

**CADA**  
**VOTO**  
**CONTA**

# CADERNO DE VIVÊNCIAS

APRENDIZADOS DA CAMPANHA  
DE CADASTRAMENTO ELEITORAL  
DE JOVENS DE 16 E 17 ANOS DE CAMPINAS

— *minha* —  
**CAMPINAS**



# Sumário

Introdução .....	03
Sobre a Minha Campinas .....	05
Sobre a FEAC .....	06
Sobre a Campanha .....	07
Como funcionou a nossa Campanha .....	08
1. Por que é importante as juventudes votarem? .....	08
2. As estratégias adotadas: offline e online .....	09
2.1 Principal estratégia: o time de jovens articuladores/as e a entrada nas escolas .....	10
* Planejamento e contato com as escolas e OSCs (ONGs) .....	14
* Nosso público alvo: jovens em situação de vulnerabilidade .....	16
* Bolsa auxílio para articuladores/as .....	17
2.2 Site Cada Voto Conta Campinas e a comunicação em redes sociais .....	18
Resultados alcançados .....	22
Análise da Campanha .....	29
Aprendizados .....	34
Agradecimentos .....	38

# Introdução

O contexto de participação de jovens com 16 e 17 anos nas Eleições de 2022 começou desfavorável no início do ano. Os números do final de 2021 mostravam que 600 mil, apenas 10% dos jovens com essa idade, tinham emitido o título de eleitor. A imprensa nacional falava da menor taxa de participação política da juventude nas eleições. Foi nesse contexto de possível desinteresse ou falta de informação que a campanha Cada Voto Conta \*Campinas atuou.

Tínhamos pouco tempo, apenas 2 meses, de 21 de março até o dia 4 de maio, data final para o cadastramento eleitoral no Tribunal Superior Eleitoral (TSE), para incentivar o maior número de jovens possível a tirar o título para participar das eleições de outubro.

Fizemos isso a muitas mãos, com a colaboração de parceiros, com o apoio incansável do time de jovens articuladoras/es e com a ajuda de pessoas que, como nós, acreditam que a política tem jeito e que é fundamental a participação de todas as gerações.

Este Caderno pretende trazer o passo a passo de como a campanha impactou os/as jovens participantes, apresenta as lições aprendidas, as boas práticas, os desafios, as falhas e as superações na busca dos melhores resultados.

Ele foi construído a partir das nossas percepções e também da de jovens, seja das/os articuladoras/es que atuaram com a gente, seja daquelas/es nas escolas públicas e organizações que visitamos. Durante todo esse processo identificamos detalhes inspiradores para envolver mais os/as jovens na política e é isso que queremos compartilhar com você.

O contexto político deste ano mobilizou muita gente; tivemos muitas campanhas nacionais de diversas instituições e a chamada de artistas e influenciadores/as para que a juventude participasse das eleições, o que provocou imenso impacto e fez com que tivéssemos um recorde histórico no número de jovens de 16 e 17 anos com título de eleitor.<sup>1</sup>

E como a Campanha Cada Voto Conta \*Campinas impactou essa marca histórica? As estratégias utilizadas contribuíram para esse aumento? A campanha deve ser replicada? Estas e outras perguntas nós buscamos responder neste Caderno, esperando que ele possa trazer algumas referências para quem deseja trabalhar com juventude e política, inclusive para além do processo eleitoral.

Nossa análise é de que conseguimos! Jovens estarão nas urnas, a diversidade das pautas de políticas públicas para a juventude estará mais forte na agenda política, as urnas estarão mais vivas e coloridas, trazendo esperança de um futuro melhor.

A mudança que queremos começa agora, mas sabemos que ela não para no título de eleitor. Temos um longo caminho a construir. Esperamos que você aproveite a leitura e que saia, assim como nós, contagiado/a pela vida e energia da juventude.

Equipe Minha Campinas.

---

1 [TSE comemora marca histórica de jovens eleitores nas Eleições 2022](#)



# Sobre a Minha Campinas

A Minha Campinas foi fundada em 2015 depois de ser selecionada no edital do Programa de Fundadores da organização NOSSAS. Compomos uma rede de cidades que compartilham das mesmas tecnologias e metodologias de mobilização para participação social, como Meu Rio, Minha Sampa, Meu Recife e Minha Jampa.

Antes, fomos o CDI - Comitê para Democratização da Informática - que, por 15 anos, promoveu a inclusão digital de mais de 44 mil pessoas, em parceria com mais de 120 ONGs de Campinas e região.

A Minha Campinas já mobilizou mais de 20 mil pessoas, que agiram mais de 45 mil vezes, dando voz às mais de 65 campanhas de mobilização realizadas para aproximar cidadãs e cidadãos das tomadas de decisão de interesse público. Em 2018, Minha Campinas foi eleita uma das 100 Melhores ONGs do Brasil e em 2020, uma das 10 Melhores ONGs de Pequeno Porte no Brasil.

Nossa missão é contribuir para uma cidade mais sustentável, compartilhada, participativa e com garantia de direitos. Para isso, incentivamos a participação popular nas tomadas de decisão da cidade, com tecnologias sociais e digitais, através de mobilizações sociais e incentivo a comunidades de ação.

Respeitamos e valorizamos o conhecimento, posição e escolhas de cada pessoa que se mobiliza. Somos independentes de agentes político-partidários e defendemos o diálogo para que tenhamos oportunidade de entendimento e respeito mútuos. Buscamos criatividade, inovação e diversão em tudo o que fazemos, dando outra perspectiva para as maneiras de resolver os problemas da cidade.

Acreditamos que partilhar, multiplicar e propagar conhecimento potencializam a ação coletiva e é isso que esperamos com esse Caderno.

# Sobre a Fundação FEAC

A Fundação FEAC é uma organização independente que atua em Campinas com o objetivo de contribuir para a criação de uma sociedade mais justa, sustentável e com igualdade de oportunidades. Para isso, investe em ações de educação, assistência social e promoção humana com foco nas regiões e nas populações mais vulneráveis, especialmente crianças e adolescentes, e no impulsionamento de organizações da sociedade civil, empresas e pessoas para as causas sociais.

Os investimentos da FEAC são destinados a viabilizar projetos próprios e de outras organizações da sociedade civil, movimentos sociais e grupos populares que tenham relação com as linhas estratégicas e com os objetivos de cada uma de suas áreas programáticas.

As atividades da FEAC são financiadas por recursos próprios, gerados pela administração de seu patrimônio e por parcerias institucionais. A Fundação conta com uma robusta estrutura de governança composta por Conselho Curador e Diretoria Executiva e com um quadro técnico com profissionais de diferentes especializações, atuando em duas superintendências.





# Sobre a Campanha

O objetivo da campanha Cada Voto Conta foi incentivar jovens de 16 e 17 anos (ou que irão fazer 16 anos antes de 2 de outubro), cujo voto é facultativo, a tirarem o título de eleitor, estimulando sua participação no processo eleitoral e promovendo o voto consciente e a cidadania ativa para o fortalecimento da nossa democracia.

Essa campanha é uma das ações do Projeto Política Jovem, realizado pela Minha Campinas em parceria com a Fundação FEAC e que nasceu da falta gritante de representatividade das juventudes na política, que pode impactar na ausência de políticas públicas que respondem adequadamente a problemas sociais urgentes como o alto número de jovens negros assassinados, jovens com doenças psíquicas, que desistiram da escola (especialmente pós pandemia) e sem perspectiva de emprego.

Identificamos que entre os desafios para garantir uma maior participação e representatividade da juventude está a falta de capacidade coletiva dos jovens para compreender o universo da política e mobilizar para transformar as políticas públicas, e também a falta de um quórum expressivo de jovens votando, que seja capaz de gerar um olhar expressivo da classe política para este grupo. Por isso, a campanha visou diretamente aumentar o número de jovens votantes, tendo por foco aquelas/es de 16 e 17 anos.

Nossa meta foi atingir cerca de 10.000 jovens com a divulgação e 2.000 novos cadastros eleitorais de 16 e 17 anos em Campinas. Para isso, buscamos parceria com o TSE para análise de dados, validamos a campanha junto às diretorias de ensino de Campinas e contamos com escolas públicas e organizações da sociedade civil para receber ó jovens articuladoras/es que foram formadas/os em táticas de articulação, comunicação, planejamento e trabalho coletivo para impulsionar outros/as jovens a realizarem o cadastro eleitoral.

Quer saber como foi nossa jornada? **Bora continuar a leitura!**

---

É importante ressaltar que a campanha foi apartidária e teve por único foco o fortalecimento da democracia e do exercício da cidadania.

O Projeto Política Jovem ainda conta com uma segunda fase, que promoverá a formação de 20 jovens em habilidades e estratégias de mobilização para a incidência em políticas públicas para a juventude.

