

RESULTADO DO PERÍODO			
1. Base Cálculo			Valor (R\$ reais)
Receita Líquida (RL)			4.172.127,24
Resultado Operacional (RO)			667.460,32
Folha de pagamento Bruta (FPB)			1.396.562,18
2. Indicadores Sociais internos	Valor	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	205.980,40	15%	5%
Encargos sociais compulsórios	504.179,77	36%	12%
Previdência privada	-		
Saúde	107.926,44	8%	3%
Segurança e medicina do trabalho	1.381,99	0%	0%
Educação	-		
Cultura	-		
Capacitação e desenvolvimento profissional	-		
Creches ou auxílio-creche	-		
Participação nos lucros ou resultados	-		
Outros	48.450,54	3%	1%
3. Indicadores Sociais externos	Valor	% sobre RO	% sobre RL
Educação	-		
Cultura	-		
Saúde e saneamento	-		
Habitação	-		
Esporte	-		
Lazer e diversão	-		
Creches	-		
Alimentação	-		
Combate à fome e segurança alimentar	-		
Outros	148.252,15	22%	4%
Total de contribuições para a Sociedade	148.252,15	22%	4%
Tributos (excluídos encargos sociais)	64.015,31	10%	2%
Total Indicadores Sociais Externos	212.267,46	32%	5%
4. Indicadores Ambientais	Valor	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	-		
Investimentos em programas e/ou projetos externos	-		
Total dos investimentos em Meio Ambiente	-		
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:		Cumpre de 0% a 50%	
5. Indicadores do Corpo Funcional			
Nº de empregados(as) ao final do período			23
Nº de admissões durante o período			10
Nº de empregados(as) terceirizados			0
Nº de estagiários(as)			0
Nº de empregados acima de 45 anos			6
Nº de mulheres que trabalham na empresa			16
% de cargos de chefia ocupados por mulheres			1
Nº de negros(as) que trabalham na empresa			0
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)			0%
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais			0
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2018		Metas 2019
Relação entre a maior e a menor remuneração da empresa	95%		90%
Número total de acidentes de trabalho	0		0
Os projetos sociais ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	Diretoria		Diretoria
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	Segurança do trabalho		Segurança do trabalho
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	Incentiva e segue OIT		Incentivará e seguirá OIT
A previdência privada contempla:			
A participação nos lucros ou resultados contempla:			
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	São exigidos		Serão exigidos
Quanto à participação dos empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	Incentiva		Incentivará
Número de ações e críticas de consumidores:	0		0
% de reclamações e críticas solucionadas:			
Valor Adicionado total a Distribuir:			
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):			

Case

Campanha "Jeito Catarinense": Desenvolvendo a cultura cidadã por meio de ações educativas junto ao público escolar infantil



Realização: ACAERT



Sinopse do Case

Campanha "Jeito Catarinense": Desenvolvendo a cultura cidadã por meio de ações educativas junto ao público escolar infantil

1. OBJETIVOS

A visão da ACAERT é de que existe uma correlação intrínseca e indissociável entre Comunicação, Educação e Cultura Cidadã. Cumprindo seu papel de aperfeiçoamento do setor de radiodifusão com responsabilidade social e comunitária, a Associação detectou a necessidade de desenvolver uma original Campanha de Comunicação para promover a Cultura Cidadã especialmente entre crianças de 8 a 12 anos, matriculadas na rede escolar de Santa Catarina

No estágio de pesquisa e estudo de ideias e alternativas, levou em conta outras campanhas de caráter social realizadas no Brasil e na América do Sul, e que tiveram sucesso de mobilização e apelo popular. Ciente dos desafios morais e éticos da sociedade brasileira e catarinense, e da necessidade permanente de se promover a Cidadania num amplo sentido educativo, cultural e social, a ACAERT desenvolveu então a Campanha "Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas".

Seu foco mirou no público escolar catarinense do Ensino Fundamental, já que é na infância que se formam os valores, princípios e ideais que irão pautar a vida dos adolescentes e futuros adultos. Simultaneamente, sabe-se que as crianças têm seu potencial de influência também na mudança ou fixação de hábitos dos próprios adultos, processo este que se inicia no universo familiar e estende-se para outras áreas da comunidade.

Este *case* narra as estratégias e os resultados obtidos pela ACAERT e suas entidades parceiras com a referida Campanha, lançada em abril de 2018 e em atividade no decorrer de 2019.

2. Estratégias e Soluções

Após pesquisas, análises e debates internos procedidos pela ACAERT sobre o tema, foram definidas as premissas básicas que norteariam o desenvolvimento e implementação da Campanha, que veio a ser estruturada levando em conta essencialmente a necessidade de se promover valores básicos como: a gentileza, a educação, a solidariedade, o respeito, a colaboração, a ética e a cidadania.

Para a ACAERT, as referidas premissas constituíam características de um modo geral já integrantes do perfil dos catarinenses, que as demonstram diariamente no seu modo de agir e pensar em prol do bem-estar recíproco e do desenvolvimento do Estado e do País. Portanto, a Campanha deveria destacar e valorizar este 'Jeito Catarinense' junto ao público infantil e escolar, reforçando as premissas básicas em linguagem e meios adequados e motivadores para crianças na faixa etária de 8 a 12 anos.

O tema central que embasou a Campanha associou o "Jeito Catarinense" ao conceito de que "há sempre um jeito certo de fazer as coisas", desde as mais simples até os grandes atos. Assim, o título da campanha lançada em abril de 2018 tornou-se: "Jeito Catarinense: o jeito certo de fazer as coisas". Na edição 2019, o tema-título foi adaptado para "O jeito certo de fazer as coisas – Pratique, incentive. Seja você o exemplo".

Definidas as premissas básicas e estabelecido o público-alvo prioritário da Campanha, a ACAERT passou a desenvolver uma Cartilha especialmente destinada para a conscientização das crianças de 8 a 12 anos, nas escolas e no ambiente familiar. Para tal, contou com a supervisão pedagógica da Secretaria de Estado de Educação do Governo de Santa Catarina, que utilizou linguagem lúdica, adequada e atrativa para o respectivo público-alvo. A cartilha tem quatro capítulos: 1) O Jeito Correto de Tratar as Pessoas, 2) O Jeito Correto de Tratar a Natureza, 3) O Jeito Correto de Andar no Trânsito e 4) O Jeito Correto de Cuidar da Saúde. Na primeira etapa, em 2018, foram produzidas 10.000 cartilhas com um alcance potencial de até 120.000 alunos.

