



Mude *de* lado!

No *lugar* de violência,
consciência.

Em *VEZ* de humilhação,
mobilização.



Como realizar um projeto de trote da cidadania



Autores

Cibele Helena Salvaterra
Kátia Regina Gançalves Mori
Maria Eugenia Sosa
Marina Carvalho
Priscila Cruz
Renata de Menezes Nogueira

Coordenação editorial

Sílnia N. Martins Prado

Revisão

Katia Rossini

Ilustração

Bira

Projeto Gráfico

BJ - Foco Editorial

Realização

Fundação Educar DPaschoal
www.educardpaschoal.org.br
F: (19) 3728-8129

Esta obra foi impressa na Gráfica Editora Modelo Ltda.
Esta é a 1ª edição, datada de 2008, com tiragem de 5 mil exemplares.

Deloitte.

A tiragem e a prestação de contas referentes
a esta publicação foram conferidas pela Deloitte.

Sobre a Fundação Educar DPaschoal

A Fundação Educar DPaschoal foi criada em 1989 para dar suporte aos investimentos do grupo DPaschoal em programas de estímulo à leitura e de educação, tendo sempre como objetivo promover a educação para a cidadania como estratégia de transformação social. Atualmente, são três os projetos desenvolvidos pela Fundação.

Por meio do projeto Leia Comigo!, utilizando recursos próprios e de outras empresas através da Lei Rouanet, produz e distribui gratuitamente livros educativos para crianças e adolescentes, já tendo distribuído mais de 30 milhões de exemplares, em todo o Brasil.

Com a Academia Educar, promove a formação de núcleos de Protagonistas Juvenis em escolas públicas, criando oportunidades para que o jovem descubra em si o potencial que o torna capaz de transformar sua realidade.

O Trote da Cidadania incentiva e premia universitários de todo o Brasil a promover ações sociais com os calouros, visando a substituir o trote humilhante ou violento.

Ao desenvolver esses projetos, procurando contar sempre com valiosas parcerias, a DPaschoal deseja, cada vez mais, dar sua contribuição à sociedade em sua caminhada pela educação e pela cidadania.



Caro universitário

Este material foi desenvolvido para ajudá-lo a elaborar seu projeto de **Trote da Cidadania**. Sabemos que não faltam aos universitários idéias e energia para atuar socialmente na comunidade, porém, muitas vezes, isto é feito sem um diagnóstico, ou um planejamento.

Neste livro, você encontrará sugestões de como colocar seu projeto no papel e apresentá-lo para sua instituição de ensino e para parceiros, organizações sociais e empresas. Em cada item, há questões sobre as quais você e seu grupo podem refletir para estruturar suas ações.

Sugerimos que, após a reflexão, o projeto seja redigido, quando deverão surgir novos questionamentos. Outra vantagem da redação do projeto é auxiliar na realização de um trabalho mais consistente, que realmente atenda às necessidades da comunidade. Além disso, a clareza e a transparência nos objetivos, nas justificativas e no planejamento facilitam a conquista de parceiros.

Sabemos que apenas a teoria não garante a execução e o sucesso de seu projeto. Adéqüe-a a seu entorno, converse com outras lideranças universitárias, enfim, ponha mãos à obra! Vá além: busque um objetivo maior! A partir da vivência do **Trote da Cidadania**, desenvolva outros projetos de voluntariado dentro e fora da universidade.

Agradecemos a todas as pessoas que dedicaram minutos de seu tempo para esta causa.

Fundação Educar DPaschoal



Sumário

1. Modelo de apresentação de um projeto	5
2. Planejamento do projeto	6
A - Nome do projeto	7
B - Objetivos	8
C - Justificativa	9
D - Equipe de trabalho	11
E - Plano de ação	12
F – Recursos	14
G - Parcerias	15
H - Contrapartidas	18
I - Avaliação	19
J - Registro	20
3. Conclusão	21
4. Melhores práticas em 2008	22

Modelo de apresentação de um projeto



▲ A - Nome do Projeto

Pequena descrição do projeto.

▲ B - Objetivos

O que se quer transformar?

Quais os objetivos a se alcançarem?

Qual o público atendido?

▲ C - Justificativas

Por que fazer? O que move o grupo a tomar esta iniciativa?

▲ D - Equipe de Trabalho

Quem está disposto a fazer parte? Quem será responsável por cada ação?