---

## Como funcionou nossa Campanha?

### 1. Por que é importante as juventudes votarem?

“O jovem no Brasil nunca é levado a sério”. A música de Charlie Brown Jr. e Negra Li nos localiza na realidade do/a jovem em nosso país. Aborrecência, rebelde sem causa, geração nem nem (nem estuda, nem trabalha), são algumas das maneiras como nos referimos às juventudes.

Ao olhar para o universo da política, o quadro se agrava. O perfil das pessoas que ocuparam cargos nas eleições de 2020 é, em sua maioria, de homens, brancos, com ensino superior completo e 48 anos, em média. É raro vermos jovens ocupando esses espaços.

Quando pensamos na realidade de Campinas, o Conselho Municipal de Juventude foi criado somente em 2015 e vemos que nas últimas eleições para o legislativo campineiro, apenas 2 dos 33 vereadores/as tinham menos de 30 anos ao assumirem a legislatura. Em relação às cadeiras das Secretarias do Executivo, em 2022, nenhuma foi ocupada por uma pessoa com menos de 30 anos.

A compreensão de que apenas a pessoa adulta tem algo a contribuir socialmente é massiva. Os dados acima se referem somente à política institucional, mas nos dão um panorama da inserção dos jovens no universo da política, pensando na política de uma maneira ampla, que envolve desde se candidatar, votar, passando pela mobilização social.

Incentivar os jovens a tirarem título é buscar garantir a participação destes na política por meio do exercício do voto consciente. Se nos



aprofundamos, o desejo é que eles também exerçam o controle social das políticas públicas e se organizem para cobrar os seus direitos e mudar as políticas públicas.

Compreendemos que as políticas públicas voltadas para juventude necessitam de pressão para que possam ocorrer. Em um contexto de extrema desigualdade, o universo da política, que por si só é de conflitos, caminha para um fosso entre diferentes grupos.

É necessário pressionar, dar visibilidade e impactar nos interesses dos que possuem mais poder, para que investimentos sejam feitos nas áreas das populações com menor poder no contexto social, onde se encontra as juventudes, especialmente as periféricas e marginalizadas por marcadores sociais como negritude, homossexualidade, deficiência, entre outros.

## 2. As estratégias adotadas: offline e online

Para atingirmos o público e nosso objetivo definimos, em conjunto com jovens, algumas estratégias, ou seja, um procedimento, um plano para chegarmos na meta de 2.000 novos/as jovens com título.

Partimos da ideia de que a maior parte dos/as jovens estão nas escolas, e que esse espaço seria perfeito para conseguirmos nos comunicar diretamente com um número grande de adolescentes de 16 e 17 anos. Também partimos das seguintes ideias: as pessoas nessa idade podem não saber que têm o direito a tirar o título e podem estar muito desmotivadas a votar. Os dados das últimas eleições (2018) para os mesmos cargos deste ano mostram que mais de 20%<sup>2</sup> das pessoas no Brasil não foram votar.

A partir desses entendimentos, criamos um caminho essencialmente offline, à princípio, faríamos visitas às escolas de ensino médio, mas também tivemos algumas estratégias online, e vamos contar sobre elas a seguir.

---

2 Abstenção atinge 20,3%, maior percentual desde 1998

## 2.1 Principal estratégia: o time de jovens articuladores e a entrada nas escolas

Partindo das ideias acima elencadas, foi hora de pensar em como nos comunicarmos com os/as jovens e como promover esse protagonismo político.

Para dar protagonismo às juventudes é preciso dar protagonismo às juventudes. A frase pode parecer confusa, mas mostra nosso esforço em garantir que a campanha tivesse uma cara jovem e que fosse uma conversa entre jovens desde o princípio. Pensando nisso, selecionamos um time de 6 jovens que seriam os protagonistas das ações da Campanha; eles/as é que conversariam com os/as jovens nas escolas. A ideia é que fosse uma conversa entre iguais, com uma linguagem que tocasse quem é jovem e que sensibilizasse ao mostrar uma pessoa de 16 ou 17 anos como protagonista.

O processo de seleção deste time envolveu a divulgação através das nossas redes sociais e de contatos mapeados de pessoas que atuam com jovens (professores, educadores sociais, técnicos de esporte, etc). Tivemos 36 pessoas inscritas.

Para se inscrever era necessário mandar um vídeo falando sobre como o/a jovem incentivaria mais jovens a tirarem o título e responder a um formulário. Para esse papel tão fundamental, precisávamos de jovens com facilidade para falar em público, que fossem ativos/as e que se conectassem com o propósito da campanha.

Para escolher o time de articuladores/as, também observamos o pertencimento a grupos LGBTQIA+, PCD, de pessoas negras e periféricas, já que queríamos formar um grupo diverso.

A partir desses critérios, este foi o time que formamos: os/as jovens articuladores/as Adrielly Barbosa Felipe Rodrigues (17), Emanuel de Lima Leite (16), Eryck Roberto Neris Macedo (17), Isabelli Rocha da Silva (17), Luigi Adriano Silva Lima (17) e Pérola Marques de Souza (16).





**Adrielly**



**Emanuel**



**Eryck**



**Isabelli**



**Luigi**



**Pérola**

Este time de jovens se dedicou por cerca de 20 horas semanais à Campanha durante os dois meses e teve uma formação intensiva de duas semanas sobre o conceito de política, alistamento eleitoral, função dos cargos em eleição em 2022, entre outros temas, que deram uma carga inicial de preparação para levar adiante as ações do projeto.

Com o time formado, foi hora de pensar no conteúdo dessa conversa. Seria uma conversa somente informativa? Sobre documentos necessários e como fazer? Seria uma conversa mais profunda para tentar sensibilizar sobre a importância do voto? Seria leve e divertida ou teria um tom mais sério?

Para definir, então, o que seria realizado nessas visitas, organizamos, em parceria com a Ozipa Criativa,<sup>3</sup> um encontro com um grupo de jovens representativos do público alvo do projeto, para idear táticas criativas que engajassem as pessoas.

Nesse processo coletivo e jovem, definimos a nossa tática: uma dinâmica de sensibilização sobre a importância de ter o título de eleitor!

Nessa dinâmica, os/as articuladores/as simulavam uma eleição, contando com o apoio de dois alunos/as voluntários/as para representar os/as candidatos/as. Cada um/a tinha as suas propostas de campanha (levamos propostas organizadas em papezinhos para o/a voluntária somente ler) e o restante da turma tinha que escolher aquele/a que mais representasse as suas ideias.

No final, o/a candidato/a com mais votos ganhava (teoricamente). O que a turma não sabia é que as bolinhas de cor laranja ou prateada, distribuídas no início da dinâmica, definiam quem tinha ou não o título de eleitor. As bolinhas prateadas, que representavam quem tem título de eleitor, eram distribuídas em número bem menor.

**Daí o choque!** Mesmo tendo escolhido o/a seu/sua representante, o voto daqueles/as com a bolinha laranja, sem título de eleitor, não valia de nada, o que poderia resultar inclusive numa reversão do resultado e o/a outro/a candidato/a ganhar!

O objetivo foi causar esse impacto, esse sentimento de impotência, e sensibilizar os jovens a tirarem o seu título e garantirem a sua voz nas eleições! A dinâmica foi bem divertida e os jovens demonstraram bastante entusiasmo com a experiência e abertura para a conversa.

---

3 A Ozipa Criativa é uma parceria da associação de moradores do Parque Oziel e dos co-fundadores e ex coordenadores da produtora cultural periférica Mandinga de Favela, que somaram forças para criar o primeiro espaço criativo de uma das maiores ocupações da América Latina com mais de 30.000 moradias.





Realização da dinâmica de sensibilização | Patrulheiros Campinas

Na visita, também informamos sobre os documentos necessários para tirar o título e sobre nosso site [cadavotoconta.minhacampinas.org.br](http://cadavotoconta.minhacampinas.org.br), que continha o como fazer, encaminhando direto para o site do TRE.

A princípio, pensamos também em voltar nos dias seguintes à visita para fazer um plantão para tirar o título, solicitando o uso de computadores no local para realizar todo acompanhamento dos/as jovens para o alistamento eleitoral online. Devido ao tempo que tínhamos, fizemos uma opção para alcançar o maior número possível de escolas com a dinâmica de sensibilização, apostamos que a maior parte dos/as jovens teria uma fácil compreensão do processo online para tirar o título e, portanto, fizemos poucos plantões.

O processo online de alistamento demora cerca de 30 minutos, o que impactou também em nossa decisão, com o tempo que tínhamos para desenvolver a Campanha, fazer essa atividade não pareceu o mais adequado.