Também faz parte do material da Campanha um Cartão com duas faces (ilustrados no *case*): um dos lados do cartão é vermelho e adverte sobre o "jeito errado" de fazer as coisas; e outro lado do mesmo cartão, na cor verde, reconhece e aprova o "jeito certo" de se fazer as coisas. Na primeira etapa, foram produzidos 400.000 cartões. De acordo com as orientações e ilustrações contidas na Cartilha, os cartões foram criados para que a criança os utilize, no seu dia a dia, de modo a incentivar ou desincentivar atitudes e condutas de quem quer que cruze o seu caminho, exercitando, assim, uma postura cultural educativa e cidadã.

Por exemplo, o cartão vermelho é mostrado para quem fura fila, joga lixo no chão, estaciona em lugar do idoso e se comporta inadequadamente no trânsito. O cartão verde é apresentado para quem cede o assento para grávidas no ônibus, faz reciclagem dos resíduos, respeita a faixa de pedestre. As Cartilhas e os

Cartões foram distribuídos em 2018, inicialmente, para 892 escolas da Rede Estadual de Ensino de Santa Catarina distribuídas pelo território catarinense.

A principal estratégia da ACAERT para deslançar a Campanha foi sensibilizando e engajando as suas empresas associadas. As emissoras de Rádio AM e FM e as TVs em todo o Estado abriram suas programações para veicular, gratuitamente, a Campanha, atingindo os mais distantes recantos de Santa Catarina e um grandioso público ouvinte e telespectador (no caso das rádios, o público ouvinte totaliza uma audiência média de 3.000 por minuto). Foram quase 370.000 mil *spots* e mais de 10.000 mil comerciais veiculados pelas rádios e TVs de Santa Catarina que abraçaram a proposta social do “Jeito Catarinense”. A veiculação começou no mês de abril e se estendeu até dezembro de 2018. A mobilização envolveu 260 emissoras de Rádio e cinco emissoras de Televisão.

A ACAERT aportou também apoio editorial à Campanha, gerando conteúdos que resultaram em ampla cobertura e divulgação pela mídia catarinense. Foram dezenas de entrevistas, reportagens, vídeos e *flashes* ao vivo que repercutiram na programação diária das emissoras, além das mídias sociais. Todos os canais digitais da ACAERT foram utilizados para promover a Campanha: website: <http://www.acaert.com.br/>, Facebook: <https://www.facebook.com/acaertoficial> e Twitter: <https://twitter.com/ACAERT>.

A ACAERT concebeu e realizou a Campanha, em 2018, com a participação da Secretaria de Estado da Educação/Governo de Santa Catarina e o apoio institucional da Fecomércio/SESC/Senac e da FIESC. Também contou com a parceria de Secretarias Municipais de Educação e do Instituto do Meio Ambiente – IMA (antiga Fatma), com quem realizou o “Dia J Ambiental”, em vários municípios do Estado. Também foram firmadas parcerias com a Sicoob Credial, com o evento “Criança na Praça” (Lages) e com o Rotary Joaçaba. Um dos destaques da Campanha foi o apoio público recebido do tenista Gustavo Kuerten, o Guga.

3. Resultados Alcançados

Em virtude do engajamento das emissoras de Rádio e TV catarinenses, de abril a dezembro de 2018, em todo o território do Estado, o alcance e o impacto educativo da Campanha “Jeito Catarinense” tem sido percebido como a maior iniciativa comunicacional do gênero, em Santa Catarina.

Sem dúvida, os frutos das ações já realizadas e das que estão em curso em 2019 continuarão a trazer benefícios ao processo permanente de desenvolvimento de uma cultura cidadã, particularmente nas crianças, embriões dos novos adultos e gerações do século 21.

Do ponto de vista do investimento financeiro na Campanha, a ACAERT contabilizou que os espaços de programação disponibilizados pelas empresas de radiodifusão associadas (veiculação de comerciais sob a forma de *spots* e vídeos) totalizaram, em 2018, aproximadamente R\$ 81,6 milhões, ou seja, US\$ 20,7 milhões, à época.

Importantes resultados foram obtidos pelo solidário processo de parceria estabelecido pela ACAERT com outras entidades em todo o Estado. A convergência de propósitos e a sinergia de esforços da ACAERT com organizações públicas, privadas e do terceiro setor, potencializaram os resultados positivos ao longo de 2018 e neste primeiro semestre de 2019.

Uma série de exemplos detalhados das atividades e dos resultados da Campanha são demonstrados no texto do *case* integral submetido à ADVB, incluindo depoimentos de lideranças vinculadas à idealização e ao lançamento da Campanha. Foi anexado ao *case* um arquivo PDF de 40 páginas, contendo o Relatório integral com o balanço da edição 2018 da Campanha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas”.

Depois da etapa bem-sucedida da Campanha em 2018, a ACAERT decidiu continuar o projeto em 2019. Nesta segunda fase, o novo tema foi adaptado para: “O jeito certo de fazer as coisas – Pratique, incentive. Seja você o exemplo” A filosofia permanece a mesma – a de sensibilizar, educar e mobilizar crianças, em especial, para desenvolver e consolidar uma cultura cidadã. O objetivo geral também continua o de resgatar valores básicos como gentileza, educação, solidariedade, respeito, colaboração, ética e cidadania. Motivar a sociedade a tomar atitudes que visem o bem coletivo no dia a dia das pessoas, estimulando ações positivas e desencorajando ações negativas. Cartão verde para o jeito certo. Cartão vermelho, para o jeito errado.

As emissoras associadas à ACAERT já vêm veiculando os novos *spots* e vídeos da Campanha. E uma nova e importantíssima parceria para a Campanha “Jeito Catarinense” foi firmada em abril de 2019 entre a ACAERT e a Polícia Militar de Santa Catarina – PMSC. Por meio desta parceria, o material didático da Campanha já vem sendo utilizado pelos alunos atendidos pelo Programa Educacional de Resistência às Drogas – Proerd, da PMSC. A PMSC administra o Proerd há 21 anos no Estado. Sua missão é capacitar crianças, adolescentes e adultos para resistirem às drogas e à violência, por intermédio de ações de caráter educacional.

