



## 9º Seminário de Extensão

### CONHECIMENTO E INFORMAÇÃO EM PROL DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DA COMUNIDADE

#### Autor(es)

---

MARINA ZANELLATO FABBRI

#### Orientador(es)

---

Camilo Floriano Riani

#### Apoio Financeiro

---

FAE

#### 1. Introdução

---

Nos dias de hoje percebe-se que cada vez mais é preciso estar qualificado para se ter uma chance mínima no mercado de trabalho. Nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento, como o Brasil, muitas vezes nem as necessidades básicas do cidadão (saneamento básico, segurança, saúde) são oferecidas pelas autoridades. Dessa forma, o direito à educação, informação e qualificação profissional fica prejudicado, contribuindo para que a população de baixa renda seja pouco qualificada profissionalmente. No Projeto de Capacitação Popular Solidária tentamos tornar comum nossos conhecimentos com os moradores de uma comunidade que têm acesso a poucas informações. Portanto, tentamos fazer um processo de educação simplificado que contribuísse para a auto-afirmação e ascensão financeira dos indivíduos da comunidade.

Assim, as relações entre educação e comunicação são uma tentativa para a redução dessas desigualdades, uma vez que as pessoas envolvidas nesses processos podem desenvolver aptidões e mudarem seu modo de relacionar-se com a sociedade e com o próprio sistema dos meios de comunicação de massa.

#### 2. Objetivos

---

Com uma ação multidisciplinar que envolve alunos e professores da UNIMEP, em conjunto com os moradores do bairro Bosques do Lenheiro, o projeto Capacitação solidária visa à qualificação profissional e emancipação socioeconômica dos moradores do bairro. Envolver diferentes Cursos da Universidade, de modo que todos trabalhassem por uma causa comum e percebessem a importância social do Projeto de Capacitação Popular Solidária na comunidade piracicabana. Já os objetivos da comunicação no Projeto

consistiram nas seguintes ações: - Prosseguir com o plano de comunicação (elaborado anteriormente) considerando objetivos do Projeto; - Manter o padrão do material didático do Projeto, a partir de sua identidade visual; - Apoiar as ações do Projeto, elaborando o material de divulgação; - Dar continuidade à identidade visual do projeto criada previamente; - Criar, a partir do material de comunicação, uma identificação com a comunidade; - Consolidar a imagem positiva de responsabilidade social da UNIMEP, junto ao campo da Extensão Universitária na cidade de Piracicaba.

### **3. Desenvolvimento**

A cidadania e o marketing são assuntos diferentes, porém se fundem quando se percebe a necessidade de apoio a comunidades carentes, proporcionando-lhes ferramentas para possibilitar novos meios de subsistência. Desde os tempos antigos sonhamos com “novos tempos”, tempos em que todos possam viver com dignidade, trabalhando, estudando, ajudando ao próximo. Enfim, tempos em que seja visível uma sociedade mais igualitária e democrática. Para, de fato, construir essa sociedade tão almejada, necessitamos de iguais condições a todos, como emprego, estudo, lazer e demais fatores que possibilitem uma vida sadia. Nesse aspecto, o marketing social consiste em estabelecer estratégias e técnicas mercadológicas adaptadas para a promoção do bem estar social, empregadas para a aceitação de uma causa ou idéia. Tem como principal objetivo transformar a percepção do público-alvo sobre determinada questão social, promovendo uma mudança comportamental que proporcione uma melhora na qualidade de vida. No caso dos moradores do bairro Bosques do Lenheiro, ampliar os conhecimentos em uma área antes desconhecida foi uma experiência nova e bastante positiva, impulsionando a emancipação social e financeira dos interessados nos cursos. Podemos dizer que esse tipo de marketing foi de extrema importância no decorrer do desenvolvimento do Projeto, pois de acordo com Kotler, o marketing social “oferece uma estrutura útil para o planejamento social eficaz, numa época em que os problemas sociais tornam-se mais relevantes e críticos”. KOTLER (1988). O Projeto Capacitação Popular Solidária procurou identificar os problemas sociais do bairro Bosques do Lenheiro e assim promover as mudanças necessárias. O marketing social tratou das questões de aceitação das idéias, e não mais da persuasão, visto que tem a intenção de mudar atitude e comportamento do público alvo.

