



CAMPANHA VOTO VALE – Eleições 2022

Educação política como ferramenta de exercício pleno de cidadania.

VALORES:

- ❖ **Cooperação**
Aberta ao trabalho coletivo e participativo institucional e particular;
- ❖ **Ética**
Fazer somente aquilo do qual possamos nos orgulhar;
- ❖ **Transparência**
Comunicar com clareza, objetividade e verdade;
- ❖ **Apartidarismo**
Não vinculação à partidos políticos.

GOVERNANÇA:

- ❖ Campanha será desenvolvida como ação específica do projeto “Representatividade” do eixo SUSTENTABILIDADE;
- ❖ Todos os membros que compõe a ACVA terão participação ativa e serão co-responsáveis pelos resultados e desdobramento das ações propostas e aprovadas;
- ❖ Ao comitê gestor será atribuído a função de definir estratégias da campanha e dirimir possíveis conflitos éticos e terá a seguinte composição: coordenadores dos projetos Representatividade e Observatório e do eixo Sustentabilidade, presidente e consultora de projeto social da Fiemg RVA.

OBJETIVO GERAL:

- ❖ Fortalecer a representatividade do Vale do Aço nos Cenários Estadual e Nacional, elegendo representantes políticos comprometidos com o desenvolvimento da região e despertar na comunidade o interesse pelas agendas públicas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ❖ Contribuir para diminuição do índice de votos nulos e brancos nas eleições estaduais e federais usando como referência o último pleito eleitoral do mesmo grupo;
- ❖ Aumentar o nr de candidatos eleitos comprometidos com a estratégia de desenvolvimento da região em consonância com a ACVA;
- ❖ Disseminar a importância do voto consciente e da escolha de candidatos que não estejam envolvidos em conflitos éticos;
- ❖ Despertar o interesse da população em acompanhar os atos públicos por meio de canais de transparência e controle social.

Ano 2018

Meta	Resultado	Eficiência
2 Deputados Federais com mais de 30% dos votos no Vale do Aço	1 Deputado Federal com mais de 30% 3 Deputados Federais com menos de 15%	50% Apesar da meta de 30% não ter sido atingida, houve superação em representatividade com a eleição de 4 deputados federais no Vale do Aço.
4 Deputados Estaduais com mais de 30% dos votos no Vale do Aço	2 Deputados Estaduais eleitos com mais de 30%	50%

Ano 2022

Meta
2 Deputados Federais com mais de 30% dos votos no Vale do Aço
4 Deputados Estaduais com mais de 30% dos votos no Vale do Aço

Eleição Vale do Aço em 2014 / 2018

	Vale do Aço		Ipatinga	Coronel Fabriciano	Santana da Paraíso	Timóteo
Eleitores	2014	337.663	181.060	79.716	16.965	59.892
	2018	346.431	183.461	80.939	20.860	61.171
Votantes	2014	270.079 (79,99%)	145.072 (80,12%)	63.069 (79,12%)	13.450 (79,28%)	48.488 (80,96%)
	2018	264.705 (76%)	140.128 (76,4%)	61.344 (75,8%)	16.027 (76,8%)	47.206 (77,2%)
Ausentes	2014	67.554 (20%)	35.988 (19,88%)	16.647 (20,88%)	3.515 (20,72%)	11.404 (19,04%)
	2018	81.726 (23,6%)	43.333 (23,6%)	19.595 (24,2%)	4.833 (23,2%)	13.965 (22,8%)

Eleição 2014/2018 para Deputado Estadual em Minas Gerais

	Vale do Aço	Ipatinga	Coronel Fabriciano	Santana da Paraíso	Timóteo
Número de candidatos votados	671	568	392	194	356
	856	777	557	327	566
% de candidatos votados	61,9	54,4	37,5	18,6	34,1
	1.383	59,7	42,8	25,1	43,5
Número de votos válidos	233.752	126.187 (86,98%)	54.179 (85,90%)	12.055 (89,63%)	41.331 (85,24%)
	222.086 (↓5,0%)	118.816 (84,79%)	51.041 (83,20%)	13.764 (85,89%)	38.465 (81,48%)
Número de votos brancos	21.247	11.140 (7,68%)	5.183 (8,22%)	955 (7,10%)	3.969 (8,19%)
	16.313 (↓23,2%)	7.763 (5,54%)	4.365 (7,12%)	922 (5,75%)	3.263 (6,91%)
Número de votos nulos	15.080	7.745 (5,34%)	3.707 (5,88%)	440 (3,27%)	3.188 (6,57%)
	26.301 (↑74,4%)	13.544 (9,67%)	5.938 (9,68%)	1.340 (8,36%)	5.479 (11,61%)