Sumário

	Pág.
Sobre a ACAERT e sua atuação técnica, social e cidadã	05
1. Objetivos	06
1.1 – Comunicação, Educação e Cultura Cidadã	06
1.2 – A Campanha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas” como contribuição ao desafio de desenvolver uma cultura cidadã para crianças	07
2. Estratégias e Soluções	09
2.1 – Premissas básicas da Campanha	09
2.2 – A criação da Cartilha “Jeito Catarinense” e outros recursos de comunicação e promoção	10
2.3 – O engajamento das Rádios e TVs associadas da ACAERT	13
2.4 – O estabelecimento de parcerias para potencializar a Campanha	15
2.5 – O lançamento da Campanha em 2018 e seus destaques	16
3. Resultados Alcançados	19
3.1 – A maior campanha social de Santa Catarina	20
3.2 – Resultados das parcerias da Campanha	21
3.3 – Depoimentos sobre a Campanha	23
3.4 – Relatório ilustrado com balanço da edição 2018 da Campanha	25
3.5 – Nova fase da Campanha em 2019	25

Anexos

1) Cartilha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas” (arquivo PDF com 16 páginas)

2) Relatório ilustrado com balanço da edição 2018 da Campanha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas” (arquivo PDF com 40 páginas)

Anexos eletrônicos – Weblinks

3) Página na Web com notícias da Campanha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas”:
<http://www.acaert.com.br/destaque/Jeito%20Catarinense>

4) VT1 “Jeito Catarinense” fase 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=YgdYiFHFuUk>

5) VT2 “Jeito Catarinense” fase 2019: <https://www.youtube.com/watch?v=vHrvrhYpFBI>

Sobre a ACAERT e sua atuação técnica, social e cidadã

A **Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão – ACAERT** – é uma entidade de representação fundada em 22 de novembro de 1980. Completa em 2019, portanto, 40 anos de atuação em Santa Catarina. Reúne atualmente 257 emissoras de Rádio e 22 emissoras de TV. Além de promover a valorização da radiodifusão catarinense, realiza ações que contribuem para o desenvolvimento socioeconômico do Estado, cumprindo um papel catalisador das demandas sociais regionais e estaduais.

A ACAERT tem como princípios: 1) A valorização da programação regional, 2) A profissionalização do radiodifusor, 3) O fortalecimento dos seus Associados, 4) O incentivo ao crescimento do mercado, 5) A valorização das pequenas emissoras e 6) A contribuição na solução dos desafios e problemas comunitários. Do ponto de vista técnico, desenvolve capacitação profissional a suas associadas, em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina – SEBRAE/SC, no único programa do gênero existente no país.

Fazem parte de sua estrutura: a Central ACAERT de Rádio, a maior prestadora de serviços comerciais da mídia radiofônica catarinense; e a Rede de Notícias ACAERT – RNA, a maior produtora de conteúdo em áudio de Santa Catarina. A ACAERT realiza também tradicionais eventos no universo da mídia catarinense, como o Prêmio ACAERT de Rádio e Televisão, Encontro Regionais e Congressos Estaduais de Rádio e TV, nos quais é entregue a Comenda ACAERT, a mais destacada honraria da Radiodifusão de Santa Catarina.

Ao lado de importantes entidades representativas da sociedade catarinense, a ACAERT tem sido parceira de Campanhas Institucionais, a exemplo da que desenvolveu com o Tribunal Regional Eleitoral de Santa Catarina – TRE/SC, durante as eleições de 2018, no combate às *fake news*. Em abril de 2018, lançou e vem realizado até hoje a **Campanha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas”**, que objetiva contribuir para o **desenvolvimento da cultura cidadã por meio de ações educativas junto ao público escolar infantil de todo o Estado**, como será narrado e documentado neste *case*.

Website: <http://www.acaert.com.br/>

Facebook: <https://www.facebook.com/acaertoficial>

Twitter: <https://twitter.com/ACAERT>

1. Objetivos

1.1 – Comunicação, Educação e Cultura Cidadã

Há 71 anos, a Declaração Universal dos Direitos Humanos proclamada pela ONU – Organização das Nações Unidas – em 10 de dezembro de 1948, já enfatizava, em seu artigo 26, a importância da **Educação**, em todos os níveis, como um direito fundamental de cada cidadão. É primeiramente por meio da família e da educação escolar que se influi – direta, sistemática e qualitativamente – para a formação dos indivíduos e das coletividades no sentido de promover uma **Cultura Cidadã**, particularmente desde a infância e do Ensino Fundamental.

A Constituição Federal do Brasil, em seu Capítulo V, dedicado à Comunicação Social, estabelece no artigo 221 que: *“A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios: preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família”*.

Desta forma, fica evidente a correlação intrínseca e indissociável entre **Comunicação, Educação e Cultura Cidadã**. E a ACAERT, cumprindo seu papel de aperfeiçoamento do setor de radiodifusão com responsabilidade social e comunitária, detectou a necessidade de desenvolver uma original Campanha de Comunicação para promover a **Cultura Cidadã** especialmente entre crianças de 8 a 12 anos, matriculadas na rede escolar de Santa Catarina. Esta é a filosofia central do *case* ora apresentado à ADVB/SC na **Categoria Desenvolvimento Cultural**.

1.2 - A Campanha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas” como contribuição ao desafio de desenvolver uma Cultura Cidadã

Uma definição básica de cultura é “*o conjunto de manifestações artísticas, sociais, linguísticas e comportamentais de um povo ou civilização*”, incluída nela a produção e disseminação de conteúdos veiculados pelas diversas formas de imprensa e comunicação englobadas no atual conceito geral de “mídia”.

A ACAERT decidiu criar, portanto, uma Campanha totalmente inovadora para cumprir a função de **Educação para a Cultura da Cidadania** entre crianças. No estágio de pesquisa e estudo de ideias e alternativas, levou em conta outras campanhas de caráter social realizadas no Brasil e na América do Sul, e que tiveram sucesso de mobilização e apelo popular.

Uma delas foi a campanha do “Sugismundo”, personagem de animação brasileiro criado por Ruy Perotti e utilizado em filmes de publicidade para a televisão, muito popular na década de 1970. A proposta era conscientizar a sociedade para o descarte correto do lixo. Outra inspiração veio de Curitiba, Paraná, do final dos anos 1990, quando a Prefeitura Municipal implantou a campanha “Cidadão em trânsito”, obtendo uma queda de 60% nas infrações relacionadas a temas abordados, tais como bloqueio de cruzamentos, desrespeito ao sinal vermelho, estacionamento em fila dupla, dentre outros.