▲ E - Plano de ação

Como fazer? Quais são as ações e as etapas necessárias? Quando ocorrerão? Qual o tempo necessário para cada etapa?

▲ F - Recursos necessários

Quanto é necessário para a realização do projeto, em termos de recursos materiais, humanos

e financeiros? Quais serão os parceiros envolvidos?

▲ G - Parcerias

Quais os locais e que pessoas no entorno da universidade podem se tornar parceiros?

▲ H - Contrapartidas

Quais são as responsabilidades de ambos os lados? Qual o valor das cotas? Como será o retorno de imagem? Como o parceiro poderá se favorecer e ser favorecido com o projeto?

▲ I - Avaliação

Como será o processo de avaliação? Que indicadores serão considerados?

▲ J - Registro

Quais meios de registro foram utilizados? Termos de parceria, atas? Como é o material gráfico da campanha?



Planejamento do projeto

Existem situações em nosso entorno que nos incomodam e que gostaríamos de transformar; sonhamos com uma realidade diferente e projetamos mudanças para o futuro. Incomodar-se e ter vontade de transformar a realidade são, então, os primeiros passos para que um projeto de **Trote da Cidadania** seja construído.

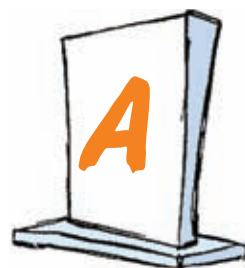
Mas apenas isso não é suficiente. Para a realização de um projeto social, é necessário planejar. Planejar significa elaborar um plano, fazer um roteiro, organizar-se para o desenvolvimento de qualquer ação. Quando um projeto é bem planejado, ele transcorre de maneira mais eficaz e as possibilidades de sucesso são bem maiores.



“Projeto é um empreendimento planejado que consiste num conjunto de atividades inter-relacionadas e coordenadas, com o fim de alcançar objetivos específicos dentro dos limites de tempo e orçamento dados”.

Definição da ONU

Nome do projeto

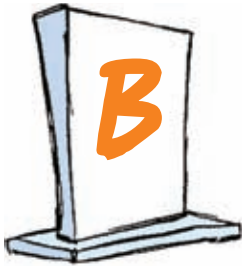


Muitas vezes, ao se iniciar a redação de um projeto, o título ainda não está muito claro. À medida que o grupo reflete, discute e escreve, a idéia vai ganhando forma e consistência. Por isso, o nome, apesar de ser o primeiro dado a aparecer na apresentação do projeto, pode não ser o primeiro fator decidido.

O título do projeto deve transmitir uma mensagem que mobilize os participantes e cative os apoiadores. Além disso, tem de ser criativo e despertar o interesse dos possíveis parceiros e da comunidade atendida. Ele pode ser mais explicativo, como, por exemplo, *Trote da Cidadania Pelo Consumo Consciente, Educação – Eu Abracei essa Idéia*, ou evocar mobilização, como *Calouro Sangue Bom* ou *Salve Bixo*.



A capa, ou a primeira página, deve apresentar uma pequena descrição do projeto. Isso facilitará o entendimento do leitor, que saberá de antemão o que será apresentado. Porém, o texto deve ser bem claro e objetivo para não comprometer sua apresentação.



Objetivos



O que se quer transformar? Quais os objetivos a se alcançarem?
Qual o público atendido?

Os objetivos expressam os resultados que o grupo pretende alcançar. Por exemplo, se, num determinado bairro, o problema a ser superado é o fato de os moradores não reciclarem lixo, mesmo que ali existam cooperativas de reciclagem, um dos objetivos é conseguir que pelo menos 50% do lixo o sejam, por meio da distribuição de folhetos e gibis educativos, ou, ainda, da realização de atividades em instituições sociais, instruindo crianças a confeccionar brinquedos com produtos recicláveis.

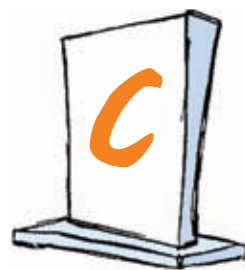
É preciso falar sobre o público atendido: Quantas pessoas serão diretamente favorecidas? A quem se destina? Crianças, jovens, idosos? Onde vivem? Trata-se de população rural ou urbana?