## 2.1.1 Planejamento e contato com OSCs (ONGs)

A campanha tinha como meta inicial visitar 40 escolas públicas de Campinas, divididas entre as 3 duplas de articuladores. Em cada visita seria realizada a dinâmica de aproximadamente 30 minutos em todas as salas do Ensino Médio, buscando sensibilizar os jovens para trazerem os documentos em um dia de plantão, que seria realizado na escola em outra data.

Havíamos decidido a meta de 40 escolas com base nos dias que estaríamos em campo, mas os números foram menores que o previsto por conta do calendário escolar. Para ocupar os dias em que não poderíamos estar nas escolas, contactamos ONGs<sup>4</sup> da nossa rede e que atendem jovens, em especial aquelas que executam programa de aprendizagem para Jovem Aprendiz. Isso trouxe um enorme ganho para a campanha, já que as ONGs têm maior flexibilidade para adequar sua programação.

Confira as ações realizadas para garantir nossa entrada nas escolas:

**1 Contatar as Diretorias de Ensino da cidade para apresentar a campanha e ter alguma validação de que poderíamos realizá-la nas escolas.** Fizemos isso por meio de envio de e-mails, mas observamos que a comunicação foi mais eficaz quando conseguimos falar direto com o responsável pelo WhatsApp.

**2 Listar as escolas públicas de Campinas, com endereço, e-mail e números de telefone.**

**3 Mapear escolas que eram próximas da residência de jovens articuladores/as.** A ideia era facilitar a logística, mas, por fim, não organizamos nossa agenda com base na localização das escolas, e sim combinando aquelas que tinham interesse e disponibilidade para nos receber.

---

4 O termo legalmente correto atualmente é Organização da Sociedade Civil - OSCs, mas iremos nos referir a estas como ONGs para garantir uma compreensão maior do texto.

**4 Realizar mutirão para contactar as 40 escolas, apresentar a campanha e agendar visitas.** Foi um grande desafio falar com as escolas, devido à dinâmica bastante corrida. Para falar com a direção foram necessárias diversas tentativas via e-mail e telefone.

**5 Acionar a rede de pessoas próximas para saber se tinham indicação de professores ou diretores de escolas públicas.** Essa estratégia foi fundamental; a maioria das escolas que nos deram abertura e foram mais receptivas foi a partir do contato feito por indicação.

**6 Agendar visitas com base no calendário escolar.** Depois que algumas escolas se abriram para conversar sobre o agendamento, entendemos que cada uma tem a sua dinâmica e seu calendário de atividades. Em algumas foi muito fácil, em outras as agendas não batiam. A semana de provas foi um desafio, visto que ela costuma ser na mesma data em toda a rede pública, o que impediu visitas durante o período. Além disso, descobrimos que uma semana de recesso aconteceria em abril.

**7 Realizar plantões.** Como já colocado, abrimos mão dos plantões na composição da estratégia principal, já que demandariam maior engajamento dos jovens e da escola, além da logística de liberar acesso ao Wi-fi e/ou laboratório de informática e, ainda, permitir que os alunos saíssem da sala de aula para participar. Fizemos apenas alguns poucos em ONGs e escolas mais próximas.

O contato com as ONGs foi feito totalmente a partir de contatos conhecidos, o que facilitou muito o processo. Conforme já indicado, as ONGs possuem uma flexibilidade maior em sua agenda de atividades, o que facilitou bastante a entrada para visitas e os poucos plantões que aconteceram.

Em algumas ONGs foram disponibilizados computadores para execução de plantões, e os/as profissionais incentivaram e orientaram os/as jovens de maneira mais próxima.

## 2.1.2 Nosso público alvo: jovens em situação de vulnerabilidade

Em nossa campanha não queríamos atingir qualquer jovem de 16 e 17 anos, mas os que vivem situações de maior vulnerabilidade - as juventudes de regiões periféricas, com menor renda, pessoas negras, entre outros que precisam, por sua condição, lidar com menos acessos, menos direitos e mais violências.

Essa escolha se deu pela busca de mais justiça e igualdade social. Por exemplo, um jovem negro tem 2,6<sup>5</sup> mais chances de morrer assassinado, segundo o Atlas da Violência<sup>5</sup>, do que um jovem branco. Assim, é importante que a sociedade faça mais esforços para proteger a vida de quem está mais ameaçado, de quem está em maior vulnerabilidade; acreditamos que é preciso dar apoio e ferramentas para que esses grupos tenham mais poder.

Sendo a política um espaço de conflito de interesses, onde ter poder faz a diferença para que suas demandas sejam atendidas, cremos que o jovem precisa estar organizado para que as problemáticas das juventudes tenham visibilidade e chances de serem resolvidas, e se esse grupo jovem está em situação de desigualdade, ele precisa estar ainda mais organizado.

Nesse sentido, na hora de definir o nosso público alvo, a prioridade foi a atuação em escolas públicas da cidade, e quando não foi possível chegar às escolas, promovemos nossa atividade em ONGs que executam a política de assistência social no município ou o programa de aprendizagem para jovens aprendizes.

---

5 Negros têm mais do que o dobro de chance de serem assassinados no Brasil, diz Atlas; grupo representa 77% das vítimas de homicídio



### 2.1.3 Bolsa auxílio para articuladores/as

Durante a ideação da campanha, considerando experiências anteriores, em que reconhecemos a importância de termos recursos financeiros para incentivo e até mesmo para contribuir com despesas e tempo investido, definimos um valor de bolsa para os/as jovens articuladores/as que atuariam conosco.

Os 6 jovens selecionados/as realizaram as atividades da campanha no período de 8 semanas, de 14 de março a 06 de maio de 2022, e para isso oferecemos uma bolsa de R \$125,00 por semana, totalizando o valor de mil reais por jovem. Também arcamos com os custos de internet e de deslocamento nas visitas realizadas às escolas, ONGs e idas à sede da Minha Campinas para formações.

Sabemos o quanto é custoso para cada jovem, especialmente para aqueles em situação de vulnerabilidade social, se dedicar voluntariamente a uma campanha; por isso achamos tão importante o acesso à bolsa, o que tornou possível a dedicação de cada um/a e a contribuição de forma tão significativa, independentemente de sua condição social.

Jovens articuladores/as e equipe na sede da Minha Campinas



## 2.2 Site Cada Voto Conta \*Campinas e comunicação nas redes sociais

Para toda e qualquer ação dentro de uma campanha que requer o engajamento do seu público-alvo, a comunicação é algo essencial. Comunicar-se é garantir que o que você está fazendo seja contado para as pessoas, que elas entendam a mensagem anunciada e que deem retorno do entendimento da sua mensagem.

Marcamos presença online em todas as ações que envolveram a campanha, desde a divulgação para a seleção dos 6 jovens articuladores, o lançamento e a divulgação da campanha, até a produção deste Caderno que você está lendo.

Nossos principais canais de comunicação foram as redes sociais, como Instagram, Facebook e Whatsapp. Veja alguns exemplos de comunicação que utilizamos, com uma chamada para a ação objetiva: TIRAR O TÍTULO DE ELEITOR.

### Arte para stories de redes sociais:



### Legenda:

BORA TIRAR O TÍTULO DE ELEITOR!

Se você tem entre 16 e 17 anos, ou completa 16 antes do dia 2 de outubro, você tem o poder de participar de um momento decisivo pro nosso país: as eleições de 2022.

Ainda dá tempo de correr atrás — e agora o processo é mais flexível, podendo ser feito todo online pelo site do TSE!

☑ Não perca tempo: tire agora seu título de eleitor, se cadastre no site da campanha #CadaVotoContaCampinas e ainda concorra a prêmios!

Se não votarmos, votarão por nós. Eleições são sobre números, e cada voto conta! Não deixe os rumos do Brasil serem definidos sem sua participação.

Nosso futuro depende da gente.