A referência internacional para a ACAERT teve origem na campanha desenvolvida em meados da década de 1990 por Antanas Mockus, prefeito de Bogotá, na Colômbia, com a “Bogotá Coqueta”, que visava tornar a cidade – então com altos índices de violência – em um lugar agradável para moradores e turistas. Uma das ações foi a utilização de mímicos para ensinar condutas corretas, causando vexação pública aos que desrespeitavam as leis de trânsito, por exemplo.

Ciente dos desafios morais e éticos da sociedade brasileira e catarinense, e da necessidade permanente de se promover a **Cidadania** num amplo sentido educativo, cultural e social, a ACAERT desenvolveu então, no começo de 2018, a Campanha “**Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas**”.

Seu foco mirou no público escolar catarinense do Ensino Fundamental, já que é na infância que se formam os valores, os princípios e os ideais que irão pautar a vida dos adolescentes e futuros adultos. Simultaneamente, sabe-se que as crianças têm seu potencial de influência também na mudança ou fixação de hábitos dos próprios adultos, processo este que se inicia no universo familiar e estende-se para outras áreas da comunidade.

O *case* a seguir narra as estratégias e os resultados obtidos pela ACAERT e suas entidades parceiras com a referida Campanha, lançada em abril de 2018 e em curso no decorrer de 2019, numa segunda edição.



###

2. Estratégias e Soluções

Para alcançar os objetivos culturais, educacionais, sociais e cidadãos estabelecidos pela ACAERT, as seguintes principais estratégias e soluções foram desenvolvidas e implementadas, de modo a se obter os esperados resultados qualitativos e quantitativos junto à comunidade catarinense.

2.1 – Premissas básicas da Campanha

Após pesquisas, análises e debates procedidos pela ACAERT sobre o tema, foram definidas as premissas básicas que norteariam o desenvolvimento e implementação da Campanha. Em síntese, a Campanha viria a ser estruturada levando em conta essencialmente a necessidade de se promover valores básicos como: **a gentileza, a educação, a solidariedade, o respeito, a colaboração, a ética e a cidadania.**

Na visão da ACAERT, as referidas premissas constituem características de um modo geral já integrantes do perfil dos catarinenses, que as demonstram diariamente no seu modo de agir e pensar em prol do bem-estar recíproco e do desenvolvimento do Estado e do País. Portanto, a Campanha deveria destacar e valorizar este ‘**Jeito Catarinense**’ junto ao público infantil e escolar, reforçando as premissas básicas por meio de linguagem e outros recursos adequados e motivadores para crianças na faixa etária de 8 a 12 anos.

O tema central que embasou a Campanha associou o “**Jeito Catarinense**” ao conceito de que “**há sempre um jeito certo de fazer as coisas**”, desde as mais simples até os grandes atos. Assim, o título da campanha lançada em abril de 2018 tornou-se: “**Jeito Catarinense: o jeito certo de fazer as coisas**”. Na edição 2019 da Campanha, o tema-título foi adaptado para “**O jeito certo de fazer as coisas – Pratique, incentive. Seja você o exemplo**”.

2.2 - A criação da Cartilha “Jeito Catarinense” e outros recursos de comunicação e promoção



Reprodução da contracapa e capa da Cartilha “Jeito Catarinense”

Definidas as premissas básicas e estabelecido o público-alvo prioritário da Campanha, a ACAERT passou a desenvolver uma Cartilha especialmente destinada para a conscientização das crianças de 8 a 12 anos, nas escolas e no ambiente familiar. O objetivo central foi o de, a partir das crianças, motivar a sociedade como um todo a tomar atitudes visando o bem coletivo no seu dia a dia, estimulando ações positivas e desencorajando ações negativas.

Para criar a Cartilha, a ACAERT contou com a supervisão pedagógica da Secretaria de Estado de Educação do Governo de Santa Catarina, que utilizou a apropriada linguagem lúdica e atrativa para o respectivo público-alvo. No Anexo 1 do *case*, é possível acessar um arquivo PDF com 16 páginas e o conteúdo integral da Cartilha “Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas”.

A cartilha tem quatro capítulos: 1) **O Jeito Correto de Tratar as Pessoas**, 2) **O Jeito Correto de Tratar a Natureza**, 3) **O Jeito Correto de Andar no Trânsito** e 4) **O Jeito Correto de Cuidar da Saúde**. Na primeira etapa, em 2018, foram produzidas 10.000 cartilhas com um alcance potencial de até 120.000 alunos.

Reprodução da página introdutória da Cartilha “Jeito Catarinense”

É com orgulho que apresentamos o Jeito Catarinense.

Uma cartilha que traduz perfeitamente o nosso jeito de fazer as coisas.

O jeito correto.

Nós contamos com a sua ajuda para fazer com que as orientações escritas nas próximas páginas sejam seguidas por cada pessoa que vive ou passa por aqui. Leia com atenção, incentive quem faz as coisas do jeito certo e oriente quem não faz.

Vamos fazer de Santa Catarina e do nosso País, um lugar ainda melhor para viver.



Também faz parte do material da Campanha um **Cartão** com duas faces, conforme ilustrado abaixo: um dos lados do cartão é vermelho e adverte sobre o “**jeito errado**” de fazer as coisas; e outro lado do mesmo cartão, na cor verde, reconhece e aprova o “**jeito certo**” de se fazer as coisas. Na primeira etapa, foram produzidos 400.000 cartões.

De acordo com as orientações e ilustrações contidas na Cartilha, os cartões foram criados para que a criança os utilize, no seu dia a dia, de modo a incentivar ou desincentivar atitudes e condutas de quem quer que cruze o seu caminho, exercitando, assim, uma **postura cultural educativa e cidadã**.



Por exemplo, o cartão vermelho é mostrado para quem fura fila, joga lixo no chão, estaciona em lugar do idoso e se comporta inadequadamente no trânsito. O cartão verde é apresentado para quem cede o assento para grávidas no ônibus, faz reciclagem dos resíduos, respeita a faixa de pedestre.

As Cartilhas e os Cartões foram distribuídos em 2018, inicialmente, para 892 escolas da Rede Estadual de Ensino de Santa Catarina distribuídas pelo território catarinense. A impressão das Cartilhas e dos Cartões teve o patrocínio da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC e da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina – Fecomércio.

