeiro passo é montar uma rede de influência através da escolha de temas centrais que você pretenda defender. As redes se formam a partir de ideias compartilhadas. Ou seja, você reunirá em torno de suas convicções pessoas que vão contribuir para alcançar seu objetivo.

Uma rede vai se formando a partir da disseminação de ideias com as quais outras pessoas também concordam. Portanto, pense no que você defende e organize formas de disseminar essas ideias, de preferência muito antes das eleições.

As redes precisam de tempo para serem sólidas e se tornarem poderosas ferramentas de repercussão social. Sem rede é praticamente impossível se eleger.

A definição de uma causa lhe dará um norte, um foco, mas não lhe impede de discorrer

sobre outros temas. Existirão oportunidades para você falar sobre outras pautas, como entrevistas de rádio, debates, reuniões, abordagens diretas com o eleitor. Mas sempre é preciso ter foco e poder de síntese. O que você defende tem que caber numa frase.

Sendo assim, defina um tema central de campanha e comece a falar sobre ele em todos os espaços, na sua roda de amigos, na sua família, no seu trabalho, na sua rede social. Busque também outras possibilidades como artigos para jornais, palestras, reuniões de bairro. As pessoas que forem se identificando com o tema e se dispondo a ajudar vão formando a sua rede.

Primeiro forme a sua rede mais próxima, de 5 a 10 pessoas, e com ela discuta a sua causa: como divulgar e como atingir mais pessoas. Recolha ideias do seu grupo, ensaie bem o discurso, estude bem o tema e não perca uma oportunidade de falar sobre ele. O valor está na contundência e não amplitude de temas. Falar em menos temas, e de forma mais objetiva, é ser mais contundente.

ESTRUTURA DE CAMPANHA

Se você constituir a sua rede de influência e a mobilizar fisicamente e nas redes sociais permanentemente, você terá chances de fazer uma campanha barata porque a sua rede vai abraçar a ideia de eleger você para representar aquela luta.

Agora é preciso usar esta rede para construir uma estrutura. Pessoas que entram de cabeça numa causa doam tempo, dão carona, cedem o salão de festas do prédio para reuniões, aceitam ir para a rua nos horários de folga para distribuir santinhos e bandeiras.

Reúna a sua rede de influência, quando ainda faltar 3 a 4 meses de campanha e pergunte o que cada um estaria disposto a fazer e doar para a campanha, como tempo e habilidades.

Essa estrutura pode ser engordada com recursos financeiros, mas pode ser formatada a partir da adesão voluntária à causa.

Quem tem uma rede de influência montada e permanentemente alimentada por uma causa que vale a pena lutar geralmente faz uma campanha estruturada, mesmo com menos recursos.

Organize a sua estrutura, coloque tudo numa planilha, faça um mapeamento de trabalho distribuindo a sua rede de influência pelos segmentos da sociedade e defina quem são os seus multiplicadores em cada região. Campanhas organizadas desta forma tem maior chance de sucesso.

CONTEXTO

Observar o contexto sócio-econômico e cultural é fundamental para o melhor alinhamento da sua campanha. O que acontece na política nacional e na sua região, o momento econômico do país, as ondas de comportamento, tudo isso influencia uma eleição. Por isso é importante saber fazer uma leitura do cenário. Procure entender os sinais que o eleitor está emitindo.

Uma boa maneira de se fazer isso é acompanhar as redes sociais. Mas não observe somente o conteúdo dos que pensam parecido com você e com a sua linha de pensamento ideológico, vá além.

Esteja sempre lendo, ouvindo e acompanhando. Converse com as pessoas para sentir o clima e o humor dos eleitores. Assim você tem como medir a popularidade dos atuais mandatários, conhecer os problemas específicos e saber o que o eleitor gostaria de ver e ouvir de uma candidata.

Isso não quer dizer que você deve moldar totalmente a sua campanha, ignorando as suas crenças, ideias e posicionamentos. Você estará avaliando o quão alinhada está a sua futura campanha com o momento a fim de melhorar o desempenho.