Quando uma ação tem objetivos claros, as pessoas envolvidas têm foco, sentem-se orientadas, motivadas e engajadas. Uma das formas de deixá-los mais claros é torná-los mensuráveis; assim, todos vão compreender o quanto se quer atingir. **Por exemplo: ampliar em 50% a quantidade do lixo reciclado no bairro.**



É preciso que os objetivos sejam, além de mensuráveis, realizáveis, observando-se, principalmente, os recursos programados e o tempo estimado no cronograma.

Justificativas



Por que fazer? O que move o grupo a tomar esta iniciativa?

Justificar um projeto de **Trote da Cidadania** é demonstrar seu impacto e sua necessidade para o público atendido. É fundamental mostrar que o projeto interessa à comunidade e irá melhorar a vida de muitas pessoas. *Por exemplo, alunos de medicina veterinária podem alertar a comunidade sobre os riscos de zoonoses, infecções transmitidas por animais de estimação, em uma cidade litorânea onde a presença de animais na praia seja freqüente.*

O primeiro passo para uma boa justificativa é o diagnóstico. Por meio dele, identificam-se as reais necessidades daquele indivíduo, grupo, área ou organização social a ser beneficiados pela ação voluntária.



Existem muitas maneiras de diagnosticar:

- Entrevistar pessoas da comunidade e das instituições locais que possam ajudar a traçar o perfil das necessidades.
- Fazer e distribuir questionários para mapear as condições atuais.
- Consultar moradores que vivem há muito tempo no bairro, imprensa, políticos e lideranças locais, para pesquisar o histórico da comunidade.

É fundamental elucidar a necessidade do projeto, o porquê da ação que se pretende realizar e os fatores que levaram ao desenvolvimento da proposta de intervenção. Mostrar que o projeto é relevante e causará impacto, certamente, fará com que mais pessoas, ou organizações queiram participar dele ou apoiá-lo.

É nesta fase que sua área de atuação deve ficar bem definida. Por exemplo: educação, saúde, esportes, cultura e lazer, meio ambiente, nutrição, cidadania. Quanto mais específica for a área, melhor: educação profissional, saúde bucal, educação nutricional etc.

Equipe de trabalho



Quem está disposto a fazer parte? Quem será responsável por cada ação?

Neste item, deve-se informar quem está envolvido no grupo de trabalho, e os responsáveis por alcançar os objetivos traçados. É importante que, antes de formar o grupo, outros alunos e educadores sejam convidados a fazer parte dele. Trabalhar em grupo é elemento-chave para o sucesso. Quanto mais as pessoas se sentirem “donas” do projeto, mais facilmente assumirão a responsabilidade pelos resultados.

O grupo de trabalho também deve definir as tarefas e os objetivos de cada um e organizar essas informações em uma tabela de atividades. Isso facilitará o andamento do projeto e diminuirá os possíveis atritos. **Por exemplo: nomear como coordenador de um dos grupos o aluno com habilidade para liderar pessoas; atribuir ao Diretório Acadêmico do curso de Publicidade e Propaganda as tarefas de criação e produção da identidade visual e do material gráfico da campanha.**

Para que o grupo alcance os objetivos traçados, é preciso criar um ambiente de trabalho produtivo e confortável. Para isso, três conceitos são importantes: **diálogo, respeito e colaboração.**



Plano de ação



Como fazer? Quais são as ações e as etapas necessárias?
Quando ocorrerão? Qual o tempo necessário para cada etapa?

O plano de ação determina o momento de organizar as idéias, de acordo com o tempo disponível, assim como as pessoas e os objetivos traçados. É o resumo de todas as atividades que devem ser desenvolvidas, por quem e quando.

Organizam-se ações de acordo com o tempo; afinal, um projeto deve sempre ter um cronograma. Mesmo que o desejo inicial seja que ele não termine nunca, é preciso que tenha começo, meio e fim. O período de implementação vai depender dos objetivos, da periodicidade, da carga horária, do grupo de trabalho e dos recursos.

Uma boa forma de construir um plano de ação é respondendo às seguintes perguntas: O que será realizado? Qual o primeiro passo a ser dado para se alcançar o resultado desejado? Quem vai fazer o quê? Como serão realizadas as ações? Quais os prazos para as atividades? Como será a divulgação?



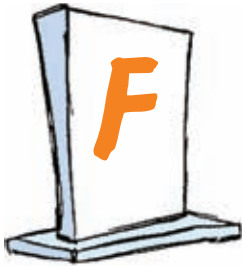
Não se esqueça de colocar em seu plano de ação:

- local das ações;
- periodicidade;
- cronograma;
- plano de divulgação.