Eleição 2014 /2018 Deputado Federal em Minas Gerais

	Vale do Aço	Ipatinga	Coronel Fabriciano	Santana da Paraíso	Timóteo
Número de candidatos votados	528	492	379	213	342
	715	634 (+28,86%)	514 (+35,62)	322 (+51,17%)	515 (+50,58%)
% de candidatos votados	86,7	80,8	62,2	35,0	56,2
	77,1	23,5	19,0	11,9	19,1
Número de votos válidos	207.961	118.381 (81,60%)	50.452 (79,99%)	11.543 (85,82%)	27.585 (56,89%)
	223.228 (↑7,35)	119.119 (85,01%)	51.467 (83,90%)	13.841 (86,37%)	38.801 (82,19%)
Número de votos brancos	29.559	15.626 (10,77%)	7.104 (11,26%)	1.318 (9,80%)	5.511 (11,37%)
	15.931 (↓46,1%)	7.679 5,48%	4.228 6,89%	908 5,67%	3.116 6,60%
Número de votos nulos	32.559	11.065 (7,63%)	5.513 (8,74%)	589 (4,38%)	15.392 (31,74%)
	25.541 (↓21,6%)	13.325 9,51%	5.649 9,21%	1.277 7,97%	5.290 11,21%

METODOLOGIA:

DESENVOLVIMENTO

As ações propostas serão estruturadas, considerando fases diferentes segundo os dois públicos alvo, objeto da campanha: **Candidato e Sociedade;**

Os candidatos a deputados estadual/federal serão convidados a conhecerem os objetivos e projetos estruturantes da ACVA onde também poderão apresentar seu plano de governo em um evento específico, segundo regras previamente acordadas;

No decorrer da campanha será realizada uma pesquisa entre as lideranças e entidades que compõe a ACVA que apontará os candidatos mais lembrados pelo eleitor (10 estadual/05 federal) e que serão convidados oficialmente para o evento. Cada membro, promoverá a pesquisa dentro de sua instituição. O resultado será tabulado e comunicado pelo Comitê Gestor;

Candidatos eleitos serão convidados a assinarem “Protocolo de Intenção”, validando seu compromisso com as proposições da ACVA, e que serão monitorados pelos indicadores do projeto Observatório – eixo Sustentabilidade;

O relatório final da campanha comporá as métricas do projeto representatividade;

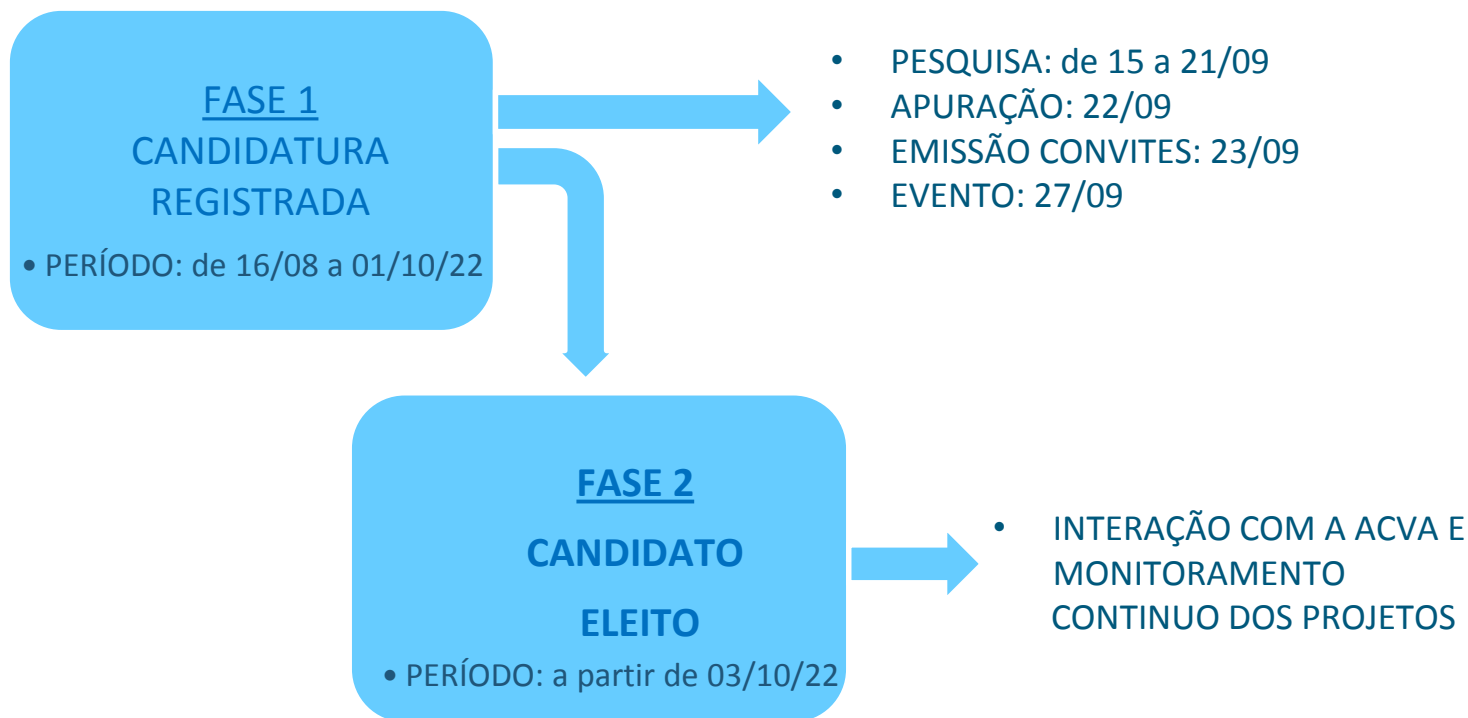
FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO

