

30 de novembro 2020

MEU, SEU, NOSSO VOTO



**Relatório de
Monitoramento
& Avaliação de
Impacto**



**NOSSA
CAUSA**

**INSTITUTO
AURORA**
EDUCAR EM DIREITOS HUMANOS

 **cidade
da
gente**



Autora principal Natasha Moro Alvarez (Instituto Sivos)

Revisoras Michele Bravos (Instituto Aurora)
Karina Pizzini (Escola da Política)
Letícia Morgado (Instituto Sivos)
Marcela Requião (Política Por.De.Para Mulheres)
Camila Ceylão (Nossa Causa)

Designer editorial Raquel Sales (UTFPR)

O relatório a seguir reúne informações que, combinadas, consolidam uma relevante avaliação do Projeto Meu, Seu, Nosso Voto.

SUMÁRIO

1.	Sobre o Projeto	pág.4
1.1	Público-Alvo	pág.5
1.2	Atividades	pág.5
2.	Resultados Esperados	pág.7
2.1	Definição do Problema	pág.7
2.2	Resultados Esperados	pág.9
3.	Resultados Alcançados	pág.12
3.1	Redes Sociais e Site	pág.12
3.2	Rodas de Conversas	pág.16
3.3	Repercussão & Imprensa	pág.24
4.	Conclusão	pág.26



1.

Sobre o Projeto

Cocriado por cinco mulheres, representantes das organizações **Instituto Aurora** para **Educação em Direitos Humanos**, **Escola da Política**, **Instituto Nossa Causa**, **Instituto Política Por.De.Para Mulheres** e o programa **Cidade da Gente**, o **Meu, Seu, Nosso Voto** objetivou estimular diálogos sobre o voto responsável, entre todas as pessoas, sobretudo entre jovens que votam pela primeira vez, considerando o contexto digital das eleições de 2020.

Com a perspectiva de que o voto é uma ferramenta de transformação social, um ato individual, mas de impacto coletivo, o Meu, Seu, Nosso Voto incentiva o diálogo e a comunicação saudável da Internet a diferentes espaços da sociedade, a partir de seus três pilares:

- a **SOMOS SERES POLÍTICOS**
política no nosso cotidiano,
- b **SOMOS SERES PLURAIS**
diversidade e representatividade, e
- c **SOMOS COMUNICADORES**
convívio digital e comunicação responsável.

Entre os objetivos do projeto estava a criação de uma rede de mobilizadores e multiplicadores que pautassem o tema **voto responsável** em uma campanha digital, sobretudo, mas não só, para jovens que votam pela primeira vez.

O projeto contribuiu para os seguintes três Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):

..... assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao

longo da vida para todas e todos (ODS 4);

..... alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas (ODS 5);

..... e promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis (ODS 16).

1.1 Público-Alvo

Os promotores de diálogos eram o público-alvo do projeto, apesar do público final ser os jovens que votam pela primeira vez. O projeto se baseou na divisão de três perfis de públicos **multiplicadores**, jovens da geração Z e Y, interessados e sensibilizados por assuntos relacionados a política, direitos humanos, justiça social e afins; **mobilizadores**, jovens da geração Y politicamente engajados, com perfil de liderança e histórico de mobilização com jovens da geração Z; e **pessoas e organizações** próximas, com interesses, trabalhos e objetivos similares ao do projeto.

1.2 Atividades

Para isso, o grupo desenvolveu materiais de apoio para as instituições e agentes sociais aderirem à campanha do voto responsável [#MeuSeuNossoVoto](#). O projeto oferece um [guia de conteúdo](#) sobre o voto responsável com sugestões de roteiro para [rodas de conversa](#) sobre o tema, além de conteúdos e metodologias para [campanha de comunicação nas redes sociais](#) e para a [imprensa](#).



O conteúdo da campanha digital objetiva criar uma grande rede de promotores de diálogos sobre a responsabilidade do voto e, desta forma, se dividiu na produção de campanha digital para multiplicadores e mobilizadores; e oferta dos materiais com aporte conceitual e metodológico.

Em resumo, o projeto foi realizado a partir da criação de 2 publicações de apresentação dos conceitos a serem trabalhados e de um guia metodológico a ser utilizado em rodas de conversa para a promoção de diálogos conduzidos; da partilha de conteúdos e metodologias, por meio da campanha de comunicação; e da realização de rodas de conversa no contexto digital, com base no guia.

Contamos também com a execução do Evento de Partilha Inicial e vídeo de campanha para apresentar o projeto e sua causa, ao comemorar os dias Nacional dos Direitos Humanos e Internacional da Juventude.

2.

Resultados Esperados

Entendida como uma metodologia de planejamento que estrutura mudanças pretendidas por uma iniciativa social, articulando os resultados em uma espécie de cadeia causal, a Teoria da Mudança do Meu, Seu, Nosso Voto articula a relação entre as atividades do projeto com seu resultado final do voto responsável. Os resultados esperados são os seguintes: promotores de diálogos realizando rodas de conversa e diálogos informais, compartilhando conteúdos sobre o voto responsável; jovens participativos nas atividades das rodas de conversa, replicando rodas de conversa e diálogos informais, com entendimento sobre o voto responsável; e interações digitais que demonstram a disposição em falar sobre os temas centrais do voto responsável.

2.1 Definição do Problema

O problema da cultura democrática brasileira é fartamente documentado pela literatura e por dados. Os resultados de 2018 da pesquisa do Latinobarômetro mostram que apenas 4% dos brasileiros confiam uns nos outros. De forma semelhante, o Índice de Democracia Local, uma ferramenta desenvolvida pelo Instituto Sivilis para medir a qualidade da democracia nas cidades, indica uma baixa adesão a valores democráticos, com 90% dos curitibanos argumentando que a maioria das pessoas

nunca, raramente ou somente às vezes obedece às leis, e apenas 39% deles sabendo identificar a Câmara dos Vereadores como Poder Legislativo Municipal de Curitiba.

Esse déficit de cultura democrática causa diversos problemas no Brasil, como, por exemplo, quando os brasileiros demonstram pouco envolvimento na vida de suas comunidades e demonstram muita desconfiança com relação a desconhecidos, o que dificulta a cooperação social. Em consequência, os fracos laços comunitários reduzem a capacidade de ação da sociedade civil para o enfrentamento de desafios comuns, fazendo que a solução dos problemas nacionais e locais seja quase que exclusivamente delegada ao plano político.