[cadavotoconta.minhacampinas.org.br](http://cadavotoconta.minhacampinas.org.br)  
(Link na Bio também 😊)

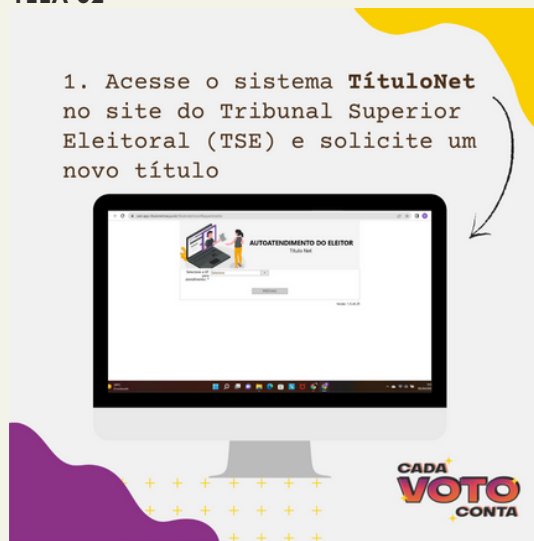
#CadaVotoConta #CadaVotoContaCampinas  
#BoraTirarOTítulo #BoraVotar #Eleições2022

## Arte em "carrossel" para feed de redes sociais:

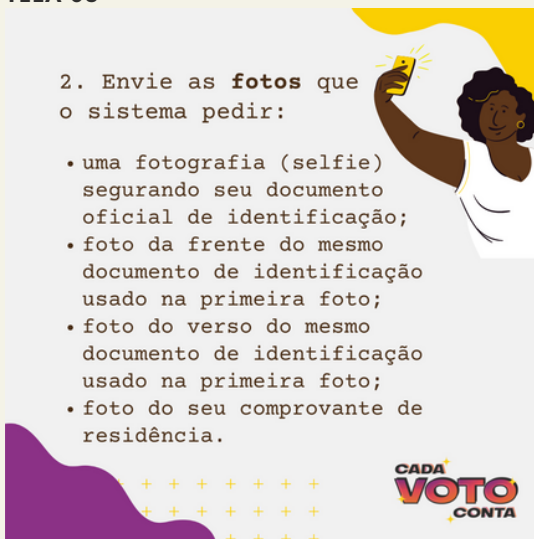
### TELA 01



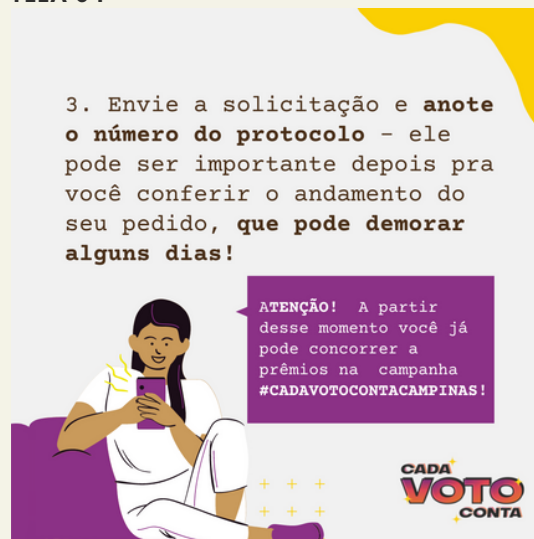
### TELA 02



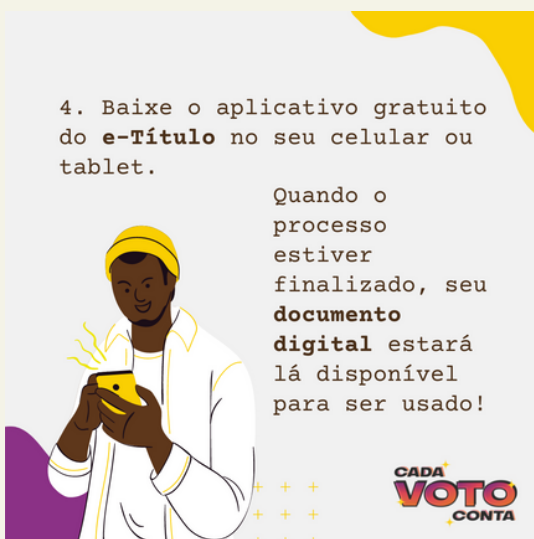
### TELA 03



### TELA 04



### TELA 05



### Legenda:

Você tá feliz com a escola em que você estuda? Com o atendimento em saúde? Com as possibilidades de emprego pra você?

Você pode votar este ano e ajudar a definir os rumos do nosso estado e do nosso país !!

\* Até julho de 2021, apenas 10% dos jovens tinham tirado o título. 🤖

Sem jovens votando, os interesses da juventude não vão estar representados!!

Então se liga em como é simples tirar seu primeiro título dá pra fazer tudo pela internet! Bora? 😊

#CadaVotoContaCampinas #CadaVotoConta  
#BoraVotar #boratirarotítulo #eleicoes2022



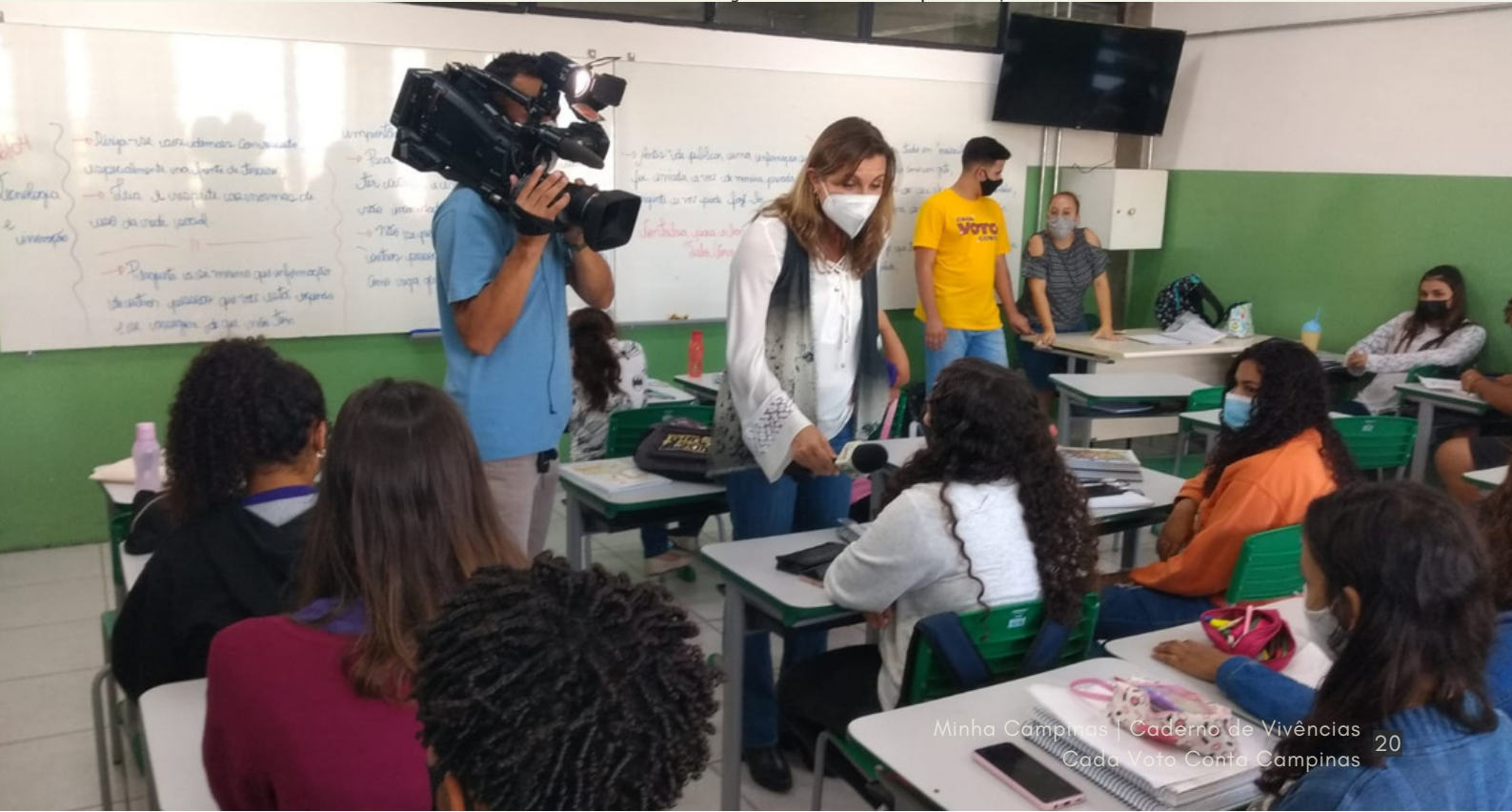
Semanalmente, foram produzidas artes e vídeos para a internet, além do registro das visitas às escolas que alimentaram os stories nas redes sociais. Também produzimos um release para imprensa, um texto muito parecido com uma notícia, no qual você apresenta os fatos e a pauta para o jornalista fazer uma reportagem ou entrevista.

Tivemos uma aparição na imprensa para falar da campanha no canal local da afiliada da TV Globo, a EPTV Campinas. A reportagem foi exibida no jornal da noite, que tem uma repercussão de alto alcance na cidade.

Produzimos também uma *live* com o nome "Mobilização de Jovens Adolescentes para Emissão de Título de Eleitor", em parceria com o Conselho Municipal de Juventude, que pode ser assistida no nosso canal do YouTube. Participamos do Podcast da Fundação FEAC, Episódio 26: Bora tirar o título porque Cada Voto Conta, disponível na plataforma do Spotify.