A ACAERT investiu R\$ 140 mil na impressão de outros materiais, em transporte, hospedagem e demais despesas para os lançamentos e apresentações da Campanha em diversos municípios do Estado.

2.3 – O engajamento das Rádios e TVs associadas da ACAERT

A principal estratégia da ACAERT para deslançar a Campanha “**Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas**” e obter os resultados e a capilaridade estadual almejados foi sensibilizando, mobilizando e engajando as suas empresas associadas.

As emissoras de Rádio AM e FM e as TVs em todo o Estado abriram precioso e vital espaço de suas programações para veicular, gratuitamente, a Campanha, atingindo os mais distantes recantos de Santa Catarina e um grandioso público ouvinte e telespectador (no caso das rádios, o público ouvinte totaliza uma audiência média de 3.000 por minuto).

Foram quase 370.000 mil *spots* e mais de 10.000 mil comerciais veiculados pelas rádios e TVs de Santa Catarina que abraçaram a proposta social do “Jeito Catarinense”. A veiculação começou no mês de abril e se estendeu até dezembro de 2018. A mobilização envolveu 260 emissoras de Rádio e cinco emissoras de Televisão.

A ACAERT, por meio de sua estrutura técnica e profissional, aportou também apoio editorial à Campanha, gerando conteúdos que resultaram em ampla cobertura e divulgação pelas emissoras de rádio e televisão do Estado. Foram dezenas de entrevistas, reportagens, vídeos e *flashes* ao vivo que repercutiram na programação diária das emissoras, além das mídias sociais.

Todos os canais digitais da ACAERT foram utilizados para promover a Campanha:

- Website: <http://www.acaert.com.br/>
- Facebook: <https://www.facebook.com/acaertoficial>
- Twitter: <https://twitter.com/ACAERT>

Nesta página (**Anexo eletrônico 3**), é possível acessar o conjunto de notícias sobre a Campanha, de 2018 a 2019: <http://www.acaert.com.br/destaque/Jeito%20Catarinense>.

A ACAERT empreendeu ainda uma articulação entre os seus vice-presidentes regionais, dirigentes de outras entidades e radiodifusores associados, de modo a desenvolver ações em sinergia em todas as regiões do Estado. Dentre estas ações, destacam-se aquela promovidas com agentes das Redes de Educação em Santa Catarina. Abaixo, reprodução do ofício enviado pelo presidente da ACAERT para as emissoras associadas, mobilizando-as para o engajamento na Campanha “**Jeito Catarinense**”.

“Prezados Associados:

A nossa sociedade vive um momento em que faltam referências positivas, resultado da carência de lideranças que possam contribuir para a valorização da cidadania. No entanto, nós, da ACAERT, acreditamos que há sempre um jeito correto de fazer as coisas, desde as mais simples até os grandes atos. Entendemos que a conscientização deve começar desde cedo, com as nossas crianças, dentro de casa, nas escolas.

*E a Radiodifusão de Santa Catarina, que sempre atuou pautada pelo compromisso social, pode e deve contribuir neste esforço coletivo de emanar o espírito cidadão. Por isso, a ACAERT está lançando a campanha “**Jeito Catarinense**”, que mobilizará todas as escolas da Rede Estadual de Ensino. Destacamos que está será a maior campanha educativa já realizada no Estado.*

*As escolas receberão a cartilha: “**Jeito Catarinense – O Jeito certo de fazer as coisas**”. E é justamente esse espírito que queremos despertar com o projeto. Vamos nos apoiar numa ação para mostrar que existem, sim, jeitos certos de fazer as coisas. Junto com a cartilha, um **cartão verde e vermelho**.*

Sua emissora pode ajudar de diversas formas: publicando o banner da campanha no site da emissora, produzindo entrevistas e matérias sobre o assunto, veiculando o spot e o vídeo do Jeito Catarinense, cobrindo eventos da campanha em sua cidade.

O sucesso da campanha vai depender da participação de sua emissora e colaboradores. Por isso, participe e faça parte desta grande mobilização social.

Em anexo, o material da campanha. Contamos com sua emissora.

Atenciosamente

Marcello Corrêa Petrelli
Presidente da ACAERT”

2.4 - O estabelecimento de parcerias para potencializar a Campanha

A ACAERT concebeu e realizou a Campanha “**Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas**”, em 2018, com a participação da **Secretaria de Estado da Educação/ Governo de Santa Catarina** e o apoio institucional da **Fecomércio/Serviço Social do Comércio – Sesc/Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – Senac** e da **FIESC**.

Também se articulou e contou com a parceria de **Secretarias Municipais de Educação**, que aportaram apoio complementando ações pedagógicas desenvolvidas nas escolas junto às crianças. Destacaram-se, particularmente, as iniciativas conjuntas com as Secretarias Municipais de Itapema, Rio do Sul e Correia Pinto. No âmbito do **Instituto do Meio Ambiente – IMA** (antiga Fatma), a ACAERT firmou parcerias com os responsáveis por Unidades de Conservação para a realização, no começo de agosto de 2018, do “**Dia J Ambiental**”, em vários municípios do Estado.



Com a **Sicoob Credial**, a ACAERT firmou uma parceria para promover a Campanha “Jeito Catarinense” vinculada às comemorações de 33 anos de fundação do Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil – Sicoob, por meio do espetáculo “**Sementes do Futuro**”, realizado em escolas municipais e estaduais. O projeto integrou a Sicoob Credial com a ACAERT, Secretarias de Educação Municipal e o Palhaço Biriba e sua equipe. Dentre os princípios do cooperativismo está a cultura de cooperação na comunidade em que a cooperativa atua. Os temas abordados no espetáculo abrangeram: **Educação Ambiental, Valorização Global, Educação Financeira, Sustentabilidade, Reciclagem, Respeito e Educação**, destacando sempre “o jeito certo de fazer as coisas”.

Em Lages, para promover a Campanha “Jeito Catarinense”, a ACAERT firmou parceria com o tradicional evento “**Criança na Praça**”, realizado na Praça Joca Neves e coordenado pela Fundação Carlos Joffre e Rádio Clube de Lages, Rádio Massa FM, SBT Santa Catarina (Grupo SCC), além de dezenas de empresas e instituições públicas e privadas também parceiras. As crianças receberam a Cartilha e os Cartões “Jeito Catarinense”.