Ao mesmo tempo, dado o baixo interesse dos brasileiros na política, o processo decisório sobre temas fundamentais para o desenvolvimento do país, como nas áreas de educação, saúde e economia ocorre, na maioria dos casos, sem que a população tenha consciência das reais implicações das decisões políticas para suas vidas. Esse ambiente gera um terreno fértil para a proliferação de casos de corrupção, dificulta a geração de riquezas e amplia a vulnerabilidade social.

A partir do contexto político ainda mais recente de crise democrática, investidas contra instituições e procedimentos democráticos; declarações que demonstram a escassez da visão coletiva; e a falta de entendimento da repercussão da comunicação, especialmente no contexto digital, entende-se a importância do diálogo sobre a democracia e nossas responsabilidades cidadãos. Não por acaso, há uma crescente literatura apontando que a democracia e desta forma, seus valores, são os únicos conceitos do sistema social que podem lidar com as demandas cambiantes da civilização contemporânea.

Tantas distorções e polarizações evidenciam a necessidade de falarmos mais sobre nossas responsabilidades. Com o intuito de transformar a noção do voto e sua prática nas eleições municipais de 2020, o projeto Meu, Seu, Nosso Voto buscou caminhos para o desenvolvimento do voto com (auto)responsabilidade.

2.2 Resultados Esperados

Do voto individualista ao voto responsável, o projeto almejou alguns resultados intermediários, em ordem crescente, de sensibilização (pessoas com acesso às publicações e kits das redes sociais, pessoas sensibilizadas pelo conteúdo e rodas de conversas), engajamento (mobilizadores realizando rodas sobre o voto responsável, multiplicadores realizando diálogos informais sobre o voto responsável, multiplicadores compartilhando as peças do kit e conteúdo sobre o voto responsável, jovens participativos nas rodas de conversas), consciência (jovens mudando seu entendimento sobre o voto e replicando rodas de conversas e interações digitais que demonstram a disposição em falar sobre os 3 pilares do projeto).

Através dos resultados de sensibilização e engajamento no projeto, o grupo buscou estimular cidadãos abertos e tolerantes à diversidade, respeitando a diversidade e dialogando com outros cidadãos de forma não violenta. Esses resultados esperados aludem à conscientização de valores democráticos de pluralidade e mentalidade cívica, bem como a sua prática pontual no compartilhamento de itens da campanha e/ou participação nas rodas de conversas. No caso, o grupo buscou estimular o respeito à diversidade através da fala não violenta e do discurso que promove a abertura e tolerância.



Por fim, o grupo buscou promover cidadãos conscientes de seus direitos e deveres civis, com conhecimento desses direitos e deveres para melhor atuarem de forma responsável na comunidade. A partir dos resultados esperados de sensibilização, engajamento e consciência, o grupo busca formar cidadãos auto responsáveis, votando de forma responsável. Entende-se, desta forma, que o voto responsável é contingente aos valores de abertura e tolerância à diversidade, e entendimento sobre o voto responsável e os três pilares do projeto de somos seres políticos, plurais e comunicadores.

Para que esses resultados fossem alcançados, a elaboração de uma Teoria de Mudança com seus respectivos indicadores foi necessária. Por meio das redes sociais e do site, foi possível monitorar o número de pessoas que baixaram os kits e as publicações, a taxa de envolvimento nas redes sociais, e análise das interações digitais; mais a fundo, por meio do Google Forms de avaliação das rodas de conversas, foi possível monitorar o número de rodas cadastradas, o número de participantes nas rodas, a qualidade da participação e o entendimento sobre o voto.

1 SENSIBILIZAÇÃO

O que escolhemos entregar/analisar	Indicador
Entrega de publicações e kits de conteúdo sobre o voto responsável	Nº. de envios de e-mail com acesso ao site e materiais
Entrega de vídeo de campanha	Nº. de envios de WhatsApp/Instagram com acesso ao vídeo e site
Produção de conteúdo (além das publicações) sobre voto responsável	Nº. de posts/ volume de produção
Pessoas com acesso às publicações	Nº. de pessoas que baixaram os kits
Pessoas sensibilizadas pelo conteúdo	Nº. de pessoas seguindo/ curtidas na página
Pessoas sensibilizadas pelas rodas	Nº. de pessoas participantes das rodas

2 ENGAJAMENTO

O que escolhemos entregar/analisar	Indicador
Mobilizadores realizando rodas de conversa	Nº. de rodas
Multiplicadores realizando diálogos informais	Taxa de interação nos posts
Multiplicadores compartilhando as peças do kit e conteúdo sobre o voto responsável	Nº. de compartilhamentos
Pessoas participativas na atividade das rodas	Avaliação qualitativa

3 CONSCIENTIZAÇÃO

O que escolhemos entregar/analisar	Indicador
Participantes mudam entendimento sobre o voto	Avaliação qualitativa
Participantes replicam as rodas	Nº. de pessoas que replicaram
Interações digitais que demonstram disposição em falar sobre os temas centrais, o respeito pelas abordagens, e o entendimento sobre o voto responsável	Análise de discurso

3.

Resultados Alcançados

3.1 Redes Sociais e Site

#1. Resultados Etapa de Sensibilização: Redes Sociais e Site

	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	TOTAL
Nº. de envíos de e-mails com acesso ao site e materiais	n/a	8.251 envíos (média taxa de abertura 23,5%)	9.321 envíos (média taxa de abertura de 28,1%)	5.218 envíos (média taxa de abertura de 24,6%)	23.085 envíos, com a média de 25,4% de taxa de abertura.
Nº. de envíos de WhatsApp e Instagram com acesso ao vídeo da campanha e site	n/a	295 envíos.	n/a	n/a	
Nº. de posts/volume de produção nas redes sociais	FB: 5 posts, Insta: 5 posts e 10 stories	FB: 7 posts, Insta: 7 posts, 11 stories	FB: 11 posts, Insta: 11 posts, 27 stories	FB: 11 posts, Insta: 16 posts, 69 stories	34 posts no Facebook, 39 posts e 117 stories no Instagram.
Nº. de pessoas que baixaram as publicações	n/a	E-book: 58, Guia: 35	E-book: 26, Guia: 38	E-book: 48, Guia: 34	132 pessoas baixaram o e-book e 107 o guia de rodas de conversas.
Nº. de pessoas que baixaram o kit de conteúdo online	n/a	Kit Redes: 46, Press Kit: 20	Kit Redes: 20, Press Kit: 8	Kit Redes: 31, Press Kit: 9	97 pessoas baixaram o kit de redes sociais e 37 o press kit.
Nº. de pessoas seguindo (Insta) e curtidas na página (FB)	FB: 38, Insta: 156	FB: 251, Insta: 317	FB: 265, Insta: 407	FB: 292, Insta: 605	292 curtidas no Facebook e 605 seguidores no Instagram.