Periodicamente, o grupo deve trocar impressões e idéias, para analisar os problemas e imprevistos do projeto, avaliar se o resultado da ação corresponde ao esperado e redirecionar parte do que foi planejado. **Por exemplo: em um projeto de plantio de mudas nativas às margens do rio Tietê, cogitou-se o risco de estas não “irem para a frente”.** Depois de refletir um pouco sobre as possibilidades de solução, o grupo decidiu que o ideal seria pesquisar outras mudas nativas, mais resistentes.



É importante reservar espaço no plano de ação para a reflexão sobre o projeto. Isso permite que os voluntários resolvam suas dúvidas, dêem sugestões, repensem atitudes, troquem idéias e participem ativamente do desenvolvimento do projeto de **Trote da Cidadania.**



Recursos



Quanto é necessário para a realização do projeto, em termos de recursos materiais, humanos e financeiros? Quais serão os parceiros envolvidos?

É importante listar todos os recursos físicos, humanos e financeiros necessários e estimar um orçamento total do projeto. Além disso, é bom indicar quais os parceiros já envolvidos em seu projeto e a responsabilidade de cada um.

Toda a estrutura deve ser idealizada para tornar-se auto-sustentável. Isso facilitará a aproximação de parceiros e garantirá a continuidade. Num primeiro momento, são necessários recursos financeiros, mas, depois, o projeto precisa adquirir autonomia e/ou arrecadar recursos de formas criativas. **Alguns exemplos: inserir o logotipo da gráfica no material de divulgação, reduzindo custos de impressão; contatar institutos relacionados ao tema da campanha a fim de viabilizar palestrantes em eventos de capacitação; propor parceria com uma escola de idiomas, para sorteio de bolsas aos participantes do trote.**



“Usamos muitas vezes a palavra falta. Dizemos que falta dinheiro, falta material, falta tempo... ou, o que é mais comum, faltam recursos! Quando afirmamos que falta, parece não existir nada. Podemos até dizer que os recursos são insuficientes. Mas, se não tivéssemos nenhum, o grupo nem existiria, porque as pessoas que o formam podem ser consideradas recursos.”

Maria Carla Corrochano e Dílson Wrasse,
in *Elaboração participativa de projetos – Ação educativa*

Parcerias



Quais os locais e que pessoas no entorno da universidade podem se tornar parceiros?



“Parcerias e alianças são associações intra e entre setores, nas quais indivíduos grupos ou organizações concordam em trabalhar em conjunto para realizar um objetivo ou comprometer-se com uma tarefa específica; dividir os riscos, assim como os benefícios; avaliar o relacionamento e os resultados regularmente, revendo o acordo entre as partes, se necessário. Elas acontecem a partir da constatação de que ações integradas ampliam as possibilidades de alcançar um impacto social mais amplo e baseiam-se no somatório de conhecimentos, recursos e competências das partes envolvidas.”

Ashoka Empreendedores Sociais

Com todo o material em mãos, é hora de buscar os parceiros, que podem ser empresas, organizações sociais, administração local, ou a própria universidade e universitários. Parcerias podem ser articuladas para obter recursos financeiros, físicos ou humanos e favorecer a sustentabilidade e a visibilidade de seu projeto. É importante que ambos se conheçam e desenvolvam um relacionamento de médio e longo prazo.

Algumas dicas:

1 – Liste as organizações que podem tornar-se parceiras

Identifique aquelas que se ajustem ao projeto.

2 – Elabore a proposta

A principal função da proposta é fornecer informações que despertem o interesse dos potenciais parceiros, levando-os a sua leitura na íntegra. Crie uma apresentação em Power Point® ou em Word®, com uma versão resumida. Utilize cores e imagens e faça com que sua proposta seja diferenciada.

3 – Envie a proposta

A proposta pode ser entregue à empresa por *e-mail*, correio ou pessoalmente. Esta última forma é a mais indicada, pois permite uma apresentação mais detalhada, além de sanar qualquer dúvida que, eventualmente, possa surgir. Antes de entrar em contato e agendar a visita, descubra mais sobre a organização e tente vislumbrar objetivos comuns. Assim, será mais fácil fechar uma parceria interessante.

4 – Contrato de patrocínio

Elabore um termo de compromisso registrando a responsabilidade dos envolvidos. Isso demonstra seriedade, compromisso e fortalece a parceria.