Com o **Rotary Joaçaba**, a ACAERT estabeleceu parceria com o objetivo de destacar valores no relacionamento dos cidadãos na sociedade, **como amizade, respeito, solidariedade e educação**. A ação foi desenvolvida na Escola Municipal Rotary Fritz Lucht, em Joaçaba; e na Escola Estadual São José e Escola Municipal Melo e Alvim, em Herval do Oeste. Nas três escolas, membros do Rotary, foi destacada também a importância da vacinação contra a poliomielite, doença já erradicada no país, mas que devido ao descuido e à falta de informação, pode trazer de volta a paralisia infantil.

2.5 – O lançamento da Campanha em 2018 e seus destaques

A Campanha “**Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas**” foi lançada no dia 24 de abril de 2018, na Escola Estadual Marechal Bormann, em Chapecó. O município foi escolhido pela sua relação com a Colômbia, após a tragédia do avião que levava a delegação da Chapecoense para disputar a final da Copa Sul-Americana contra o Atlético Nacional, de Medellín.

A relação da Colômbia com a Campanha se deve à ação do prefeito de Bogotá, Antanas Mockus, que serviu com uma das inspirações internacionais (latino-americana) para o projeto de **Educação e Cultura para a Cidadania** desenvolvido pela ACAERT e apresentado neste *case*.

O evento de lançamento contou com as presenças do governador Eduardo Pinho Moreira, do secretário de Estado da Educação, Eduardo Deschamps, do prefeito de Chapecó, Luciano Buligon, do presidente da ACAERT, Marcello Corrêa Petrelli, do secretário de Estado de Comunicação, Marcelo Rego, e do comendador da ACAERT, Alfredo Lang, que representou os radiodifusores da Região Oeste. O lançamento foi também prestigiado pelo presidente da Fecomércio, Bruno Breithaupt, e Almeri Dedonato, diretor do Senai da Região Oeste, representando a FIESC, entre outras autoridades.

A primeira medida da Campanha mobilizou a **Rede Estadual de Ensino**, por meio da **Secretaria de Estado da Educação**. Foram entregues Cartilhas e Cartões abrangendo um público de aproximadamente **120.000 mil alunos de 8 a 12 anos, de 892 escolas estaduais**. Em cada unidade escolar foi desenvolvida uma ação pedagógica dentro e fora da sala de aula. A proposta do “Jeito Catarinense” complementou outras atividades já desenvolvidas pelos professores com as crianças, reforçando conceitos como **meio ambiente, educação de trânsito, cuidados com a saúde e respeito ao próximo**.

Por meio do weblink a seguir, é possível acessar os quatro vídeos de lançamento da Campanha em 2018, que foram veiculados no website da ACAERT, pelas TVs e nas redes sociais:
<http://www.acaert.com.br/conheca-os-videos-da-campanha-jeito-catarinense#.XNC72hRKjct>



Um dos destaques da Campanha “Jeito Catarinense” foi a adesão recebida pelo tenista **Gustavo Kuerten, o Guga**. No dia 2 de abril, a ACAERT, por meio do seu presidente Marcello Petrelli, visitou manezinho reconhecido internacionalmente, na sede do Instituto Guga Kuerten – IGK.

O Instituto é uma associação civil sem fins lucrativos, que tem como objetivo garantir oportunidades de inclusão social para crianças, adolescentes e pessoas com deficiência. Em 17 anos, o IGK atendeu cerca de 80.000 pessoas em programas de ações especiais em 186 cidades de Santa Catarina.

Acesse o *weblink* a seguir para assistir o vídeo de dois minutos com o depoimento integral gravado com o Guga, comentando a Campanha “Jeito Catarinense”:
https://www.youtube.com/watch?v=1wJlownw_9c



Making of da gravação do depoimento de Guga Kuerten em apoio à Campanha “Jeito Catarinense”

###

3. Resultados Alcançados

Como decorrência dos Objetivos definidos para a Campanha “**Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas**” e das Soluções e Estratégias desenvolvidas e implementadas, foram atingidos os principais resultados qualitativos e quantitativos resumidos a seguir.

Reprodução de página do Relatório 2018 da Campanha “Jeito Catarinense”, cuja íntegra encontra-se no Anexo 2



3.1 – A maior campanha social de Santa Catarina

Em virtude do engajamento das emissoras de Rádio e TV catarinenses, de abril a dezembro de 2018, em todo o território do Estado, o alcance e o impacto educativo da Campanha “Jeito Catarinense” tem sido percebido como a maior iniciativa comunicacional do gênero, em Santa Catarina.

Alguns dos resultados qualitativos e quantitativos da Campanha estão sendo exemplificados resumidamente neste *case*, além dos registros de outras fontes que foram veiculados sob a forma de reportagens na imprensa e em redes sociais. Sem dúvida, os frutos das ações já realizadas e das que estão em curso em 2019 continuarão a trazer benefícios ao processo permanente de **desenvolvimento de uma cultura cidadã**, particularmente nas crianças, embriões dos novos adultos e gerações do século 21.

Do ponto de vista do investimento financeiro e social na Campanha, a ACAERT contabilizou que os espaços de programação disponibilizados gratuitamente pelas empresas de radiodifusão associadas (veiculação de comerciais sob a forma de *spots* e vídeos) totalizaram, em 2018, aproximadamente R\$ 81,6 milhões, ou seja, US\$ 20,7 milhões, à época, conforme ilustra o quadro abaixo.

VEICULAÇÃO JEITO CATARINENSE EM RÁDIO	
Emissoras de Rádio / EMISORAS DE RADIO	260
Comerciais de 30" / COMERCIALES DE 30"	369.601
Valor Executado / VALOR	R\$ 28.438.317,42
	US\$ 7.253.662,60
VEICULAÇÃO JEITO CATARINENSE EM TV	
Emissoras de TV / EMISORAS DE TV	21
Comerciais de 30" / COMERCIALES DE 30"	10.303
Valor Executado / VALOR	R\$ 53.187.057,50
	US\$ 13.495.142,98
VALOR TOTAL DA CAMPANHA / VALOR TOTAL DE LA CAMPAÑA	
R\$ 81.625.374,92	
US\$ 20.748.805,58	

3.2 – Resultados das parcerias da Campanha

A ACAERT constatou também, como um resultado qualitativo decorrente da Campanha “**Jeito Catarinense**”, que o projeto inicial foi impulsionado por um significativo e solidário processo de parceria estabelecido com diversas entidades em todo o Estado. A convergência de propósitos e a sinergia de esforços da ACAERT com outras organizações públicas, privadas e do terceiro setor, potencializaram os resultados positivos obtidos ao longo de 2018 e neste primeiro semestre de 2019.