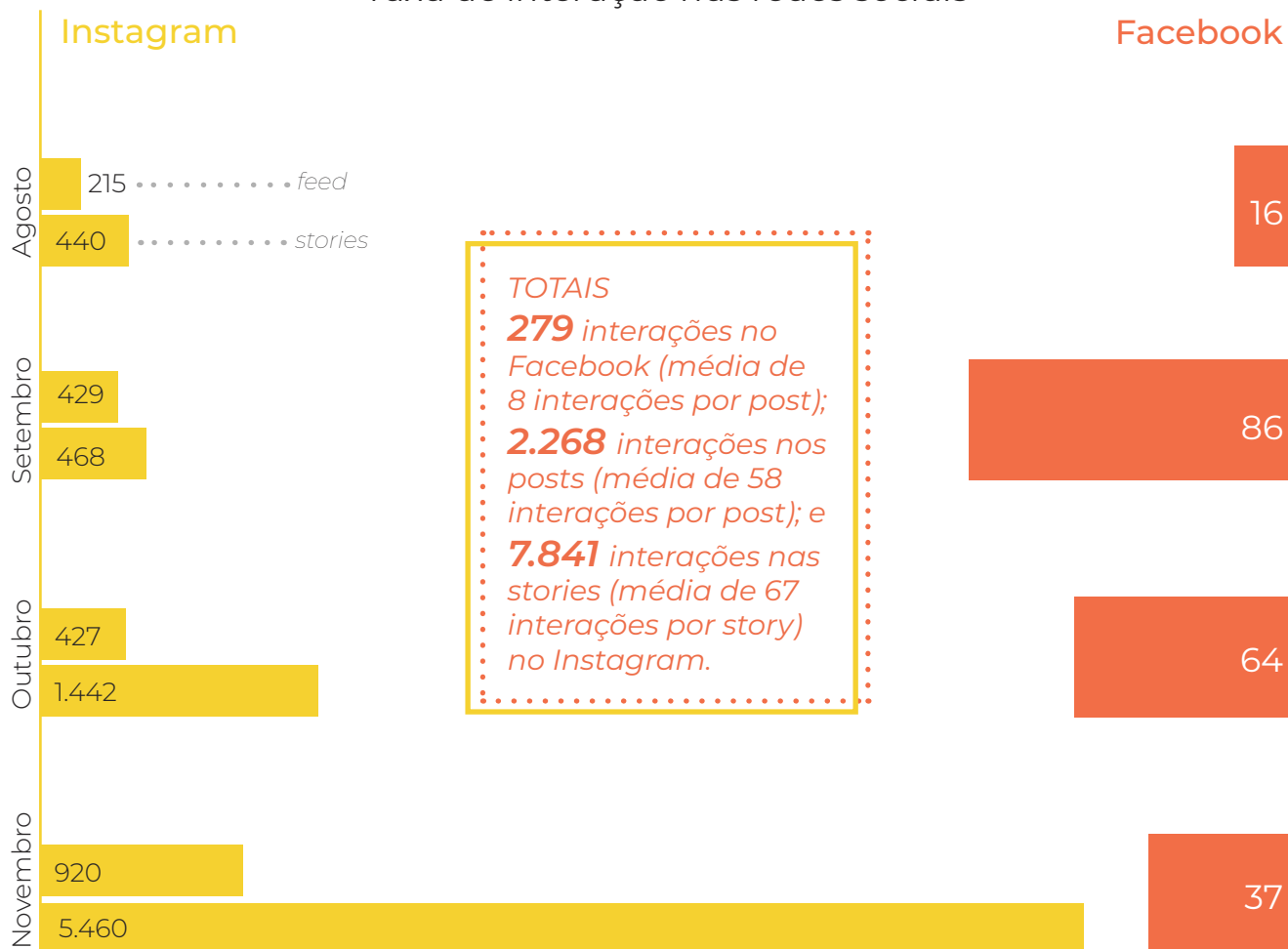
Através da maior quantidade de posts e stories no Instagram, percebe-se um crescimento gradual de aproximadamente 40% na quantidade de pessoas sensibilizadas pelo projeto, seu conteúdo, e seguindo a página **@nossovoto** no decorrer dos meses. Por outro lado, a sensibilização do público e crescimento de curtidas na página do Facebook aparenta ser menor: apesar do rápido aumento de curtidas na página nos primeiros dois meses iniciais,

esse crescimento se estagna e fica entre 6% e 10% nos meses de setembro a outubro e outubro a novembro.

Sobre o download das publicações e kits, percebe-se certo declínio de downloads do kit das redes sociais no decorrer dos meses do projeto; download constante do guia devido às rodas de conversas durante os meses de setembro a novembro; e parábola negativa de downloads do e-book.

#2. Resultados Etapa de Engajamento:

Taxa de interação nas redes sociais



#3 Resultados Etapa de Engajamento:

Nº de compartilhamentos



+55

STORIES POR
MENÇÃO

O pico de interações, definida como total de toques nas suas publicações ou perfil no Facebook, ocorreu no mês de setembro com o total de 86 interações (média de 12 interações por post); já no Instagram, esse pico ocorreu no mês de novembro com o total de 920 interações nos posts (média de 58 interações por post) e 5.460 interações totais nos stories. Houveram maiores interações nos stories do Instagram do que qualquer outro meio de rede social. Apesar de posts com vídeos alcançarem uma média de 412 pessoas no Facebook, em termos de interações, 80,60% dos stories foram “avançados” (porcentagem de clicks para avançar) e a média de interações por post foi de aproximadamente 60 no Instagram.

O crescimento de interações totais no Instagram foi alto entre os meses de outubro e novembro, especialmente com a nova estratégia de comunicação voltada ao público dos multiplicadores e promoção de anúncios. Em vez de estimularem os jovens a participarem das rodas de conversas do projeto

e conduzirem suas próprias rodas, foi decidido ampliar a estratégia de comunicação para promover o diálogo informal e não somente formal sobre o voto responsável. Assim, os posts do mês de novembro focaram na promoção de resultados, citações e provocações das rodas feitas, com o intuito de estimular o diálogo informal nos posts e stories. Mais a fundo, a promoção de anúncios resultou no aumento de 515 a 9.355 interações nos meses de setembro, outubro e novembro nas redes sociais.