5 – Resultados

Um relatório bem produzido, que contemple os objetivos alcançados e uma discussão sobre a diferença entre estes e os esperados, deixa uma ótima impressão e mantém as portas abertas para novos projetos.

É importante que o grupo faça algumas perguntas e, junto ao parceiro, tente respondê-las. Parcerias nem sempre são fáceis. Identifique os princípios fundamentais da parceria e, assim, crie as bases para o desenvolvimento de uma relação bem-sucedida e eficiente.

- Até onde vão as responsabilidades de cada parte?
- Como trabalhar em conjunto sem perder o foco e a identidade?
- Como garantir benefício e aprendizado a ambas as partes?
- Que impacto deve ser esperado de um projeto feito em parceria?
- Que ética deve reger as parcerias?

É fundamental também que os parceiros apresentem:

- **visão e valores compartilhados;**
- **eqüidade**, respeito à igualdade de direitos;
- **respeito** à cultura, identidade e filosofia de cada parceiro;
- **transparência**, base para uma relação de confiança e de crescimento contínuo;
- **benefício mútuo;**
- **cooperação**, e não competição.



Parcerias são excelentes oportunidades de desenvolvimento, credibilidade e visibilidade. Não deixe de procurá-las e buscar sinergias.



Contrapartidas

Nesta etapa, deve-se destacar quais serão as responsabilidades dos organizadores do projeto e dos parceiros. É fundamental que o texto seja transparente quanto ao que cada um deve fazer; isso dará maior credibilidade ao projeto.

Quando for o caso, o valor das cotas de patrocínio e a descrição do retorno da imagem devem ser mencionados, além de todos os benefícios que o investimento trará para a empresa. Seja criativo, ilustre os materiais gráficos, como *banners*, *flyers*, camisetas, apontando o espaço que será destinado à marca do parceiro, e pense em outras alternativas. Se você realmente buscou parceiros em sintonia com seu projeto, com certeza irá encontrar diversas formas de interação. Não esqueça: a instituição parceira não quer ser apenas doadora de recursos, ela quer participar, interagir, envolver seu público. É o “ganha-ganha”, fator determinante para o sucesso do projeto.

Para citar um exemplo, em uma campanha de conscientização de zoonoses em praias do litoral, empresas especializadas em produtos veterinários teriam uma tendência maior a apoiar a causa do que uma empresa de alimentos. Promovendo uma interação ainda maior, estas empresas poderiam, além de financiar parte da campanha, fornecer apoio técnico na elaboração de folheto explicativo.

Avaliação

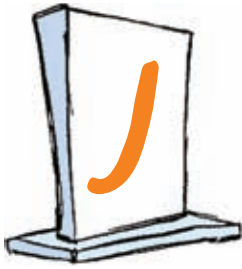


Qualquer tipo de projeto deve levar em consideração os resultados esperados e a forma como serão medidos. É fundamental descrever como será o processo de avaliação, que indicadores serão levantados e se será realizado algum tipo de pesquisa.

Atualmente, as empresas e organizações sociais estão interessadas não só na ação, mas, principalmente, nos resultados e nos impactos do projeto. Ter planejado um processo de avaliação demonstra que o projeto não é uma ação pontual, mas traz implícitos reflexão e comprometimento.

Da mesma forma que se fez um diagnóstico para confirmar a necessidade do projeto, é preciso proceder a uma avaliação para descobrir como transcorreu a evolução dos indicadores. **Por exemplo: no refeitório da universidade, eram usados “z” copos plásticos por mês e, com a conscientização e a distribuição de canecas para substituí-los, a universidade reduziu pela metade a quantidade de copos jogados mensalmente no lixo.**

A avaliação, além de apontar o sucesso do projeto, pode, ainda, identificar os pontos onde falhou para serem considerados em uma nova campanha. **Por exemplo: após a distribuição de folhetos sobre reciclagem, a cooperativa do bairro não detectou aumento significativo de arrecadação de material reciclado, ou seja, os moradores não adquiriram o hábito de fazer coleta seletiva.** A partir daí, é preciso entender por que a campanha não alcançou o impacto desejado.



Registros

Para criar a identidade e o histórico do projeto, é necessário registrar o passo a passo das ações. Com base neste registro, é possível compartilhar as ações, os impactos e os conhecimentos, permitindo que a experiência possa ser divulgada e ampliada.