**Atividades Desenvolvidas** As atividades realizadas durante o segundo semestre de 2006 foram desenvolvidas por Marina Zanellato Fabbri e Deliana de Andrade Ghirotti. A identidade visual do Projeto Capacitação Popular Solidária (criação de logotipo, folders, certificados do curso, papel timbrado e envelope), foi desenvolvida pela bolsista anterior do Projeto. Assim, nosso trabalho foi o de manutenção e apoio à Coordenação do Projeto. Também criamos o logotipo do “Convívium Slow Food de Piracicaba”, que trata-se de uma organização sem fins lucrativos que surgiu em contraponto ao ritmo agitado da vida atual e aos efeitos padronizados do fast food.

**Plano de Comunicação realizado para o Projeto de Capacitação Popular Solidária**

**Objetivos de marketing social** - Proporcionar uma melhor qualidade de vida aos moradores do bairro Bosques do Lenheiro, por meio da capacitação profissional obtida nos cursos ministrados por alunos e docentes da UNIMEP; - Promover a inclusão dos moradores do bairro no mercado de trabalho, visto que após a conclusão do curso, estarão qualificados profissionalmente;

**Objetivos de Comunicação** - Dar apoio às ações do Projeto; - Manter a identidade visual desenvolvida anteriormente; - Promover a divulgação do Projeto aos meios de comunicação locais e, conseqüentemente, à comunidade; - Reforçar a idéia de que a UNIMEP é uma instituição preocupada com as causas sociais e que acredita que a integração entre alunos, professores e a comunidade traz benefícios a todos.

**Estratégias de Comunicação e descrição dos trabalhos desenvolvidos** a) Criação, organização e impressão das apostilas b) Criação de crachá de identificação dos alunos e professores durante o curso c) Criação de certificados aos concluintes dos cursos ministrados.

### **4. Resultados**

Os resultados foram positivos, visto que o projeto atingiu seu principal objetivo, que é qualificar profissionalmente a população fazendo com que esta tenha condições de se desenvolver e se inserir no mercado de trabalho. Observamos que os cursos obtiveram um grande retorno tendo em vista que houve grande procura e grande interesse por parte dos alunos. Também pudemos perceber que após a conclusão

do curso, alguns alunos, por estarem qualificados profissionalmente, rapidamente conseguiram boas propostas de emprego, o que é a plena intenção do Projeto Capacitação Popular Solidária. Acreditamos que é de grande valia essa iniciativa da Universidade Metodista de Piracicaba no sentido de auxiliar a comunidade piracicabana a ter uma melhor qualidade de vida e seus alunos, que de alguma forma aprenderam como a sociedade, com pequenos gestos, pode proporcionar grande benefício à todos.

## **5. Considerações Finais**

---

Fazer parte de um projeto de extensão de caráter social é muito gratificante, uma vez que pessoas se unem em prol do bem daqueles que, por diferentes motivos, não estão capacitados e/ou qualificados profissionalmente. Isso mostrou como é simples e honroso ajudar ao próximo. O relacionamento com as bolsistas de outros cursos e com a comunidade mostrou que é possível compartilhar conhecimentos e experiências em busca de um objetivo comum, como auxiliar os moradores do bairro Bosques do Lenheiro a resgatarem seu papel como provedores de seus lares e, também, seu papel como cidadão. O contato com os coordenadores e orientadores foi muito produtivo, principalmente com o professor Camilo Riani, que apesar de substituir meu antigo orientador cumpriu muito bem seu papel no decorrer das atividades do Projeto. Espero ter contribuído com meus conhecimentos para o bom andamento do Projeto. Esse dois semestres como bolsista foram muito proveitosos, pois adquiri experiência e conhecimento em importantes assuntos de minha área, que serão de grande valia em minha vida profissional.

## **Referências Bibliográficas**

---

KOTLER, PHILIP. Marketing para organizações que não visam lucro. São Paulo: Ed. Atlas, 1978.

MATTA, ROBERTO DA. Brasileiro: Cidadão? São Paulo: Cult. Edit. Ass, 1994.

[www.wikipedia.com.br](http://www.wikipedia.com.br)