Sobre o diálogo informal e temáticas dialogadas, através da avaliação de hashtags no Facebook e Instagram, percebe-se que:

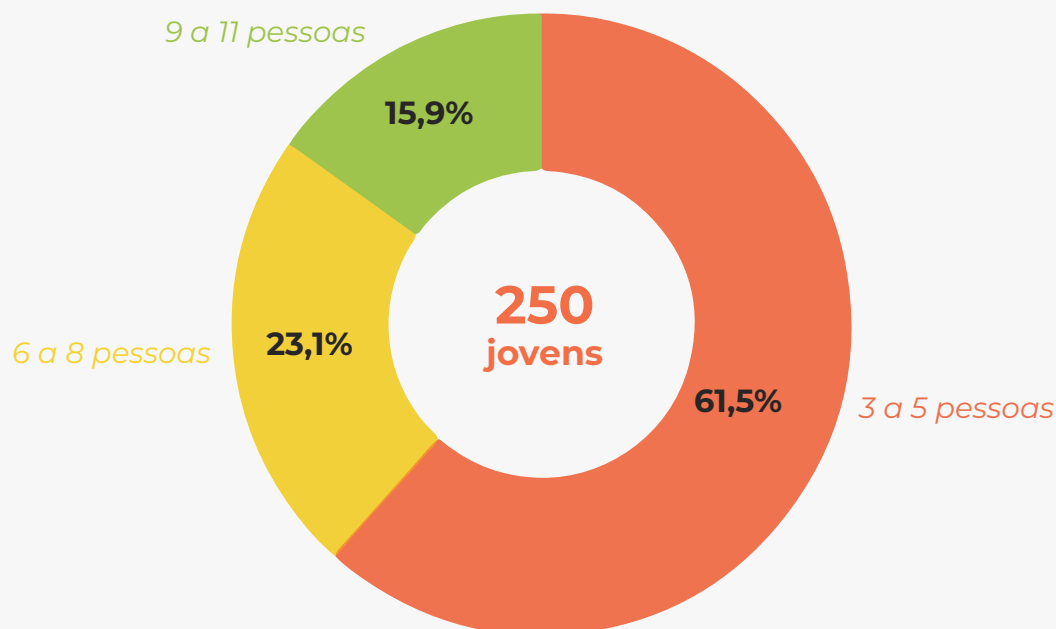
- A temática da democracia e o conceito de que a política se faz no dia a dia se destacaram no Facebook: as hashtags com mais interações foram *#DiadaDemocracia*, *#impactosocial*, *#mulheresnapolitica* e *#somosserespolíticos*.
- No Instagram, a maioria das interações fez menção as hashtags sobre democracia, voto e diálogo: *#DiadaDemocracia*, *#voto*, *#vote* e *#diálogo*.
- As hashtags referentes ao voto responsável se destacaram, mas menos do que as acima nas redes sociais; as hashtags *#pensecoletivo* e *#empatia*, por exemplo, obtiveram, em média, 70 interações, em comparação com as demais hashtags que obtiveram mais de 100 interações em média.



3.2. Rodas de Conversas

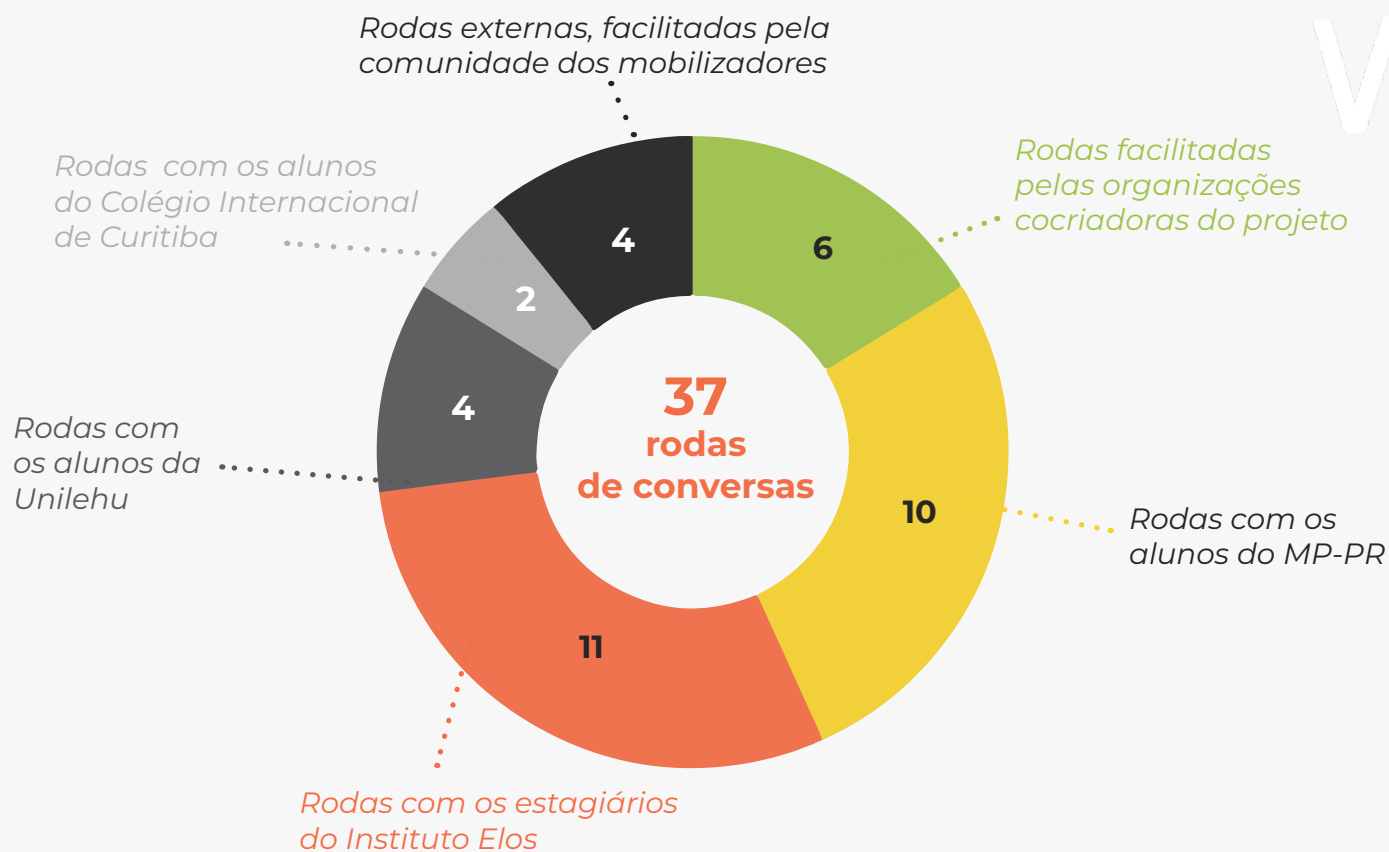
#4: Resultado Etapa de Sensibilização:

Nº de pessoas participantes das rodas de conversas



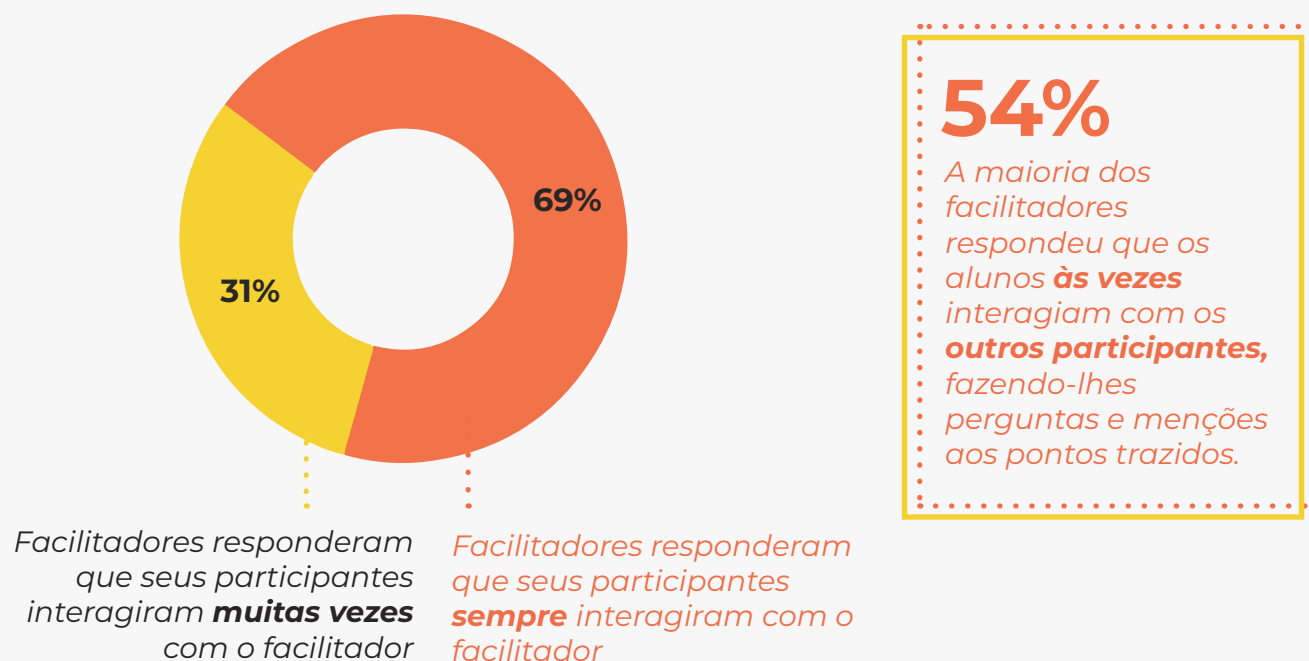
#5: Resultados Etapa de Engajamento:

Nº de Rodas de Conversas



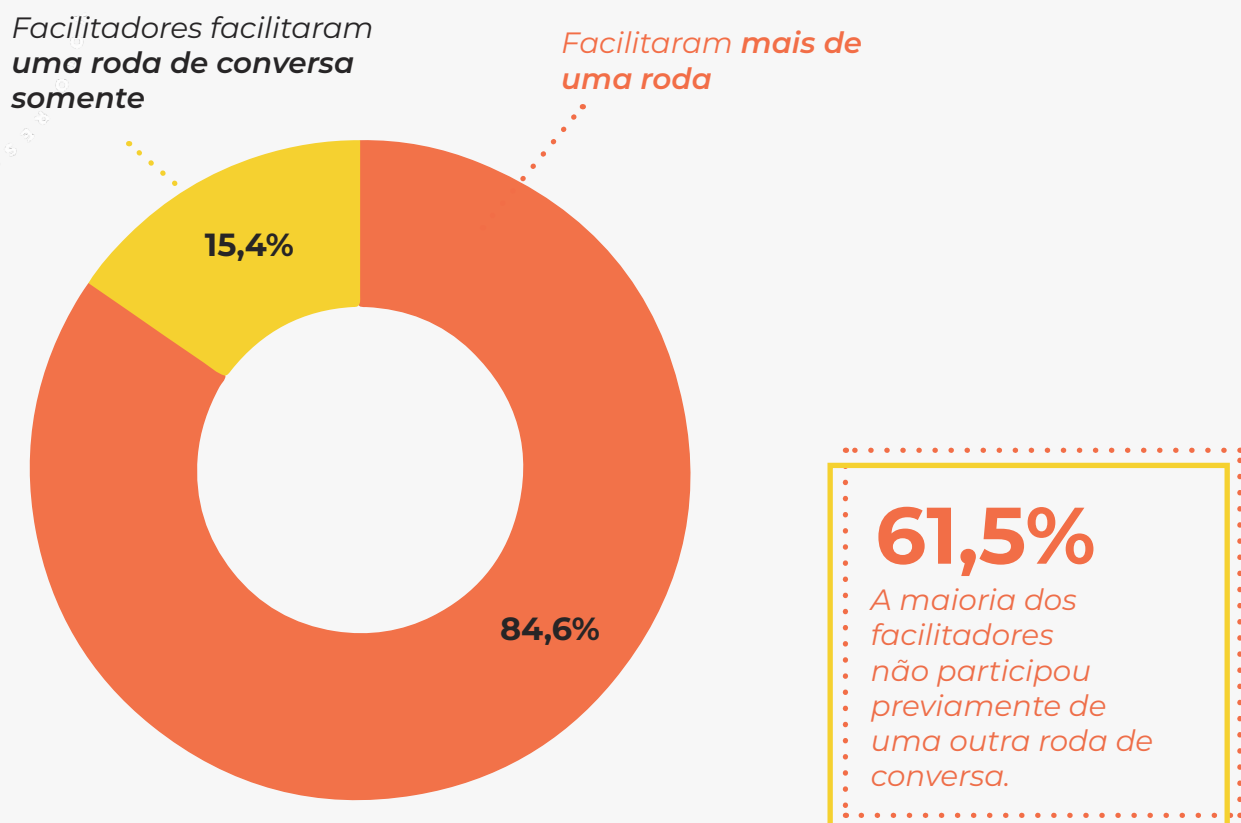
#6: Resultados Etapa de Engajamento:

Jovens e ouvintes participativos nas rodas de conversas



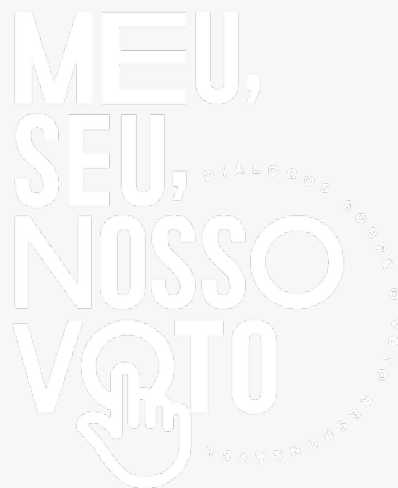
#7: Resultados Etapa de Conscientização:

Nº de participantes que replicaram as rodas de conversas



#8: Resultados Etapa de Conscientização:

Entendimento do voto responsável



Durante o evento da Partilha Inicial,

70,97%

da participação no Mentimeter, ferramenta de interação, sobre o que é voto responsável fez menção ao

IMPACTO COLETIVO, VISÃO COLETIVA E REPRESENTATIVA DO VOTO.

92,3%

dos facilitadores deram notas 9 e 10 quanto ao entendimento dos participantes sobre o voto responsável

0

os participantes **não mudaram seu entendimento** e sentimento de importância sobre o voto e seu impacto coletivo

10

os participantes **entenderam** e deram importância ao voto e seu impacto coletivo

Sobre a compreensão e entendimento do voto responsável, a maioria

88,3%

concordou que os participantes **entenderam o que é o voto responsável.**

58,2%

dos participantes deram notas 7 e 8 quanto ao diálogo da roda de conversa

41,1%

dos participantes deram notas 9 e 10 quanto ao diálogo da roda de conversa

10

abertura ao diálogo e disposição em escutar e encontrar pontos em comum com os demais

Apesar da quantidade de participantes menores por roda, os participantes destacaram a não tão grande abertura ao diálogo e disposição em escutar e encontrar pontos em comum entre os participantes da roda. Por sua vez, os facilitadores também percebem que os participantes interagiram mais com eles do que com os outros participantes da roda, destacando que às vezes faziam menções e perguntas aos outros participantes.

Por outro lado, percebe-se que ambos os facilitadores e participantes concordam que a roda resultou em alta compreensão sobre o que é o voto responsável, apesar dos respondentes facilitadores e participantes (89,4%) também já posicionaram o grupo que participou de sua roda como mais de Esquerda do que de Direita. Os mobilizadores fizeram os seguintes comentários sobre o entendimento de seus participantes e mudanças de pensamento sobre o voto responsável:

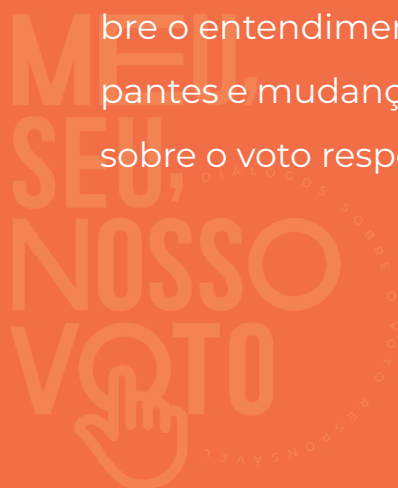
“Uma das participantes comentou sobre como o voto deste ano (eleições municipais) não vai impactar apenas a ela, mas vai impactar toda a cidade, que é formada por pessoas diferentes. Desta forma, será que a sua decisão não está impactando outro grupo?”

“Voto responsável é pesquisar os candidatos, não vender o voto, ser honesto e ver o melhor para o todo, não só para si’. ‘Não só votar pensando em você’.”

“Pensamos muito no voto como um dever e esquecemos que ele é um direito conquistado.”

“Nunca tinha pensado em política me imaginando como outra pessoa e achei isso muito interessante’.”

“Eu to quase chorando porque uma menina ia votar em branco e não vai mais!!!”



“‘Achei a iniciativa inovadora’ - ambas que deram feedback no final trouxeram quanto o projeto é algo diferente, e que não estão acostumadas a esse tipo de conversa e assunto.”

“‘Eu percebi como minha primeira escolha (referindo-se à primeira atividade da roda 3) foi um pouco egoísta’.”

“‘Depois dessa conversa, vou rever as propostas dos candidatos para avaliar quem eles podem estar deixando para trás.’ ‘O exercício de me colocar no lugar de outra pessoa me fez pensar na responsabilidade do meu voto e das minhas escolhas’.”

“‘Vou repensar o meu voto’ e ‘Nunca tinha pensado sobre isso’ foram frases que eu destacaria em minha roda de conversa.”

“Uma participante comentou sobre a importância de enxergarmos o ser humano como ser humano e não necessariamente a partir de suas decisões políticas que hoje, devido a nossa falta de educação política, podem não ser as melhores. Outro, destacou a importância do voto o descrevendo como um ‘ato de coragem’ e decisão que implica uma série de responsabilidades. Disse que o voto é um direito que ‘foi conquistado’ e que ‘conquistamos a partir de muita luta’, reforçando a importância de termos consciência da história do voto quando votamos branco ou nulo.”

“O meu pessoal estava bem tímido. A maioria se manteve firme na escolha da primeira rodada. Mas um menino pediu pra falar depois que a rodada dos personagens tinha acabado e disse que mudou de opinião sobre a escolha dele, que não seria uma boa escolha para a pessoa que ele imaginou.”