É imprescindível estar atenta ambém ao contexto nacional.

VAMOS COMUNICAR?

Chegou a hora de traduzir o tema central em um conceito de campanha. Será uma síntese, uma espécie de mantra que você vai passar a repetir até o último dia da eleição. Ter um tema central torna a sua campanha focada.

É preciso que tudo esteja alinhado. Do conceito/slogan escolhido, passando pelas cores de

campanha, pela foto que você vai usar, pelo tom crítico, esperançoso ou didático que vai comunicar através das peças publicitárias.

Quando bem escolhido, um tema central funciona como uma isca, atraindo a atenção do eleitor que, impactado por aquela causa, começa a observar, seguir e ouvir a candidata.

Num mundo que tem como referência a velocidade instantânea da internet, conseguir reter a atenção do eleitor é muito valioso e pode ser mais uma forma de mobilização.

IMAGEM É TUDO

A comunicação não é só verbal, as imagens falam por si. Comunicação política é foco, síntese e requer elementos simples, que qualquer pessoa possa entender. Chamar a atenção do eleitor através de uma causa forte, que esteja dentro de um contexto favorável e que seja comunicada de forma correta é fundamental.

É necessário prestar atenção em tudo, com o que se posta na internet, com o tom das críticas, com o jeito de abordar o eleitor. Tudo comunica.

Cuidar dos detalhes faz a diferença. As imagens de campanha devem ser coerentes com a causa, adequadas ao contexto, reforçando o conceito de comunicação.

FORMA E CONTEÚDO

Uma campanha eleitoral é um enfrentamento de argumentos e não necessariamente de propostas. O "como fazer" tem se mostrado mais eficaz do que “o que fazer”. Até porque o eleitor tem um pé atrás com propostas devido a um histórico de desilusão.

Quanto mais claro e contundente forem os argumentos para o “como fazer” mais críveis serão as propostas, “o que fazer”. Para conseguir transmitir a segurança de que saberá “como fazer” é preciso ser algo possível de fazer.

O crescente desinteresse do eleitorado brasileiro reflete o desgosto com a política, mas abre uma oportunidade para as candidatas também. Ser clara, direta, ter foco, ter capacidade de organização de uma rede de influência e usar todos os meios para disseminar um conceito central de campanha são vantagens competitivas.

Repetir um tema, disseminar o tema na rede de influência, mobilizar as pessoas a respeito deste tema é bastante eficaz. É preciso ter convicção sobre o planejamento de comunicação, mesmo quando as pesquisas não são ainda favoráveis.

REDES E GESTÃO

Você precisa ter uma agenda e planejar para saber em quais segmentos da sociedade o seu tema central de campanha terá mais receptividade. Deve distribuir a estrutura que você tem disponível e ter gestão de campanha. Não apenas para a prestação de contas, que é diária, mas para otimizar os recursos.

Comece planejando a sua pré-campanha. Quanto tempo ainda resta até a eleição? O que você pode fazer para ir constituindo a sua rede de influência neste período? Se não puder contratar pessoas, você pode criar um pequeno grupo que tenha a incumbência de decidir os rumos do projeto ao seu lado. Juntas, definam a causa, o tema central e o utilizem para reunir mais pessoas para constituir a sua rede de influência.

A melhor maneira para definir um causa com aderência ao contexto é saber o que o eleitor pensa. Você pode utilizar as redes sociais. Elas podem ser um importante instrumento de pesquisa e servirão para consagrar o seu tema central e ir formando sua audiência. Assim vai sedimentando a sua rede de influência. O importante é disseminar suas ideias, o seu tema central.

O que você diz nos discursos, nas reuniões e na campanha de rádio e televisão, deve ser ampliado na internet. É um espaço maravilhoso para você construir imagem e reputação. Evite textos longos, invista em vídeos curtos, cuide dos comentários e os responda, sobretudo os negativos.