Desde o início da campanha, atas, relatórios, pesquisas utilizadas na elaboração do diagnóstico e até mesmo fotografias das reuniões realizadas ou das visitas à comunidade que será atendida são importantes formas de registro. **Por exemplo: em ação de revitalização de uma escola pública, fotografar o “antes” e o “depois” concretiza a efetividade do projeto.**

A fotografia e a filmagem dos participantes em ação, das palestras ou das apresentações promovidas, os depoimentos dos envolvidos são instrumentos fundamentais na elaboração dos relatórios que serão encaminhados aos parceiros. Ao término das atividades, a clipagem dos materiais veiculados na mídia e as fotografias dos resultados comprovam os impactos da campanha.

Conclusão



Elaborar um projeto de **Trote da Cidadania** pode parecer um bicho-de-sete-cabeças num primeiro momento, mas não se assuste. É preciso persistência, paciência e motivação. As coisas nem sempre correm como esperamos, mas isso não deve desmotivá-lo.

Encare todas as dificuldades como desafios e vá em frente. Quando olhar para trás, verá que você e seus colegas atuaram de forma a trazer benefícios reais para a comunidade com a qual trabalharam.

Em 2008, a edição do **Prêmio Trote da Cidadania**, iniciativa da Fundação Educar DPaschoal, recebeu inscrições de projetos de Trote Cidadão de nove diferentes estados brasileiros. A mobilização social nestas faculdades deu-se no início do ano letivo, e as ações variaram de doação de sangue ou de alimentos até à humanização em penitenciária feminina.

Os critérios utilizados para a avaliação dos projetos levaram em conta:

- apresentação do projeto;
- planejamento;
- plano de ação;
- sustentabilidade;
- criatividade;
- envolvimento interno (alunos, professores, universidade);
- impacto social;
- parcerias estratégicas alcançadas;
- visibilidade.

Objetivando ilustrar um pouco melhor a teoria transmitida nas páginas anteriores, apresentamos a seguir os três primeiros colocados no **Prêmio Trote da Cidadania 2008**.

Leia, inspire-se e mãos à obra!



Melhores práticas em 2008



Colocado Prêmio Trote da Cidadania 2008

Ação contra a fome (de carinho)

Universidade Federal do Vale do São Francisco – Petrolina (PE)



Os alunos do terceiro período de psicologia que passaram pelo trote violento em 2007 romperam com a tradição. Eles criaram o primeiro Trote Solidário da Universidade. Para começar a sensibilizar as pessoas, foi escolhida a Terapia do Abraço. Os universitários saíram de vários pontos da cidade com cartazes em que se lia: “Abraço grátis”, para todas as pessoas

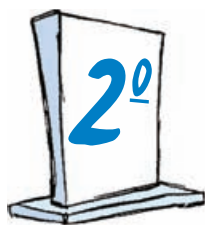
que encontravam pelo caminho. Assim, conseguiram cativar grande parte dos moradores de Petrolina (PE), que foram muito receptivos a este gesto de carinho.

A primeira ação foi para gerar uma mobilização, tanto dos alunos como da população. O próximo passo foi a adoção de quatro entidades da cidade: a APAE, Casa dos Idosos, Casa das Crianças e Projeto Madre Maria Tereza, a fim de nelas desenvolver um trabalho de apoio psicológico, orientado por um professor da universidade.

Além disso, cada veterano adotou um calouro e se comprometeu a doar as apostilas e materiais que foram utilizados nos períodos anteriores. Este gesto ajudou a fortalecer o laço entre os calouros e veteranos e gerou uma economia para os novos alunos.

Mas o grande mérito do trabalho foi a abertura de precedentes para que outros estudantes pratiquem ações solidárias. Como os vestibulares são semestrais, já foi possível ver o primeiro fruto gerado por esta ação. A turma que entrou no segundo semestre deste ano já adotou o Trote Solidário.





Colocado Prêmio Trote da Cidadania 2008

Vigilante\$ do\$ Preço\$

Faculdade Batista de Vitória (Fabavi) – Vitória (ES)



Vinte e três equipes, cada uma com um veterano e três calouros, abordaram mais de 460 pessoas no maior *shopping* de Vitória. Os estudantes do curso de Administração da Faculdade Batista de Vitória (ES) fizeram uma campanha de conscientização sobre os direitos dos consumidores. Esta foi uma das fases do Trote Solidário, que arrecadou a

assinatura dessas pessoas para um abaixo-assinado, que foi levado ao Procon. O documento pedia maior fiscalização nos estabelecimentos comerciais da Região Metropolitana de Vitória.