Como exemplo dos resultados das parcerias da Campanha, podemos citar uma série de exemplos como o do município de **Itapema**, onde os alunos das Unidades da Rede Municipal de Ensino participaram do “**Dia J**”, sendo “J” a abreviatura de “Jeito Catarinense”, numa série de eventos coordenados pelo Instituto do Meio Ambiente de Santa Catarina – IMA. Em Itapema, foram realizadas apresentações na Escola Maria Linhares de Souza, a maior do município. Ocorreram atividades musicais, teatrais e artísticas, sempre com o foco no “jeito certo de fazer as coisas”. A secretária de Educação, Alessandra Simas Ghiotto, destacou o engajamento da comunidade escolar.

Em **Rio do Sul**, o “Dia J” foi no Parque Harry Hobus, com o envolvimento das crianças das redes municipal e estadual de Ensino. Ao todo, foram nove turmas participantes das várias atividades, como educação de higienização bucal, pintura corporal e plantação de mudas. Além das redes municipal e estadual de ensino, a Uniasselvi, o Departamento de Meio Ambiente da Prefeitura e Guarda Municipal estiveram também envolvidos na proposta da ACAERT.

Em **Correio Pinto**, na Região Serrana de Santa Catarina, todas as escolas do município adotaram a cartilha e cartões da campanha “Jeito Catarinense”. As propostas apresentadas pela iniciativa foram aplicadas em turmas de várias faixas etárias. Cada escola criou sua ação pedagógica. Em **Campos Novos**, houve mutirão de conscientização ambiental por parte dos estudantes e palestras sobre o Parque Rio Canoas e o Jeito Certo para quem convive próximo à Unidade de Conservação.

Em **São Domingos**, a ação foi na quadra coberta da Praça Germano Griss, onde crianças participaram de oficinas sobre como tratar a natureza e de como realizar ações que fazem a diferença para a preservação ambiental. Em **Galvão**, a programação aconteceu no auditório da Câmara de Vereadores e contou com palestra sobre a campanha Jeito Catarinense para crianças da rede municipal e estadual de ensino, que receberam também informações sobre o Parque Estadual das Araucárias.

Em **Concórdia**, o Dia J Ambiental foi na Praça Dogello Goss, movimentando toda a cidade. O palco recebeu diversas atrações, entre elas um personagem que interagiu com as pessoas, fazendo perguntas relacionadas ao meio ambiente. A programação incluiu ainda apresentações musicais, poesia, exibição de vídeos, além da entrega do cartão verde e vermelho da Campanha. A Polícia Militar Ambiental esteve presente com os protetores ambientais, e a Fundema participou com o programa Lixo Zero.

Ainda em **Concórdia**, o “Dia J” foi realizado também no Parque Estadual Fritz Plaumann, com apoio do Consórcio Lambari, Escola Estadual Francisco Bagatini, Escola Educação Básica Walter Fontana, Escola Educação Básica João Batista de La Salle, Polícia Ambiental, Fundema, Consórcio Itá e Casa da Cultura. Em **Criciúma**, centenas de crianças de 12 escolas municipais passaram pelo Parque das Nações e aproveitaram as diversas atrações como orientações sobre educação no trânsito, exposição de fotos da fauna e da flora, conversas sobre observação de aves, apresentação da orquestra do Bairro da Juventude, além de entrega do material da campanha.

Também em **Criciúma**, foi executada uma ação pela Reserva Biológica Estadual do Aguai, com parceria do Bairro da Juventude, Famcri, Instituto Felinos do Aguai, Instituto Alouatta, Fotografia Júnior, Departamento de Trânsito de Criciúma, Secretaria Municipal de Educação. Em **Grão-Pará**, o Parque Estadual da Serra Furada, com apoio da Fundação do Meio Ambiente de Grão-Pará, CDL e Secretaria de Educação Municipal, programou diversas atividades para conscientizar as crianças sobre a importância de cuidar do meio ambiente. Quem passou pelo Parque pode aproveitar atrações como brincadeiras com a temática ambiental, produção de bomba de sementes, mostra de fotografia, projeto Recicla Grão-Pará, entrega de mudas e, claro, os cartões verde e vermelho da Campanha.

Em **Florianópolis**, a Escola Básica Maria Conceição Nunes, em Canasvieiras, ficou mais colorida com a campanha. Responsáveis pelo Parque Estadual do Rio Vermelho, em conjunto com a Polícia Militar Ambiental, realizaram a ação que levou: a natureza para a sala de aula; e a sala de aula diretamente para o meio ambiente. Além das informações na escola, foi realizada uma ação de limpeza de praia no Parque Estadual do Rio Vermelho, com a colaboração de diversos voluntários.

A parceria da ACAERT com a **Sicoob Credial** e o projeto “**Sementes do Futuro**” registrou a participação de aproximadamente 3.000 crianças. “Ter a possibilidade de trabalhar este projeto nos traz muita satisfação. O Palhaço Biriba uniu ao seu teatro os cartões verde e vermelho da Campanha Jeito Catarinense, promovida pela ACAERT. São pequenas sementes que estão sendo plantadas e desejamos que muitas germinem”, comentou o presidente do Sicoob Credial, Hermes Barbieri.

Em **Lages**, a parceria com o evento “**Criança na Praça**” mobilizou 5.000 pessoas entre crianças e adultos que participaram de atividades recreativas, culturais e educativas, incluindo a entrega da Cartilha e dos Cartões da campanha “Jeito Catarinense”. A programação incluiu também orientações sobre saúde e bem-estar, orientações odontológicas e avaliação de postura corporal.

3.3 – Depoimentos sobre a Campanha

O número de *feedbacks* positivos recebidos ao longo do desenvolvimento da **Campanha Jeito Catarinense** foi muito grande e variado, desde o principal público-alvo, as crianças, até os adultos, englobando pais, professores, dirigentes da rede escolas municipal e estadual, representantes de organizações públicas, privadas e do terceiro setor. Apenas como uma breve amostra destes testemunhos, selecionamos trechos de comentários de algumas das principais lideranças vinculadas à idealização e ao lançamento da Campanha, no começo de 2018.