Ande sempre acompanhada de um fotógrafo, que possa também gravar vídeos. Essa pessoa anotará nomes, locais e a ordem de cada contato que fizer em suas agendas. Integre esse contato nas suas redes, realimente essas relações. Identifique quem apresentou quem a você, e faça desta pessoa um padrinho ou madrinha desta nova relação.

Empodere os seus multiplicadores, distribua tarefas e tenha sempre foco. Veja onde você precisa se fortalecer, veja onde os demais candidatos estão indo, seja vigilante.

Cuide para sua campanha ter clima de vitória, invista num bom jingle, contagie a sua equipe, faça pequenos eventos frequentemente, cuide da mobilização. Tudo precisa estar sincronizado e organizado. Não esqueça, o eleitor vota em quem o convence sobre a importância da causa.

Por isso, não desperdice tempo e dinheiro numa campanha pobre de ideias.

Um bom jingle é um discurso cantado, é o tema central em prosa, verso e melodia, é a possibilidade de ressaltar o posicionamento da candidata de uma maneira única. Ele pode mobilizar pessoas que estavam à margem do processo eleitoral e pode criar o clima de vitória que a sua causa precisa.

ESCOLHENDO O NOME

Nomes curtos são melhores de memorizar. Primeiros nomes são mais populares que a maioria dos sobrenomes. E apelidos, desde que positivos e não apelativos, são sempre bem-vindos.

Lembre-se de que você vai ter o seu nome exposto em santinhos, placas e jingles e precisa garantir que todos o entendam. Geralmente o nome certo é aquele que as pessoas mais se referem a você. Outra coisa que se deve considerar é a sua profissão. Pode ser de grande valia incorporar ao seu nome a descrição de sua atividade profissional. Ainda mais se foi ela que o tornou conhecida.

Outra dica importante é unificar o nome que você utiliza no trabalho, nas redes sociais, na família e como candidata.

Outra dica importante é unificar o nome que você utiliza no trabalho, nas redes sociais, na família e como candidata.

ESCOLHENDO A FOTO

Nossa imagem é o nosso cartão de visitas, portanto a sua foto deve ser feita por um bom fotógrafo.

Em relação ao figurino, evite roupas com decotes exagerados, acessórios como brincos, colares e relógios, saias curtas, maquiagem apelativa e cabelo exageradamente montado.

Um blaser com camisa lisa embaixo sempre vai bem.
Assim como camisas de mangas arregaçadas e vestidos mais clássicos e neutros. O mais importante é ser natural. Deixe a sua expressão leve e serena.

CRIANDO A MARCA

Não esqueça: o tema central é para ser seguido e aplicado em tudo.

Incluindo, obviamente, os seus discursos, as suas entrevistas, as suas falas nos programas de rádio e televisão e nas abordagens ao eleitor.

CRIANDO O SLOGAN

O slogan ou conceito é a síntese do seu posicionamento, a frase que melhor resume a sua proposta. O ideal é que seja curta.

Um bom slogan tem que ter ritmo, ser sonoro, bom de ler e falar. E o mais importante, precisa trazer uma perspectiva de futuro. Pense no seu diferencial. Pense no tema central de sua campanha.

CRIANDO O JINGLE

Um bom jingle político deve ter o discurso de campanha na letra. Depois de definir o tema, o discurso central da campanha, tente contextualizar. Metáforas e analogias visuais deixam o trabalho mais rico e encantador.

PROGRAMAS DE RÁDIO E TELEVISÃO

Depois de definir a estratégia central da campanha, distribua os assuntos mais importantes por todos os programas. Lembre-se que o eleitor não acompanha uma campanha na íntegra. Ele assiste ou ouve menos de 30% do que vai ao ar. Portanto, reserve um tempo em todos os programas para repetir o discurso central de sua campanha.

Não poste nas redes sociais apenas os programas de rádio e televisão que foram ao ar, mas também crie conteúdos específicos para a internet. Lembre-se que ela tem capacidade multiplicadora. Canais como Youtube podem ser o seu canal de televisão. Os áudios dos programas de rádio, assim como alguns vídeos curtos podem ser compartilhados no WhastApp ou armazenados como podcasts. A vantagem é que você terá como enviar para grupos de interesse específicos conteúdos mais dirigidos e adequados.