Com essa ampla estratégia de comunicação, buscamos atingir o público de jovens de 16 e 17 anos e adultos que conheçam jovens com essa faixa etária e pudessem compartilhar os materiais com jovens do seu convívio.

Gravação EPTV Campinas | Escola Maria Esther Bueno



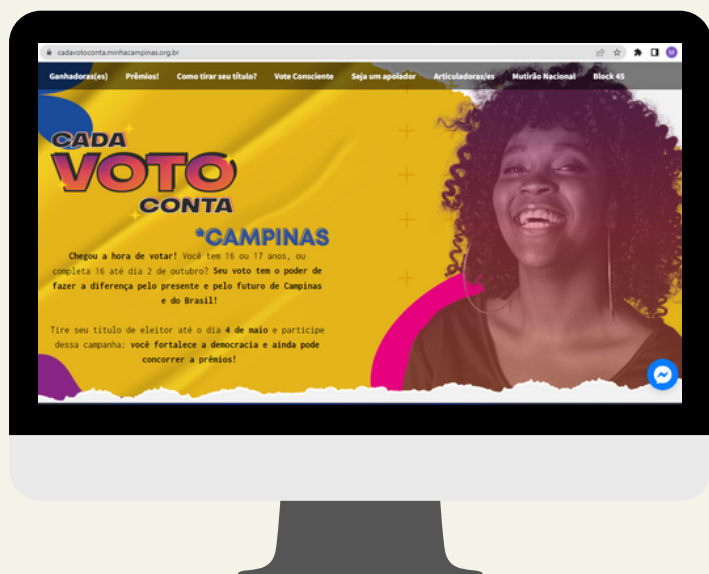


Um dos maiores desafios no início da nossa Campanha foi conectar a nossa estratégia à uma iniciativa nacional, que já estava rolando.

A campanha nacional Cada Voto Conta foi lançada no dia 14 de fevereiro pela rede NOSSAS, da qual a Minha Campinas faz parte. O objetivo da campanha era aumentar o número de jovens de 16 e 17 anos com título usando a estratégia do multiplicador/a, premiando jovens que mais conseguissem convencer amigos/as a tirarem o título também.

Como tínhamos o mesmo objetivo final (mais jovens com título de eleitor), tivemos o apoio do NOSSAS para utilizar o mesmo nome, logo e identidade visual das peças de comunicação. E para deixar tudo com a nossa carinha e dos nossos jovens articuladores/as, de um jeito que promovesse maior sensibilização e consciência do voto consciente, lançamos a campanha com o nome Cada Voto Conta \*Campinas, com um site próprio e táticas diferentes, que foram construídas coletivamente.

Usamos o site [cadavotoconta.minhacampinas.org.br](http://cadavotoconta.minhacampinas.org.br) para centralizar informações, incluindo conteúdos sobre o passo a passo do processo de alistamento eleitoral, voto consciente e o formulário para os jovens que queriam concorrer aos prêmios.



No lançamento oficial, nos reunimos coletivamente para fazer um mapeamento de contatos e a divulgação foi concentrada do site da campanha, uma estratégia para potencializar e canalizar a ação de diversas pessoas com um único objetivo - no caso, proporcionar acesso ao site pelo maior número de jovens possível.

Para estimular e valorizar a participação, também sorteamos alguns prêmios como forma de incentivo. Os jovens de Campinas de 16 e 17 anos que tirassem o título podiam se cadastrar no nosso site e concorrer.

Colocamos essa estratégia de gamificação para tornar o processo mais divertido, imaginando que poderia trazer mais jovens para nosso site, o que nos ajudaria a medir o sucesso da Campanha e também possibilitaria que o/a jovem tivesse acesso a todo conteúdo que produzimos.

Além disso, aproveitamos as oportunidades para divulgar a campanha nacional, afinal, qualquer um desses jovens ainda podia se tornar um multiplicador da campanha nacional e concorrer a mais prêmios.

## Resultados alcançados

Alcançamos em nossa Campanha, de 21 de março a 04 de maio, os seguintes números:

Quantidade de escolas estaduais de ensino médio visitadas	18
Quantidade de ONGs visitadas	08
Quantidade de jovens que participaram da dinâmica da Campanha	4792 <sup>6</sup>
Quantidade de usuários no site da campanha: <a href="http://www.cadavotoconta.minhacampinas.org.br">www.cadavotoconta.minhacampinas.org.br</a>	3.436
Alcance orgânico dos posts da Campanha nas redes sociais (Instagram e Facebook)	24.784
Alcance de posts patrocinados da Campanha nas redes sociais (Instagram e Facebook)	41.701

---

<sup>6</sup> O número é aproximado, pois não foi possível contar em todas as atividades a quantidade de participantes, trabalhamos com médias de estudantes por sala.

Nossa meta, a princípio, era atingir 40 escolas estaduais, que não conseguimos alcançar por questões logísticas. A meta para participação nas dinâmicas era de 10.000 jovens, o que, por consequência, também não foi atingido. Nas redes sociais, tínhamos por meta atingir 10.000 pessoas, o que foi largamente ultrapassado.

A meta principal do projeto era que, até 4 de maio, 2.000 jovens tivessem se alistado eleitoralmente em Campinas.

Tivemos os seguintes número de jovens de 16 e 17 que tiraram o título entre dezembro de 2021 e maio 2022:<sup>7</sup>

dezembro de 2021	302
janeiro de 2022	1118
fevereiro de 2022	741
março de 2022	1587
abril de 2022	3330
maio de 2022	3203

De 21 de março (início da Campanha Cada Voto Conta) a 04 de maio (final da Campanha e do período de alistamento eleitoral), foram 7569 novos títulos de eleitor de jovens de 16 e 17 anos em Campinas, número muito superior ao que colocamos como meta a ser alcançada.

Mas, a pergunta que gostaríamos de ver respondida é: os números aumentaram por causa da Campanha Cada Voto Conta \*Campinas ou em todos os anos o pessoal deixa pra tirar o título nos últimos meses? Será que outras ações incentivaram os/as jovens a tirar o título?

---

7 Informações recebidas pelo TRE/SP através de ofício institucional.



Realização da dinâmica de sensibilização | Progen Campinas

Fomos buscar diversas fontes e dados para tentar responder a essas perguntas.

Um dado importante é que em 2022 tivemos, no Brasil, um recorde de número de jovens de 16 e 17 anos que tiraram título. Segundo o TSE, o número de votantes nessa faixa etária teve um crescimento de 47,2% em relação ao mesmo período de 2018 e mais de 57% quando comparado aos quatro primeiros meses de 2014.<sup>8</sup>

No estado de São Paulo, em março de 2022, 45.220 pessoas de 16 e 17 anos se alistaram na Justiça Eleitoral, um aumento de 31,3% na comparação com fevereiro.<sup>9</sup>

Segundo análises, esse marco histórico aconteceu devido à influência da cantora Anitta, que a partir de 23 de março, passou a publicar em suas redes sociais uma forte chamada para que os jovens de 16 e 17 anos tirassem o título, arrastando muitos influenciadores/as e artistas, inclusive internacionais, e milhões de jovens - este fenômeno tem sido chamado de efeito Anitta.

---

8 [TSE comemora marca histórica de jovens eleitores nas Eleições 2022](#)

9 [Efeito Anitta: número de jovens de até 17 anos que tirou título de eleitor cresce 31% em março, na comparação com fevereiro, diz TRE](#)