ME
SEU,
NOS
VOT

“Eu achei doido me pensar como um refugiado. Empatia que você falou né? Nunca tinha imaginado isso, é bom me por no lugar do outro, é importante’.”

“Um participante começou dizendo que não gosta de política e que está feliz por não precisar votar esse ano. Terminou dizendo que saiu com sentimento de ter se despertado para a importância da participação cidadã e de que votar exige muita responsabilidade e o exercício de se colocar no lugar do outro.”

“Eu não gostava de votar, mas agora eu vejo como eu faço parte desse país e como é importante pensar nos outros’.”

“Eu percebi que eu tenho tudo e não dou valor. Penso no menino que tá na rua. Eu tenho uma casa, trabalho...’.”

“Apareceu muito a questão da moradia e liberdade de expressão, e falas sobre empatia. Achei interessante que alguns disseram ter sentido tristeza, raiva ou revolta no momento de se colocar no lugar do personagem, porque pararam para pensar e sentir o que esses grupos vivem.”

“Essa conversa me induziu a ter alteridade, me colocar no lugar dos outros e ser solidária, e foi muito legal’.”

U,

DIALOGOS SOBRE O VOTO RESPONSÁVEL
SO
TO

Mais a fundo, destaca-se alguns comentários dos próprios participantes sobre o que aprenderam nas rodas de conversas:



Política se vive no dia a dia.



Temos que ser agentes fiscalizadores das fake news e propagar a cultura da checagem de informação.”



Voto não é um dever, é um direito!



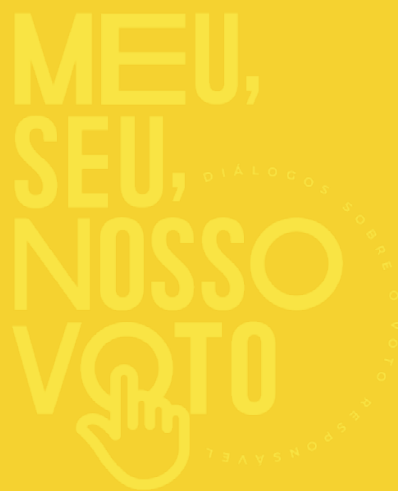
Acredito que as nossas histórias individuais envolvem o amplo compartilhamento de alguma mentira ou alguma informação mal interpretada. Isso me fez entender melhor como notícias falsas podem prejudicar pessoas e não somente processos ou, nesse caso, eleições.”



**Votar em branco
é desconsiderar
toda a luta de
quem não tinha
o direito de votar
antigamente,
como as
mulheres, os
pretos, etc.**



A importância do
voto e da democracia,
a importância da
educação para
a sociedade, a
necessidade de
considerar as
necessidades
coletivas ao votar..."



Muito foi mencionado
sobre que estamos
nos confortos dos
nossos lares, falando
de lugares restritos
com perspectivas
limitadas. Não há
como mudar isso,
mas gostei como todo
mundo reconheceu
esse espaço e mesmo
assim topou ir em
frente na discussão
ao se deixar estar
vulnerável na
situação."

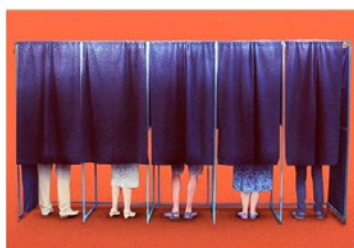
3.3 Repercussão & Imprensa

- 10 matérias na imprensa ou postagens em Blogs
 - [Rádio BandNews](#) • [Instituto Claro](#) • [Gazeta do Povo](#) • [CBN](#) • [Gife](#) • [Tudo Já Existe](#) • [AERP](#) • [AERP - Programa Em Pauta](#) • [Rádio Mundo Livre](#) e [Blog da DePropósito](#).
- Participação ao vivo do programa semanal
 - [LabTalks - Lab Hacker](#), laboratório de inovação cidadã da Câmara dos Deputados.
- Participação nos podcasts
 - [Donas da P*rra Toda](#) e [Tech Power Podcast](#).



Iniciativas promovem importância do voto responsável e do combate às fake news

POR GIFE EM 09/10/2020



Com a aproximação das eleições para prefeito, vice-prefeito e vereadores em todo o Brasil, a rede GIFE reuniu dicas de plataformas, portais e conteúdos sobre a importância do voto em uma sociedade democrática, bem como iniciativas criadas para somar esforços no combate à divulgação de notícias falsas. Confira a seguir:

Projeto Meu, Seu, Nosso Voto

Iniciativa criada com o objetivo de estimular diálogos sobre o voto responsável, principalmente entre jovens que irão votar pela primeira vez nessas eleições. Uma parceria entre Escola da Política, Nossa Causa, Instituto Aurora, Cidade da Gente e Política por de para Mulheres, o projeto parte do ponto de que pessoas que coexistem não separam políticos que devem reconhecer as diferenças e comunicar de forma responsável e com intencionalidade. O conjunto



..... [Pacto da Democracia](#) • o nome do projeto foi citado no Pacto da Democracia como uma das 70 iniciativas destaques na promoção de eleições melhores. O projeto Meu, Seu, Nosso Voto foi reconhecido pelo Pacto da Democracia como uma iniciativa para: combater a desinformação; aprofundar o debate político; aumentar a participação nas eleições; e aprender mais sobre as eleições.



..... [Encontro da Diretoria de Identidade Institucional da PUC](#) • com aproximadamente 20 pessoas da comunidade escolar da universidade, sobre os mecanismos de controle social e formas de participação política.

O Projeto Meu, Seu, Nosso Voto realizou e mobilizou 39 eventos e rodas de conversas sobre o voto responsável com cerca de 300 jovens brasileiros e uma comunidade de 15 mobilizadores. Ao total, foram 6 rodas facilitadas pelas organizações cocriadoras do projeto, 10 rodas com os estagiários do MP-PR, 11 rodas com os estagiários do Instituto Elos, 4 rodas com os alunos da Unilehu, 2 rodas com os alunos do Colégio Internacional de Curitiba, 4 rodas externas facilitadas pela comunidade dos mobilizadores e 2 eventos de partilha inicial e parceria com a Diretoria de Identidade Institucional da PUCPR. Seu nome foi citado no Pacto da Democracia como uma das 70 iniciativas destaques na promoção de eleições melhores.