Se possível contrate uma equipe especializada. Gravar um programa de televisão exige técnica, estrutura, conhecimento.

Rádio também. Amadorismos aparecem e deixam a campanha com cara de candidato sem chance.

ORGANIZANDO A CAMPANHA

Faça um organograma básico de trabalho. Você vai precisar de um coordenador geral, alguém que centralize todas as demandas, recursos, materiais. É um erro comum achar que tais tarefas são de responsabilidade da candidata. Por mais simples que seja a campanha, você precisa de uma coordenadora. Candidata faz campanha.

Não administra campanha. Essa pessoa não precisa ser experiente ou mesmo remunerada. Precisa ser alguém organizada que faça a campanha andar mesmo quando você estiver longe.

Serão tarefas dela: definir e conseguir as autorizações para colocação de placas em terrenos particulares, controlar o dinheiro para gasolina e alimentação da candidata e equipe, organizar os gastos, efetuar os pagamentos dos materiais gráficos. Pode ser alguém da sua família que seja disciplinada e fiel.

Outra sugestão é contratar um jornalista ou estagiário de jornalismo para acompanhá-la durante a campanha. Será tarefa desta pessoa: fotografar suas reuniões, caminhadas e encontros, anotar o nome de quem tira foto ao seu lado e postar essas informações nas redes sociais.

Candidata não tem que fazer tudo. Candidata tem que fazer discursos, reuniões, abraçar, conversar e sorrir. O resto é com sua equipe.

REDES SOCIAIS

Concentre sua atuação no Facebook e WhatsApp, já que são as ferramentas usadas pela maioria dos brasileiros. Assim você vai disseminando suas ideias e expandindo sua base eleitoral.

No Facebook você está em campanha 24 horas por dia, 7 dias por semana. Duas postagens por dia já são mais do que suficientes. Aposte em vídeos curtos, eles são a linguagem dominante das redes.

No WhatsApp monte grupos específicos para a campanha, mas pergunte antes se as pessoas estão dispostas a receber mensagens de sua campanha.

Se você já usa o Instagram, o Twitter ou o Youtube você pode usar também essas ferramentas.

Lo

VIROU CANDIDATA?

Uma candidata é sempre vigiada, acompanhada de perto por todos. Muitos estão só à espera de um deslize seu para tirá-la do páreo. Depois do advento das redes sociais, tudo ficou ainda mais perigoso. A qualquer momento, você pode ser filmada, gravada, fotografada.

Evite polêmicas nas rodas em que você frequenta e nas redes sociais. Evite postar fotos inapropriadas. Tudo que você fizer estará no centro das atenções no período eleitoral. Isso vale para qualquer lugar ou situação.

Neste momento de desilusões políticas, abre-se uma raia livre para as mulheres que querem viver a vida pública com dignidade. A boa política pode transformar a sociedade.

Tudo está em suas mãos.

Faça a sua parte.

**Baseado nos livros Antes de pedir um voto, seja alguém em quem você votaria e Você vai ser eleito ou eleger alguém,*
de Zeca Honorato.

VEJA AS ATRIBUIÇÕES DE CADA CARGO

O QUE FAZ A PRESIDENTE DA REPÚBLICA?

Eleita para um mandato de quatro anos, a presidente da República tem atribuições específicas determinadas pela Constituição Federal. De acordo com o texto de 1988, cabe a ela as tarefas de chefe de Estado e de governo e de comandante das Forças Armadas.

A presidente é a representante pública mais elevada do País e a principal articuladora das vontades da população. Além de sancionar ou rejeitar as leis aprovados pelo Congresso, ela também pode propor emendas à Constituição e projetos que serão avaliados por deputados e Todos os anos, a presidente deve submeter o planejamento, gastos e previsões orçamentárias ao Congresso.