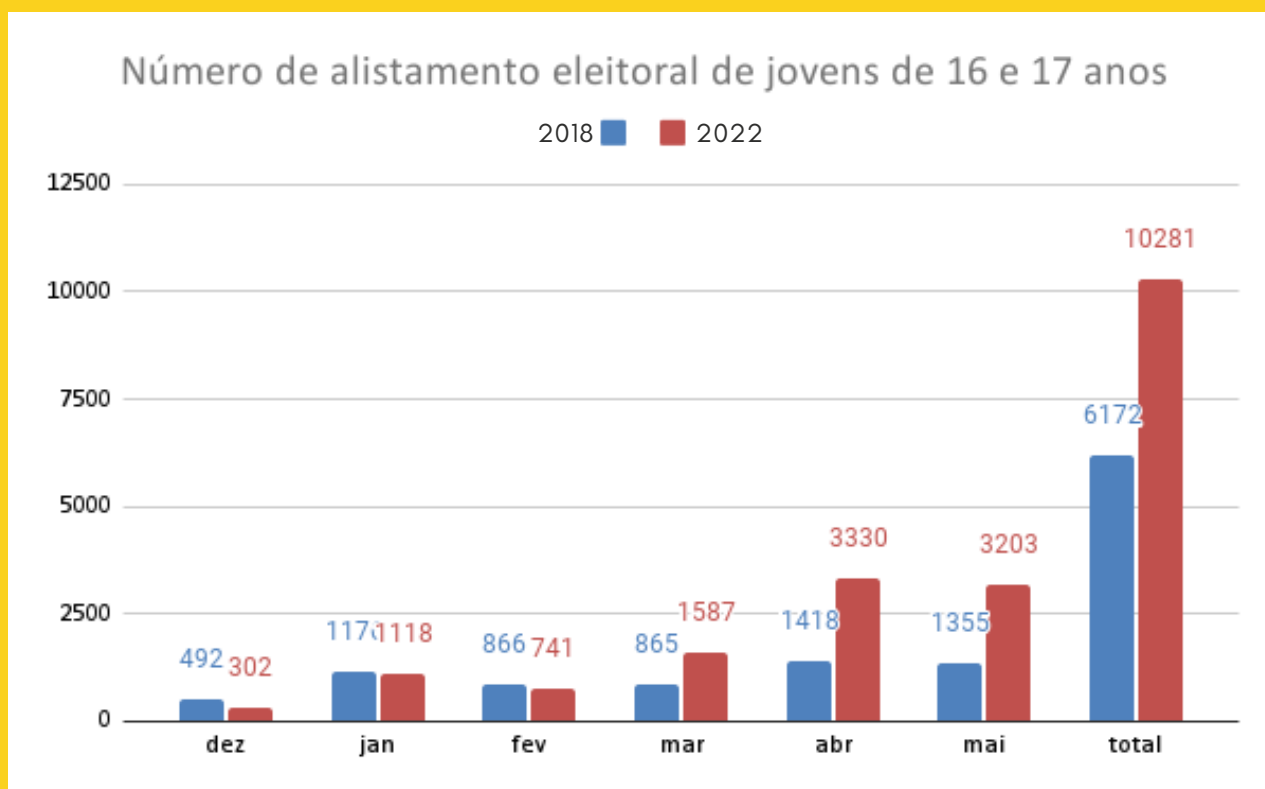


## Será que esse grande aumento de novos títulos entre os jovens em Campinas também foi devido ao “efeito Anitta”?

Quando comparamos a realidade de Campinas com o Brasil e com o estado de São Paulo, verificamos que Campinas teve um crescimento muito mais expressivo nas duas comparações. Em Campinas, de janeiro a maio, o acréscimo no número de jovens eleitores foi de 128% em relação a 2018, muito maior que o dobro do crescimento nacional. E em relação ao estado, o crescimento de fevereiro para março foi de 114%, mais do que o triplo do estado de São Paulo, de modo geral.

Estes dados indicam que Campinas teve um diferencial, o que já pode nos ajudar a pensar nos impactos de nossa Campanha.

Podemos verificar no gráfico abaixo a comparação por mês entre o número de jovens com título no ano de 2018 e de 2022 em Campinas.

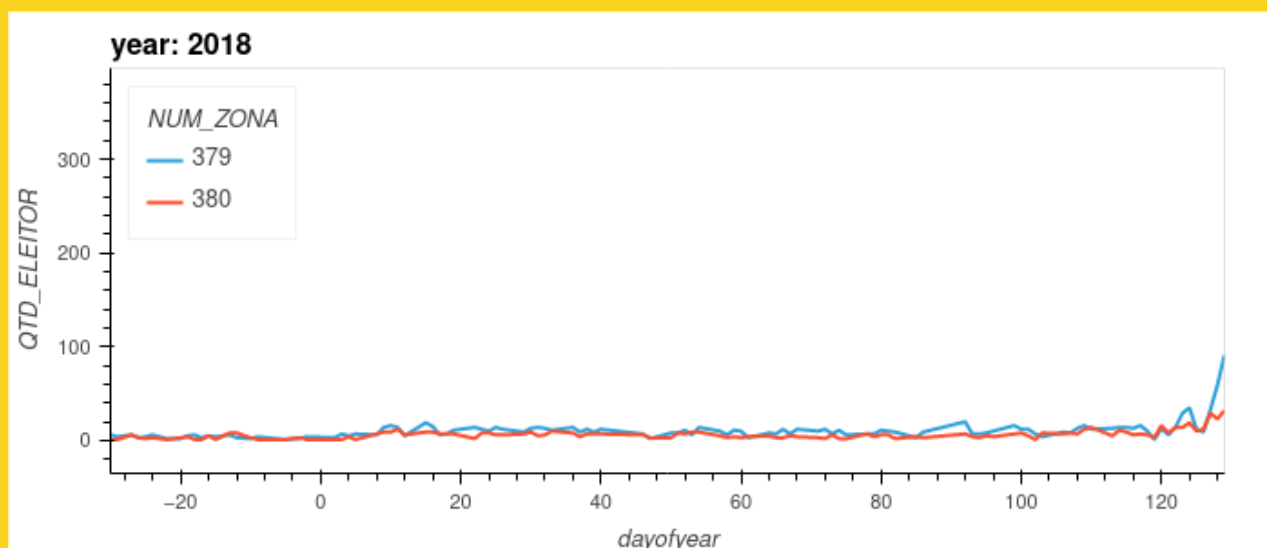


Para aprofundar essa análise, fizemos uma comparação entre a quantidade de jovens eleitores de duas diferentes zonas eleitorais da cidade em 2018 e 2022 - a zona 379 e a 380. Utilizamos o ano de 2018, pois foi a última eleição em que estavam em disputa os mesmos cargos que disputarão este ano.

A zona 379 é composta pelos bairros Cidade Satélite Íris, Campo Grande e Cidade Jardim, entre outros. A zona 380 é composta pelos bairros Jd. Eulina, Nova Aparecida e Parque Via Norte, entre outros.

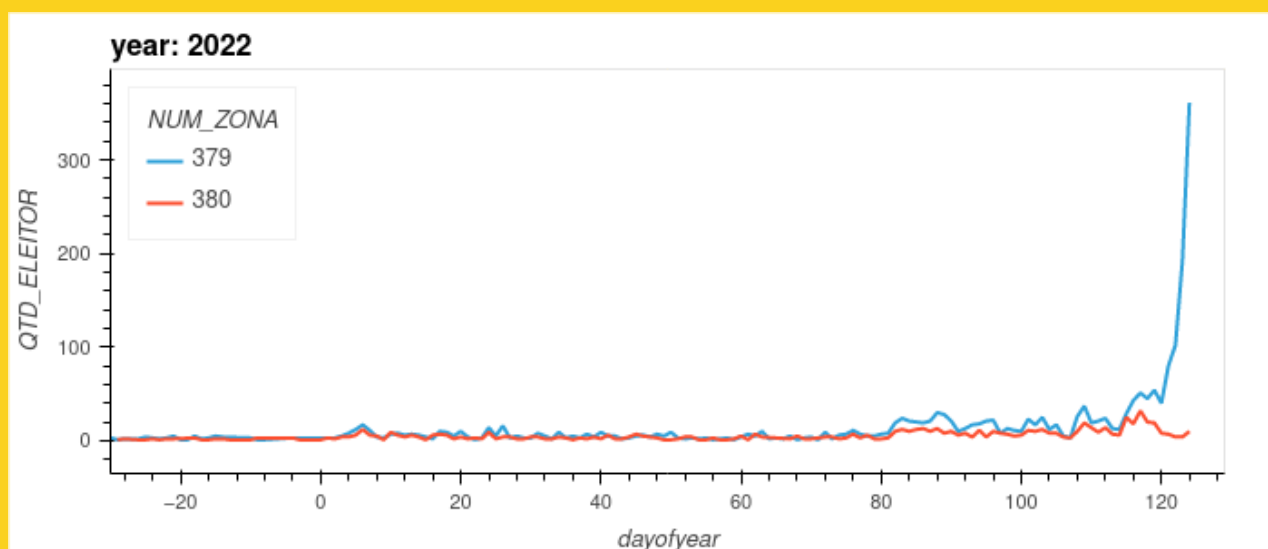
Consideramos que essas regiões têm pontos de encontro em relação ao seu perfil socioeconômico, e o mais importante, receberam quantidades muito diferentes de visitas de nossa Campanha: na região da zona 379, tivemos 8 dias de visita, sendo a primeira realizada no dia 30/03, e na zona 380, tivemos apenas 2 dias de visitas no final de abril (27/04 e 28/04). Na zona 379, conversamos com cerca de 1009 jovens, enquanto que na zona eleitoral 380, conversamos com cerca de 250 jovens.

O gráfico que segue abaixo mostra as linhas de crescimento do número de eleitores de 16 e 17 anos no passar dos dias em 2018 nas duas zonas eleitorais.



Como é possível observar, há um aumento discreto da zona 379 em relação à zona 380.

Isso muda completamente quando verificamos o comportamento do mesmo gráfico em 2022. A curva de crescimento da zona 379 é muitíssimo maior, o que nos leva a compreender que parece provável que nossa estratégia com a dinâmica presencial da Campanha Cada Voto Conta \*Campinas tenha causado algum impacto nos resultados, influenciando jovens a tirarem o título.