O material de divulgação estará disponível para download gratuito no site da ACVA e será de responsabilidade de todos a busca de parceria, captação de recurso, bem como a disseminação da campanha.

Sugestão de mídias:

- ✓ Plataformas gratuitas -instagram, facebook, youtube, spotify, whatsapp;
- ✓ Banner em site e-mail mkt dos parceiros e da ACVA;
- ✓ Impulsionamento de publicação – instagram e facebook(pago;)
- ✓ Aplicação de adesivos e identidade da campanha em veículos, outdoors, flyers, espaços públicos e privados devidamente autorizados.
- ✓ Demais oportunidades a serem avaliadas.

MOBILIZAÇÃO DO CANDIDATO



CANDIDATO

FASE 1 – CANDIDATURA REGISTRADA

- ✓ Disponibilizar informações aos candidatos sobre os projetos, metas e estratégias da ACVA, visando melhor compreensão dos desafios e possibilitar a maior efetividade do seu plano de governo para o desenvolvimento regional;
- ✓ Convidar os candidatos para que protocolarmente se comprometam com as metas da ACVA e apresentem seu plano de governo conforme regras previamente acordadas;
- ✓ Promover evento onde os candidatos que aceitarem o convite, assumam publicamente seu engajamento na construção conjunta das soluções de desenvolvimento regional por meio de seu apoio político/partidário e de recursos, de forma ampla e comprometida durante todo seu mandato.

FASE 2 – CANDIDATO ELEITO

- ✓ Convidar à participação nas reuniões da ACVA e a contribuir com os eixos no desenvolvimento dos projetos conforme compromisso assumido.

MOBILIZAÇÃO DA SOCIEDADE

FASE 1

PRÉ-CAMPANHA

- PERÍODO: de 01/04 a 19/07/22



FASE 2

DURANTE A
CAMPANHA

- PERÍODO: de 16/08 a 01/10/22



FASE 3

FINALIZAÇÃO
DA
CAMPANHA

- PERÍODO: a partir de
03/10/22

SOCIEDADE

FASE 1 – PERÍODO PRÉ-CAMPANHA

- ✓ Planejar a criação e uso de mídias sociais especificamente para a campanha e forma de gerenciamento (geração de conteúdo, quantidade e cronograma de postagens, relatórios, contratação de profissional para essa função);
- ✓ Selecionar material para repostar. Importante que sejam de fontes/plataformas aderentes ao tema da importância do voto, perfil ético de candidatos, etc...

FASE 2 - DURANTE A CAMPANHA

- ✓ Manter mídias digitais com intensão de voto local e válido, sem exposição de partido e candidato, reforçando a importância estratégica da atuação do deputado no desenvolvimento regional.

FASE 3 - FINALIZAÇÃO DA CAMPANHA

- ✓ Divulgar os resultados e Encerrar mídia.

INDICADORES DA CAMPANHA:

- ✓ NÚMERO DE VISUALIZAÇÕES DAS PUBLICAÇÕES EM MÍDIAS DIGITAIS;
- ✓ NÚMERO DE CANDIDATOS ELEITOS ESTADUAIS (critério dos 30% mais votados na região);
- ✓ NÚMERO DE CANDIDATOS ELEITOS FEDERAIS (critério dos 30% mais votados na região).
- ✓ PERCENTUAL DE DIMINUIÇÃO DE VOTO NULO E EM BRANÇO SEGUNDO PLEITO DE 2018;
- ✓ PERCENTUAL DE AUMENTO DO NÚMERO DE ELEITORES VOTANTES X AUSENTES SEGUNDO PLEITO DE 2018.