Na mensagem e plano de governo, enviados por ocasião da abertura da sessão legislativa, em fevereiro, ela expõe a situação do País e indica as providências a serem tomadas. Além disso, precisa prestar contas anualmente ao Parlamento.

A presidente ainda tem poder para: decretar intervenção federal nos estados, estado de defesa e de sítio; declarar guerra em caso de agressão estrangeira ou celebrar a paz, desde que autorizados pelo Congresso Nacional; manter relações com estados estrangeiros e acreditar seus representantes diplomáticos; celebrar tratados, convenções e atos internacionais, sujeitos a referendo do Congresso.

Também é ela quem nomeia os comandantes da Aeronáutica, Exército e Marinha; os ministros do Supremo Tribunal Federal e dos tribunais superiores, o procurador-geral da República, o presidente e diretores do Banco Central, após aprovação pelo Senado Federal; os ministros do Tribunal de Contas da União e o advogado-geral da União.

O QUE FAZ UMA GOVERNADORA

Ela é a chefe do Poder Executivo estadual e deve representar o Estado em todas as suas relações, sejam elas jurídicas, políticas ou administrativas. Também deve defender os interesses do estado junto ao presidente da república.

Além disso, há várias áreas de grande relevância pública em que ela tem papel decisivo como segurança pública, infraestrutura estadual, definição do orçamento estadual, angariar investimentos federais para o estado e municípios, administração do sistema prisional, atuar no processo legislativo estadual, educação e saúde.

RECURSOS

Para realizar investimentos e desempenhar todas as suas funções, as governadoras contam com recursos próprios. O pacto federativo brasileiro permite a arrecadação de impostos por parte dos estados.

Esses impostos são: Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação (ITCMD).

Além dos impostos estaduais, existem também os investimentos federais como o Fundo de Participação dos Estados. A União financia serviços estaduais de saúde, educação, da segurança pública, entre outros.

RECURSOS HUMANOS

Para tornar as políticas públicas realidade, os governos estaduais possuem uma estrutura organizacional própria que, sob a coordenação da governadora, elabora e executa as políticas relacionadas à administração pública estadual. Secretarias, empresas públicas, autarquias e fundações geralmente aparecem na composição administrativa dos estados.

A vice-governadora é eleita com a governadora na mesma chapa. Ela ocupa o lugar da governadora nas situações em que esta não puder exercer suas funlções como em casos de doenças ou viagens.

É possível que a vice ocupe o lugar da governadora permanentemente, se este for afastado por motivos legais (impeachment ou cassação), ou em caso de morte.

No Brasil a governadora é eleita com periodicidade de quatro anos com votação em dois turnos, permitida a reeleição pelo mesmo período. É eleita a candidata que obtiver em primeiro turno 50% mais um dos votos. Se não obtiver essa votação, os dois candidatos mais votados no primeiro turno concorrem no segundo turno, sendo eleita a candidata que obtiver maior votação entre os dois concorrentes.

O QUE FAZ UMA SENADORA

No Senado, as funções são legislativas, fiscalizadoras, autorizativas, julgadoras, aprovadoras de autoridades, entre outras competências.

Na função clássica do legislativo, a senadora pode propor novas leis, normas e alterações na Constituição.

Mas, além dessas funções, o Senado é uma câmara revisora, já que tem a prerrogativa de avaliar e rever as propostas e projetos que já foram votados na Câmara dos Deputados antes que o projeto de lei, por exemplo, chegue à Presidência da República.

JULGAR

Compete ao Senado processar o Presidente e o Vice-Presidente da República nos crimes de responsabilidade, assim como os Ministros de Estado e os Comandantes da Marinha, do Exército e da Aeronáutica nos crimes da mesma natureza que sejam relativos aos seus cargos.

Também cabe ao Senado processar e julgar os crimes de responsabilidade de Ministros do Supremo Tribunal Federal, de membros do Conselho Nacional de Justiça e do Conselho Nacional do Ministério Público, do Procurador-Geral da República e do Advogado-Geral da União.