Ao iniciarmos nossa Campanha, não tínhamos como contar com o efeito Anitta e, portanto, não estava em nosso planejamento processos para conseguir medir o impacto de nossa Campanha em meio a presença de outras ações, o que dificultou bastante esta análise e nos permite somente inferir, ou seja, deduzir algumas análises.

O comparativo das zonas que receberam mais ou menos ação da nossa Campanha foi a análise que mais nos trouxe elementos para indicar a possibilidade de que a Campanha fez a diferença.

Tivemos também outras ações acontecendo ao mesmo tempo, como a Campanha Tire seu Título, lançada em 26/04 pela Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, onde a própria escola incentivava os/as jovens a tirarem o título. Como era uma campanha para todo o estado de São Paulo, não sabemos como as escolas em diferentes zonas eleitorais de Campinas se comportaram em relação a ela e se ela teve impacto nesses números.





Realização da dinâmica de sensibilização | Patrulheiros Campinas

Como era uma campanha para todo o estado de São Paulo, não sabemos como as escolas em diferentes zonas eleitorais de Campinas se comportaram em relação a ela e se ela teve impacto nesses números.

O Tribunal Superior Eleitoral organizou a Semana do Jovem Eleitor, com ações online de 14 a 18 de março de 2022, mas como ações semelhantes ocorreram em 2018<sup>10</sup> é possível avaliar que a mudança nos números este ano estão mesmo relacionadas com outras ações.

---

10 Campanhas de incentivo ao alistamento eleitoral do jovem apresentam resultados positivos

# Análise da Campanha

Avaliamos que, num contexto tão fértil, com diversas ações acontecendo,<sup>11</sup> com destaque para as encabeçadas por artistas e influenciadores/as, a Campanha pode, de modo geral, contribuir e encorpar os números de jovens com título de eleitor e fez parte deste marco histórico.

Compreendemos que o desânimo com a política e com mudanças profundas pelas vias eleitorais afetam também as juventudes e que uma participação ainda mais massiva de jovens nas eleições dependem de transformações sérias nas instituições, que passam pela crença de que o meu voto, de fato, faz diferença, e de que nossos/as representantes estão trabalhando para a população, afinal, é comum o entendimento de que “não há nenhum candidato bom e sim somente candidatos ruins, logo, prefiro não votar em nenhum deles”, como disse uma das participantes de nossa Campanha.

Ao perguntarmos sobre motivos para o não alistamento eleitoral, nas respostas ao formulário apareceram: perda de prazos; não se sentir seguro/a a respeito de suas escolhas; não saber muito sobre política; não querer ser influenciado/a por familiares; confusão sobre a idade com que poderiam tirar o título (fazer 16 anos depois de 4 de maio, mas antes de 2 de outubro); problemas com documentação; não ter tempo para fazer.

Sobre o porquê ter tirado o título, os/as jovens responderam:

***“Por que vi na palestra como era importante e além disso eu aprendi o nosso “valor” nas eleições.”***

***“Por que sinto que é meu dever exercer o direito à voto o quanto antes possível.”***

---

11 Além das já colocadas, citamos a campanha [Olha o Barulhinho](#) e [Seu Voto Importa](#), esta última organizada pelo Girl Up, que, inclusive, fizeram ações localizadas em Campinas, e nos buscaram para parceria.

***“Para conseguir, de alguma forma, mudar o meu país pra algo melhor, melhor pra mim, prós meus pais e pras minha sobrinha, um país que todos tenham alguma oportunidade.”***

***“Eu quero um futuro de prosperidade pro meu país, quero ter a responsabilidade de eleger alguém que dê esperança pra classe trabalhadora.”***

Alguns também fizeram referência a tirar o título para votar em candidatos específicos.

Tanto profissionais que vivenciaram a experiência da campanha conosco quanto jovens que participaram da dinâmica deram retornos positivos sobre o momento. Alguns relatos de jovens:

***“Gostei da dinâmica, pois incentivou vários estudantes a terem sua opinião própria e ter o direito de votar por ela.”***

***“A dinâmica me fez querer tirar o título, mas os motivos citados acima eram maiores (muita responsabilidade, não saber sobre política, não querer ser influenciado).”***

***“Penso em tirar o título desde ano passado, e a dinâmica me fez querer mais.”***

***“Não foi pela dinâmica [que tirei o título], porém ela me incentivou muito a ir o mais rápido possível.”***

***“Eu acho muito legal a conscientiza[çã]o de jovens referente a eleição, pois a maior parte só sabe reclamar, e a outra maioria não imagina o poder que um voto pode ter para o futuro do país. Muito interessante a dinâmica.”***



Ainda, ao final da dinâmica de sensibilização nas escolas e ONGs, quando perguntávamos quem iria tirar o título, era usual a minoria dos/as jovens participantes levantarem as mãos.

Podemos, com esses elementos, aprofundar nossa análise: ao que tudo indica, a dinâmica de sensibilização impactou no desejo dos/as jovens de tirar o título, mas ela sozinha, por vezes, não foi o suficiente para conseguir de fato que o/a jovem tirasse o título.

Nossa hipótese de que somente a sensibilização promoveria esse movimento não se concretizou massivamente. Inclusive, nos poucos lugares que tivemos plantões e que estes foram apoiados pelas instituições, com profissionais disponíveis e equipamentos, verificamos que houve procura dos/as jovens para tirar o título com apoio; nossos/as jovens articuladores/as que organizaram plantões avaliaram e chegaram à conclusão de que o plantão posterior à dinâmica teria promovido um número maior de títulos pela Campanha Cada Voto Conta \*Campinas.

O time de articuladores/as também avaliou que ter uma dinâmica divertida foi essencial para o sucesso do processo, e que algo somente informativo ou mais sério não teria promovido interação nem engajamento.

Realização da dinâmica de sensibilização | Guardinha Campinas





Sobre o time de jovens, é necessário destacar que a Campanha conseguiu fortalecê-los em diversas habilidades necessárias para mobilizar. O intuito era que, ao final da Campanha, os seis jovens fossem muito mais capazes de falar sobre política, ter protagonismo e conseguir articular pessoas, organizações e recursos para promover uma mudança, o que aconteceu.

Formamos um bom time de jovens articuladores/as e tivemos uma experiência potencialmente positiva em relação ao trabalho em grupo e resultados. Reunimos jovens com perfis diferentes, diversos em sua existência e maneira de ser, que puderam levar a sua essência para a campanha. Esse foi um dos retornos que tivemos da experiência deles quando nos relataram: que podiam ser eles mesmos e que isso foi valorizado e respeitado.

Sobre as dificuldades da Campanha, destacamos que questões logísticas, de planejamento e financiamento impactaram no processo. Por exemplo, compreendemos que seria importante fazer pilotos ou testes de estratégias para validar o melhor caminho, o que acabou não ocorrendo devido aos curtos prazos.

A dinâmica própria e bastante movimentada das escolas também foi determinante nesse processo, impactando muito no desenvolver das ações, pois estabelecer parceria e agendar uma atividade com escolas demanda tempo.

Sobre nossa experiência com o site da campanha, verificamos que este não teve o acesso esperado e a estratégia de premiar quem tivesse títulos e se cadastrasse no mesmo também não trouxe os resultados esperados. Apostamos que a gamificação poderia estimular os/as jovens, sendo um elemento lúdico a mais no processo, mas isso não aconteceu. Alguns/mas jovens durante a dinâmica presencial, chegaram a brincar dizendo que quando você tira o título, o maior prêmio que você ganha é ter o título.

A base de seguidores/as da Minha Campinas não é de pessoas jovens, e estabelecemos este contato com os/as jovens que participaram da dinâmica através do WhatsApp de profissionais ou de representantes de sala. Esse canal pode não ter sido muito eficiente, o que talvez explique o baixo acesso à gamificação em nosso site. Ao que tudo indica, nesses casos, era melhor ter contado com o apoio de um profissional da escola para que a comunicação tivesse mais sucesso.

De modo geral, avaliamos que a Campanha teve grande sucesso em fortalecer em Campinas o movimento nacional para que jovens tirassem o título de eleitor, mas para que ela tivesse maior impacto, outras ações precisariam ter acontecido e são aprendizados que compartilharemos em síntese, em seguida.

Realização da dinâmica de sensibilização | Patrulheiros Campinas



## **Aprendizados para incentivar jovens de 16 e 17 anos a tirarem título de eleitor.** O que queremos dizer para você que vai trabalhar com jovens e política:

**Aposte em ir até onde os/as jovens estão.** Entrar nas escolas de ensino médio e nas ONGs que atendem jovens seguramente foi uma escolha acertada, pois possibilitou acesso direto aos jovens. As escolas têm uma dinâmica complexa, mas isso pode ser cuidado com planejamento, o que nos leva para o próximo aprendizado.