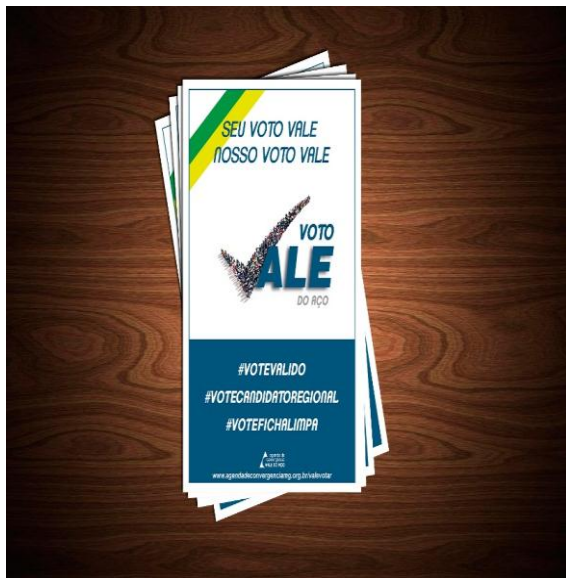
AÇÕES DE MONITORAMENTO DO ENGAJAMENTO DO PARLAMENTAR

Criar um portfólio de projetos de emendas parlamentares que representem a necessidade regional para apreciação dos deputados em momentos de elaboração da LOA – Lei Orçamentária Anual.

- ✓ Desenvolver oficina de elaboração de projetos para emenda parlamentar com demanda dos eixos estratégicos (Elaborar oficinas, definir público e cronograma).

INDICADORES:

- ✓ NÚMERO DE PARTICIPANTES NAS OFICINAS;
- ✓ NÚMEROS DE PROJETOS ENCAMINHADOS;
- ✓ PERCENTUAL DE EMENDAS ATENDIDAS ENCAMINHADAS PELA ACVA X PERCENTUAL DE EMENDAS ATENDIDAS ENCAMINHADAS EM GERAL;



FLYER

Tam 15x21 cm, 4x0 cores, papel couche liso 115g-

1 mil – R\$ 380,00
3 mil – R\$ 560,00
5 mil – R\$ 720,00



ADESIVO PARA CARRO (para-choque/vidro)

Tamanho – 0,20 x 0,10 m
Adesivo leitoso impresso
500 UND – R\$ 466,97
1000 UND – R\$ 924,90
3000 UND – R\$ 2.732,39



GESTOR DE MÍDIA SOCIAL

De 800 a 1.300,00
p/mês, conforme plano
de mídia



OUTDOOR

(9,0 x 3,0 m – 4 cores)

Qtd: 10 unid Valor unitário para produção e veiculação por 14 dias – R\$ 750,00
Valor total para produção e veiculação por 14 dias – R\$ 7.500,00



PAINÉIS DE LED

De 600 a 1.500,00 p/mês.
(conforme local escolhido)

Ação	Quem	Data	Status
Elaborar e adaptar campanha para 2022	Comitê Gestor	01/04/22	Concluído
Apresentar ao Fórum da ACVA	Luciano Flaviano Venilson	04/04/22	Concluído
Avaliar sugestões, validar e publicar no site	Luciano Patrícia Gustavo	11/04/22	Concluído
Captar recursos, buscar parcerias e apoiar execução do Plano de Mídia	Membros titulares da ACVA	Durante a campanha	Em andamento
Fazer cotação de peças e disponibilizar para download	Aline/Gustavo	11/04/22	Concluído
Contratar gestor de mídia e aprovar conteúdo	Aline Patricia Luciano	11/04/22	Em andamento
Aplicar pesquisa de lembrança do candidato nas instituições e comunidade	Membros titulares da ACVA	De 15 a 21/09/22	
Tabular pesquisa e fazer convite aos candidatos	Comitê Gestor	22e 23/09/22	
Preparar evento e protocolos de assinatura	Comitê Gestor Equipe Fiemg RVA	27/09/22	

Anexo I - Regras para apresentação das propostas dos candidatos à deputado federal e estadual:

- ✓ Cada candidato terá 5 minutos para apresentar suas propostas, após o tempo estipulado, o microfone será desligado;
- ✓ O critério para apresentação dos candidatos será em ordem alfabética, conforme nome no registro da candidatura;
- ✓ Cada candidato poderá trazer até 10 convidados para o evento;
- ✓ A participação do público está condicionada a lotação do espaço;
- ✓ Informações sobre a Agenda de Convergência do Vale do Aço e da Campanha “Voto Vale do Aço” no site: www.agendadeconvergenciamg.org.br/valevotar;
- ✓ No evento será vetado qualquer tipo de manifestação coletiva, bandeiras, aparelhos sonoros, distribuição de santinhos, panfletagens e abordagem ao eleitor;
- ✓ Durante o evento, os candidatos serão convidados a assinarem um termo de compromisso com a Agenda de Convergência, caso eleitos;
- ✓ O evento não será aberto a debates.