APROVAR AUTORIDADES

Os senadores têm como prerrogativa da sua função avaliar a escolha de pessoas que irão ocupar determinados cargos. Cada um deles têm uma singularidade e questões que devem ser avaliadas pelo Senado. Um dos cargos que o Senado Federal deve aprovar é o de Ministros de Tribunais Superiores, como do STF. Ministros do STF são indicados pelo Presidente da República, cuja escolha deve ser referendada pelo Senado Federal.

Também é função da senadora integrar comissões do Senado, que podem ser temporárias ou permanentes. São ambientes na casa legislativa em

que se discutem problemas específicos como economia, agricultura, segurança e onde há um debate mais profundo em torno de projetos de lei e emendas constitucionais.

O QUE FAZ UMA DEPUTADA FEDERAL

A deputada federal tem como atribuições legislar e fiscalizar. Cabe a ela propor, discutir e aprovar leis, que podem alterar até a Constituição.

É também a deputada federal quem aprova ou não as medidas provisórias propostas pelo presidente.

Outro papel da deputada federal é fiscalizar e controlar as ações do Poder Executivo. Para isso, conta com o Tribunal de Contas da União (TCU), órgão responsável por avaliar a aplicação dos recursos públicos.

São os deputados federais que aprovam o Orçamento da União, que é uma lei editada todos os anos pelo Executivo, onde são listadas as receitas e despesas do governo federal.

A Câmara dos Deputados e o Senado formam o Congresso Nacional.

O QUE FAZ UMA DEPUTADA ESTADUAL

Ao ser eleita representante do povo para ocupar uma vaga na Assembleia Legislativa, a deputada estadual tem como principais funções legislar de acordo com os interesses da população e fiscalizar o trabalho do governador. Cabe a ela propor, emendar ou alterar os projetos de lei que representem os interesses da população, desde que eles não entrem em conflito com as normas federais ou municipais.

Outra importante função da deputada estadual é fiscalizar o trabalho do Poder Executivo, ou seja, do governador, do vice-governador e dos secretários estaduais.

As deputadas estaduais também são responsáveis pela elaboração da Lei Orçamentária Anual (LOA). É na LOA que é definido quanto o estado vai arrecadar e poderá gastar com cada área de interesse público, como saúde, educação, cultura, entre outros, sempre de acordo com as metas estabelecidas pelo Plano Plurianual (PPA)

COMO FORMAR O PSD MULHER EM SEU MUNICÍPIO

Em reunião do Diretório Municipal ou Comissão Provisória, a executiva indica a Constituição do PSD Mulher Municipal. O PSD Mulher é um núcleo de ação política para fortalecer a participação efetiva das mulheres na política, sendo composto por uma coordenadora, uma vice-coordenadora e uma Secretária Geral. O PSD Mulher Estadual deve ser informado após a formação do núcleo no município para fazer o registro da criação. Segue formulário.

Nome da Cidade

Declaramos concordar com o Manifesto, Programa e Estatuto do “PSD”