**É preciso tempo!** Ações que envolvem eleições precisam ser planejadas com antecedência (como a quase totalidade das ações!) e não somente próximas às eleições, e perdurarem por um tempo considerável. Apesar da urgência do prazo ser um fator que mobiliza em nossa cultura, é preciso antecedência para construir planejamento e parcerias, especialmente, num contexto complexo como o das escolas, além de podermos realizar mais de uma ação no mesmo local.

**Persista! Desenvolva diversas ações.** Concluimos que promover a atividade de sensibilização foi importante, e para alguns/mas jovens já foi o suficiente para engajá-los/as a tirar o título, mas para atingir números massivos, é necessária mais de uma ação com o mesmo público. Não é fácil vencer um problema estrutural, que é a cultura da não participação. Nossa Campanha teve sucesso e/ou fez parte do sucesso nacional porque muitas outras ações estavam acontecendo ao mesmo tempo; se estivesse sozinha, avaliamos que seria melhor permanecer mais tempo em uma mesma escola ou ONG e desenvolver diversas ações ali, como o plantão de cadastramento que estava previsto.

**Faça em parceria.** Este aprendizado também dialoga com quase a totalidade dos projetos sociais, mas consideramos importante ressaltar. A Campanha nasce em parceria com a Fundação FEAC e foi se desenvolvendo somente pela existência de relações parceiras com as escolas, ONGs, etc. A Minha Campinas também passou a estar integrada com um grupo nacional composto por diferentes organizações que promoveram o voto jovem, além de ter se articulado com as parcerias que surgiram no caminho e não estavam planejadas - ação com UNICAMP, planejamento de atividade com o Girl Up. É essencial a compreensão de que em projeto sociais, o trabalho coletivo precisa ser regra, as mudanças que pretendemos são complexas e demandam muito esforço coletivo.

**Apoio institucional de parceiros/as.** As escolas e ONGs que se engajaram na Campanha para além de abrir suas portas, participando com o envolvimento dos/as profissionais, conversando com os jovens em outros momentos sobre as eleições e disponibilizando estrutura física para plantões com certeza possibilitaram maior impacto no número de jovens com título. Inclusive a campanha lançada pela Secretaria Estadual de Ensino, que indicava que as escolas fizessem plantões para alistamento eleitoral no final de abril, com certeza contribuiu para esses números.

**Protagonismo juvenil.** Consideramos que foi um sucesso ter uma equipe de jovens articuladores/as para conversar com os/as outros/as jovens, pelo retorno que tivemos das pessoas participantes. Isso garantiu que a conversa fosse divertida e, ao mesmo tempo, que sensibilizasse. Buscamos organizar um processo bastante colaborativo entre a equipe da Minha Campinas e os/as jovens, e percebemos que este modelo proporcionou o pertencimento, autonomia e iniciativas na Campanha. Ter parceiros jovens como a Ozipa Criativa, pensando na dinâmica, também foi essencial.





Realização da dinâmica de sensibilização | Patrulheiros Campinas

**Diálogo horizontal com as juventudes.** No relacionamento com os/as jovens articuladores/a priorizamos uma relação aberta, transparente e de confiança. A Minha Campinas se organiza em um processo de gestão coletiva, o que seguramente impactou diretamente e positivamente na maneira como nos relacionamos com esse time de jovens. Nosso papel foi mais de referência e facilitação do que de direcionamento; a ideia sempre foi construir espaço para que o trabalho colaborativo acontecesse, como na criação da dinâmica de sensibilização.

**Online ou offline?** Avaliamos que as atividades presenciais foram o diferencial de nossa Campanha. As comunicação online e nosso site foi um apoio importante para todo o processo e fez parte da composição de ações diversas para além da dinâmica, mas provavelmente uma estratégia puramente online só teria impacto grande com a participação de influenciadores/as e artistas - que foi, inclusive, o que vimos acontecer.

**Diversidade.** Crie estratégias que atinjam uma diversidade de jovens e que considere mecanismos, como bolsas de auxílio, para garantir que jovens pertencentes aos mais diversos contextos sociais possam estar em seu projeto. É preciso atenção máxima em relação às diversidades e desigualdades para que ativamente a gente consiga construir outro cenário político e societário.

**Documentos anteriores ao título.** Para tirar o título de eleitor é preciso documento de identidade e comprovante de endereço, e isso foi uma dificuldade para muitos/as jovens. Primeiro, porque precisavam ter RG com a foto atualizada - aqueles com a foto muito antiga, de quando eram crianças, não eram aceitos. Outra dificuldade é que muitos jovens não conseguiam comprovar o seu endereço por vários motivos, como por residir em área não regulamentada. Há também os que não moravam com os pais, tornando bem mais difícil comprovar o endereço no nome de um responsável legal, ainda mais quando a situação ainda não é permanente ou regularizada. Aqui a questão do tempo também é importante: estes/as jovens precisam ser informados/as com antecedência para organizar os documentos e tirar o título.

Esperamos que acompanhar esse percurso tenha trazido inspiração e contribua para que você, que deseja atuar com juventudes e política, tenha grande sucesso em suas ações.

Para nós, o exercício de contar nossa trajetória e analisá-la trouxe elementos importantes para os próximos passos que daremos junto com os/as jovens. Como foi possível ver, tivemos percalços e equívocos, o que não invalida nossa atuação ou tira mérito de nossos sucessos; ao contrário, nos leva a análises e traz uma práxis - prática permeada por reflexão teórica - com mais chances de ser transformadora da realidade.

Bebemos de outras experiências e conhecimentos socialmente construídos e agora temos essa incrível oportunidade de poder contribuir cada vez mais com uma cidade mais sustentável, participativa e com direitos para todas as pessoas.

# Agradecimentos

Agradecemos imensamente e dedicamos esse Caderno de Vivências às pessoas que nos ajudaram a fazer esse trabalho. À Fundação FEAC, pela confiança e apoio para a concretude desse projeto. À Ozipa Criativa, pela elaboração criativa da dinâmica junto aos jovens.

Nossos maiores agradecimentos à Adrielly, Emanuel, Eryck, Isabelli, Luigi e Pérola, pela energia contagiante, alegria e motivação que desempenharam o projeto.

Agradecemos a disposição e dedicação de Silva Octaviano, voluntária que contribuiu com sugestões e na realização do evento de lançamento deste Caderno.

Agradecemos às escolas e diretores e coordenadores das escolas públicas que acolheram a iniciativa: Escola Estadual Milton de Tolosa, Escola Estadual Pedro Salvetti Netto, Instituto Federal de São Paulo, Escola Estadual Júlio Mesquita, Escola Estadual João Lourenço Rodrigues, Etec Bento Quirino, Escola Estadual Vitor Meirelles, Escola Dona Veneranda Martins Siqueira, Escola Estadual Messias Gonçalves, Escola Estadual Carlos Gomes, Escola Estadual Maria Esther Bueno, Escola Estadual Aníbal de Freitas, Escola Estadual Roberto Marinho, Escola Estadual Francisco Glicério e Escola Estadual São Judas Tadeu.

Agradecemos à parceria das Organizações da Sociedade Civil: Progen, Casa Maria de Nazaré, Associação Homem do Amanhã - Gardinha, CEPROMM, Educandário Eurípedes, Patrulheiros, Obra Social Dom Bosco e FEPAS, por terem abraçado o projeto e nos recebido de portas abertas.

Por último, mas não menos importante, agradecemos às parcerias que aconteceram ao longo da campanha e que somaram ao compartilhamento dessa ação, o Movimento Girl Up e ao IMECC Instituto de Matemática, Estatística e Computação Científica da Unicamp.

À nossa equipe pela dedicação e carinho que levou adiante esse projeto: Claudia Oliveira, Eduardo Silva, Elisa Mueller, Juliana Patete, Mariana Castro e Viviane Junta.

Realização:

— *minha* —  
**CAMPINAS**

Em parceria com:



Apoio:

**NOSSAS**

---

## Contatos Minha Campinas

**Site Institucional:** [minhacampinas.org.br](http://minhacampinas.org.br)

**E-mail:** [contato@minhacampinas.org.br](mailto:contato@minhacampinas.org.br)

**Telefone:** (19) 2515-2252 | **[Só] Whatsapp:** (19) 99622-9310

**Endereço:** Rua Luzitana, 1779 - Centro - Campinas/SP - CEP: 13015-122

**Redes sociais:**



[Minha\\_Campinas](https://www.facebook.com/Minha_Campinas)



[@minha\\_campinas](https://www.instagram.com/@minha_campinas)





RYAN  
LOVER

Stop

DREPH