Para fazer a integração com os novos alunos, os estudantes distribuíram cerca de mil exemplares do *Código de defesa do consumidor*, fizeram panfletagem e uma pesquisa de fiscalização de preços nos supermercados. As ações foram realizadas em três fases. A primeira contou com a pesquisa propriamente dita, a fim de verificar se os preços nas etiquetas são os mesmos que estão nos produtos. A segunda foi a campanha de conscientização, com a distribuição dos códigos. E a terceira foi a volta aos supermercados, para conversar com os gerentes sobre os problemas encontrados no levantamento feito anteriormente.

O resultado das ações, segundo a organização do trote, foi bastante gratificante. Ao retornar aos supermercados, os universitários constataram que boa parte dos erros foi corrigida. Um estabelecimento chegou a colocar a reportagem publicada no jornal local em exposição, para que todos os funcionários a lessem. A idéia era incentivá-los a prestar mais atenção ao etiquetar os produtos.

O trote, que acontece no início de cada semestre, vai além da integração dos primeiros dias. Os calouros continuam a participar das pesquisas de preços realizadas pela empresa júnior da faculdade. A idéia é ampliar ainda mais as ações e envolver também os alunos do curso de Direito.





Colocado Prêmio Troca da Cidadania 2008

Troca da Cidadania Pelo Consumo Consciente 2008

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) – Campinas (SP)



No lugar da cara pintada e o troca tradicional, os cerca de 2 mil calouros que chegam à Unicamp são recepcionados com várias atividades de ações solidárias. Em cinco dias, diversos eventos tratam de temas como reciclagem, desperdício de alimentos, diminuição de resíduos e educação ambiental.

Além de integrar veteranos e calouros, o objetivo do Projeto Troca da Cidadania Pelo Consumo Consciente é proporcionar a conscientização da importância do papel social que cada estudante tem e de seu potencial transformador na sociedade. A ideia é também desenvolver o conceito do consumo consciente na comunidade local e acadêmica, aproximar universidade e sociedade e construir um mundo mais ecologicamente sustentável.

Criado desde 2003, o projeto conquistou os alunos e, este ano, contou com o apoio de 37 cursos da universidade. Na primeira edição, a participação foi de apenas três. O salto numérico mostra que o Troca Cidadão vale a pena. Afinal, uma das cooperativas de reciclagem teve até

de mudar de barracão devido ao crescimento do volume de materiais recebidos! E não só por causa da quantidade, mas da qualidade dos produtos, que já chegam separados de forma correta pela própria comunidade.

As ações deste ano foram a realização de palestras, treinamentos, conscientização dos funcionários da Unicamp, visita a cooperativas de reciclagem, distribuição de canecas, que substituem copos plásticos no refeitório, visita a instituições infantis e ao CEASA, além de caminhada de porta em porta à comunidade local, para falar sobre a importância da coleta seletiva e a separação correta dos materiais.



Compromisso com as universidades

Para abolirmos a cultura de trote violento do Brasil, além dos universitários, é fundamental que as universidades também se envolvam com o *Trote da Cidadania*.

Por isso, a partir do ano de 2009, quando o projeto *Trote da Cidadania* completa 10 anos, todas as universidades que possuírem grupos de universitários com projetos inscritos no Prêmio Trote da Cidadania e todas aquelas que solicitarem os materiais de divulgação do projeto serão convidadas a assumir um termo de compromisso com a Fundação Educar DPaschoal, no qual se comprometem a proibir o trote violento na universidade e a divulgar, como alternativa, o *Trote da Cidadania*.

Em contrapartida, a Fundação Educar entregará um selo à universidade, que comprova o envolvimento e o apoio à campanha do *Trote da Cidadania* no respectivo ano. Este selo poderá ser utilizado pela universidade em todos seus materiais de divulgação, como sites, folders, informativos, desde que aprovados previamente pela Educar.

Para que as universidades assinem este compromisso, basta entrar em contato com a Fundação Educar DPaschoal através do e-mail trotedacidadania@educardpaschoal.org.br, ou (19) 3728-8170.



TROTE DA CIDADANIA

Trote violento

"Para que o nosso desejo de um mundo melhor para todos se transforme em realidade, precisamos, mais do que nunca, do engajamento dos voluntários."

Kofi Annan,
Secretário-Geral da ONU



Agradecemos os parceiros que investem em nosso projeto.