Coordenadora PSD Mulher: _____

Endereço: _____

Bairro: _____Cep: _____ Fone Resid (_) _____

Fone Comercial: (__) _____ Celular: (_) _____

e-mail: _____

Título de Eleitor: _____ Zona: ____ Seção: ____

Assinatura: _____

Vice Coordenadora: _____

Endereço: _____

Bairro: _____Cep: _____ Fone Resid (_) _____

Fone Comercial: (__) _____ Celular: (_) _____

e-mail: _____

Título de Eleitor: _____ Zona: ____ Seção: ____

Assinatura: _____

Secretaria Geral: _____

Endereço: _____

Bairro: _____Cep: _____ Fone Resid (_) _____

Fone Comercial: (__) _____ Celular: (_) _____

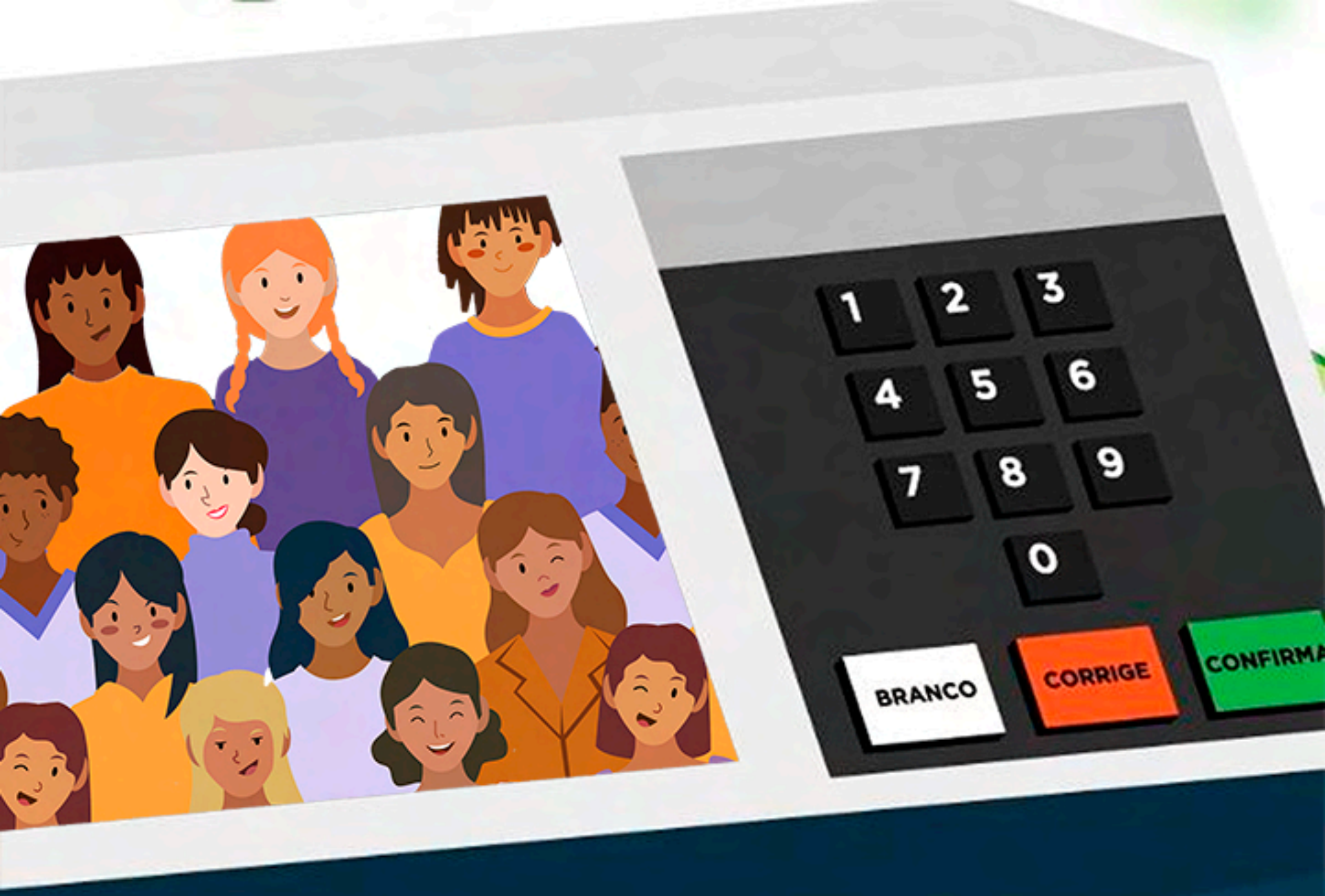
e-mail: _____

Título de Eleitor: _____ Zona: ____ Seção: ____

Assinatura: _____

Com força e empenho teremos cada vez mais mulheres comprometidas em construir e contribuir para o nosso futuro.

Participe, Sugira, Decida!



CARTILHA PSD MULHER

CONECTA 2022

DIAGRAMAÇÃO

ÁSAFE BUENO