O projeto cumpriu o seu objetivo de estimular diálogos sobre o voto responsável entre jovens que votam pela primeira vez, o que resultou em diálogos críticos e alta compreensão sobre o que é o voto responsável, inclusive mudanças sobre a importância do voto e nossas responsabilidades cidadãos perante o coletivo.

Aqui estão alguns feedbacks que recebemos sobre o projeto e galeria de fotografias das atividades do Meu, Seu, Nosso Voto!

COMUNIDADE

..... Rodas de conversas facilitadas pelas organizações cocriadoras do projeto



JUSTIÇA

EMPATIA

ÉTICA



**É muito legal ver
que as pessoas que
participaram da roda
de conversa vêm de
contextos diferentes
uns dos outros. Apesar
de parecer que todos
tinham a mesma
linha política, deu pra
expandir o diálogo!**

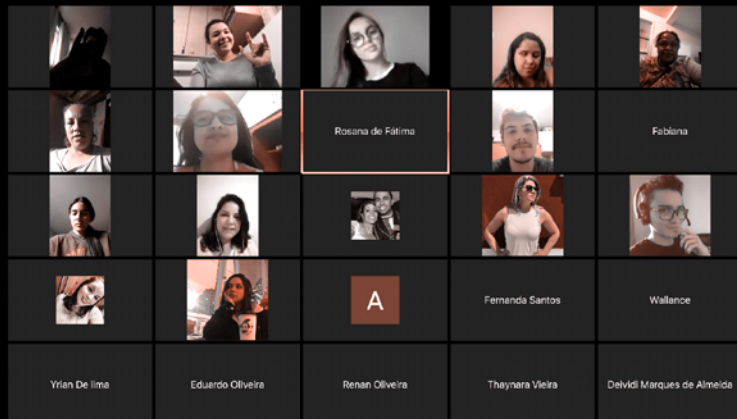


HONESTIDADE



**Gostei muito da
pluralidade na
fala de todos e o
reconhecimento
por nossa
responsabilidade
política.**

..... Rodas de conversas: Unilehu

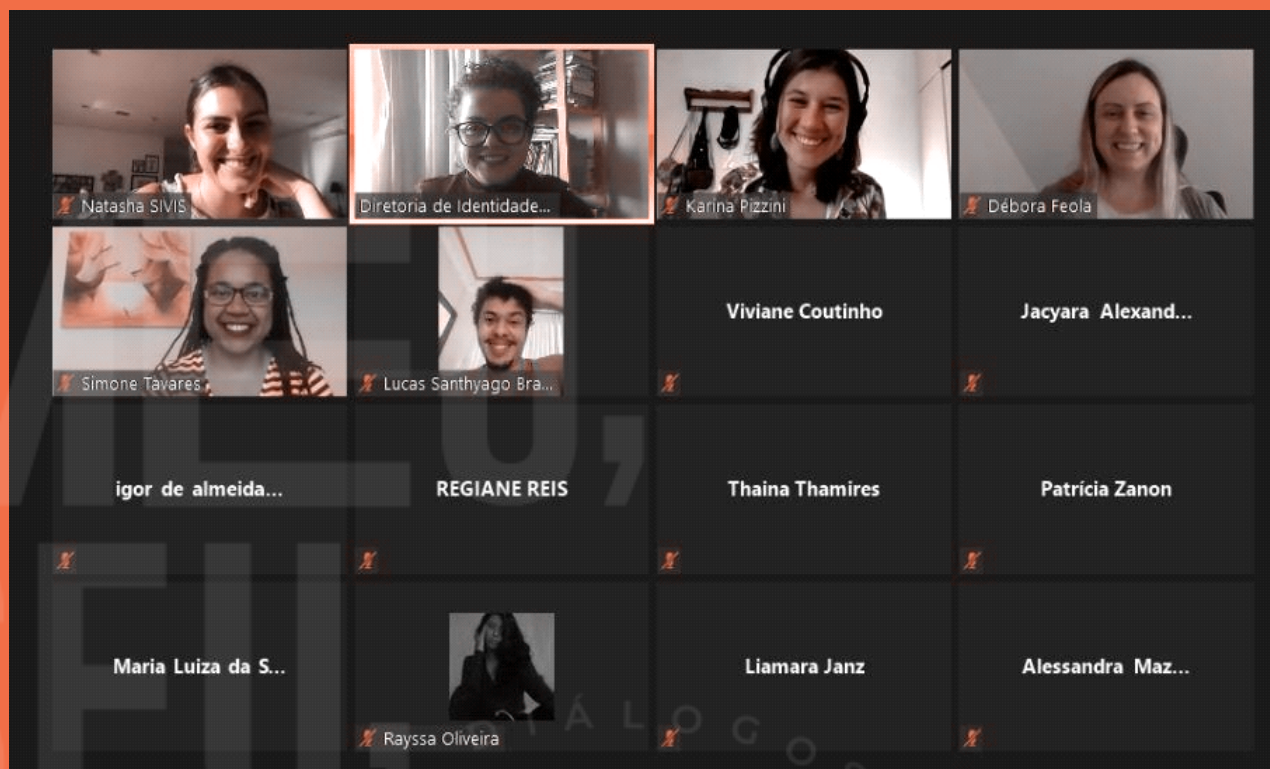


..... Rodas de conversas: Colégio Internacional de Curitiba (ISC)



RESPONSABILIDADE histórica

..... Evento na PUCPR



TRANSPARÊNCIA

”

**Gente, parabéns
pelo roteiro!
Achei que tudo se
conectou muito bem
e as trocas foram
muito ricas.**

CONSTRUÇÃO

com foco no local

APOIO



Elo

Apoio Social
e Ambiental



MINISTÉRIO PÚBLICO
do Estado do Paraná



www.unilehu.org.br

INTERNATIONAL
SCHOOL OF CURITIBA



O projeto **Meu, Seu, Nosso Voto** objetiva estimular diálogos sobre o voto responsável, sobretudo entre jovens que votam pela primeira vez, considerando o contexto digital das eleições de 2020.

Suprapartidário, nacional e colaborativo, o projeto está sendo desenvolvido por cinco mulheres, representantes destas organizações:



Escola da
Política

**NOSSA
CAUSA**

INSTITUTO
AURORA
EDUCAR EM DIREITOS HUMANOS



cidade
da
gente



MEU,
SEU,
NOSSO
VOTO



SSO
TO

DIÁLOGOS
SOBRE
O VOTO
RESPONSÁVEL

MEU,
SEU,
NOSSO
VOTO

MEU
SEU,
NINCO