*“Tenho o prazer de cumprimentar todos os envolvidos com o projeto ‘Jeito Catarinense’, que é uma Campanha relacionada com os cartões cidadãos que utilizamos na cidade de Bogotá. O que falo é de mudar, entre todos, o nosso comportamento. Isso requer um consenso sobre em que direção queremos mudar o comportamento, com mais respeito à vida, às normas de trânsito. Temos que definir o que queremos mudar. E assim que definimos, planejar como podemos mudar. É um acordo coletivo que pode levar ao sucesso na modificação do comportamento. A ideia é muito simples: você me corrige e eu te corrijo, gentilmente, e ambos reconhecemos que entendemos pelo bem. Eu gosto que estamos aprendendo uns com os outros.” ~ **Antanas Mockus**, ex-prefeito de Bogotá, criador de projeto na Colômbia que serviu de inspiração para a ACAERT desenvolver o “Jeito Catarinense”*

*“Temos que estimular todo o potencial gigantesco das crianças, sua vontade de viver e a alegria através de bons exemplos. Por isso a Campanha ‘Jeito Catarinense’ é genuína, legítima. E é essa geração que vai transformar o mundo. Essa garotada vem com uma nova mentalidade”. ~ **Guga Kuerten**, presidente do Instituto IGK*

*“Com a Campanha ‘Jeito Catarinense’, podemos mostrar às crianças o jeito certo de fazer as coisas.” ~ **Eduardo Pinho Moreira**, governador de Santa Catarina (à época do lançamento da Campanha)*

*“A campanha ‘Jeito Catarinense’ incentiva ações desenvolvidas na escola e que os alunos carregarão para o resto da vida.” ~ **Eduardo Deschamps**, secretário de Estado da Educação (à época do lançamento da Campanha)*

*“A Campanha ‘Jeito Catarinense’ é mais um projeto de solidariedade, cidadania, gentileza. E mais uma vez Santa Catarina sai na frente, dando sua contribuição e seu exemplo.” ~ **Luciano Buligon**, prefeito de Chapecó.*

*“A gente não pode perder o senso daquilo que é certo e do que é errado. E a Campanha ‘Jeito Catarinense’ incentiva este critério e esta conduta cidadã por meio de um projeto voltado para as crianças, futuros adultos que formarão as futuras gerações.” ~ **Marcello Corrêa Petrelli**, presidente da ACAERT.*

3.4 – Relatório ilustrado com balanço da edição 2018 da Campanha

Em função da limitação de espaço e volume em *bytes* do arquivo principal deste *case*, por força do regulamento da ADVB/SC, incluímos como **Anexo 2** um arquivo PDF de 40 páginas, contendo o Relatório integral com o balanço da edição 2018 da Campanha “**Jeito Catarinense: O jeito certo de fazer as coisas**”.

Por meio do referido Relatório anexo, a **Comissão Julgadora** poderá ter acesso a conteúdos de texto abordando os seguintes tópicos, além de um expressivo e variado conjunto de 78 imagens que ilustram e documentam as diversas ações da Campanha em todo o Estado: A Inspiração da Campanha, A Proposta, Material de Comunicação e Promoção, O Lançamento, Apoio e Referência da Colômbia, Guga Kuerten, Mobilização, Maior Campanha Social Já Realizada em Santa Catarina, Parceria – Secretaria de Estado da Educação, Secretarias Municipais de Educação, Instituto do Meio Ambiente de Santa Catarina – IMA, Sicoob Predial, Criança na Praça e Rotary Joaçaba.

3.5 – Nova fase da Campanha em 2019

Depois da etapa bem-sucedida da Campanha “Jeito Catarinense” em 2018, ano do seu lançamento, a ACAERT decidiu continuar o projeto em 2019. Nesta segunda fase, o novo tema foi adaptado para: “**O jeito certo de fazer as coisas – Pratique, incentive. Seja você o exemplo**”.

A filosofia permanece a mesma – a de sensibilizar, educar e mobilizar crianças, em especial, para desenvolver e consolidar uma **cultura cidadã**. O objetivo geral também continua o de resgatar valores básicos como **gentileza, educação, solidariedade, respeito, colaboração, ética e cidadania**, motivando a sociedade a tomar atitudes que visem o bem coletivo no dia a dia das pessoas, estimulem ações positivas e desencorajem ações negativas. Cartão verde para o jeito certo. Cartão vermelho, para o jeito errado.

As emissoras associadas à ACAERT já vêm veiculando os novos *spots* e vídeos da Campanha. Por meio dos Anexos eletrônicos (*weblinks*) 4 e 5, é possível acessar os dois respectivos vídeos criados especialmente para a fase 2019 da Campanha “Jeito Catarinense”:

- (Anexo eletrônico 4) Vídeo 1 “Jeito Catarinense”:
<https://www.youtube.com/watch?v=YgdYiFHFuUk>
- (Anexo eletrônico 5) Vídeo 2 “Jeito Catarinense”:
<https://www.youtube.com/watch?v=vHrvrhYpFBI>

(Reprodução ilustrativa dos vídeos da Campanha 2019 disponibilizados pela ACAERT no YouTube)

JEITO CATARINENSE TEM NOVA FASE

(03/04) Pratique, incentive. Seja você o exemplo! Campanha convida cidadão a tomar atitudes positivas



Parceria da ACAERT com a Polícia Militar de Santa Catarina

Uma nova e importantíssima parceria para a Campanha “**Jeito Catarinense**” foi firmada em abril de 2019 entre a ACAERT e a Polícia Militar de Santa Catarina – PMSC. Por meio desta parceria, o material didático da Campanha já vem sendo utilizado pelos alunos atendidos pelo Programa Educacional de Resistência às Drogas – Proerd, da PMSC. Assista um vídeo curto sobre o assunto, aqui: <https://www.youtube.com/watch?v=11NRqm0bj1o>.

A PMSC administra o Proerd há 21 anos no Estado. Sua missão é capacitar crianças, adolescentes e adultos para resistirem às drogas e à violência, por intermédio de ações de caráter educacional. Leia e ouça mais sobre a parceria ACAERT/PMSC neste link: <http://www.acaert.com.br/material-didatico-do-jeito-catarinense-sera-utilizado-por-alunos-atendidos-pelo-proerd#.XNHZsRRKjct>.

Atividades do Proerd integrando a Campanha da ACAERT, nos municípios de Lages, Itajaí, Laguna e Joinville.

