

Campanhas de Conscientização realizadas pelo PET EMB

Autor: Luiz Henrique de Lima Padilha (luiz.h.l.p99@gmail.com)

Orientador: Carlos Mauricio Sacchelli

Programa de Educação Tutorial Engenharia da Mobilidade da Universidade Federal de Santa Catarina (PET/EMB/UFSC)

Palavras-chave: Campanha de Conscientização, responsabilidade social, PET.

Resumo:

A Universidade além de um Centro de ensino, pesquisa e extensão pode ser vista como um local de acolhimento visto que é formada por diversos povos (tribos), de diferentes classes e histórias de vida. Observando este ambiente nota-se em muitos discentes um certo individualismo aliado a desinformação gerada pela falta de interesse e consciência, que quando se encontram nas dependências da universidade limitam-se ao conteúdo técnico das aulas.

Para Davis apud SILVA et al (2014) responsabilidade social “...era uma concepção clássica, que foi abrindo espaço para uma visão mais ampla de que as organizações devem se preocupar e contribuir para o desenvolvimento da sociedade, não com objetivos situados na obtenção de lucro, mas com o dever de intervir diretamente em questões de ordem social, minimizando assim os possíveis prejuízos que sua atividade tenha levado ao bem-estar coletivo”.

Assim, tendo consciência de que o grupo PET tem potencial para levar informação e apoio, e vista a necessidade de uma maior adesão dos estudantes às questões sociais, o PET EMB buscou humanizar ainda mais a jornada acadêmica, tomando a iniciativa de organizar ações sociais e de conscientização nos meses que se seguiam durante o segundo semestre de 2019, abordando as já tradicionais campanhas temáticas como **agosto lilás** (combate a violência contra a mulher), **setembro amarelo** (combate a depressão e suicídio), **outubro rosa** (câncer de mama) e **novembro azul** (câncer de próstata), assim como problemáticas comumente relacionadas ao ambiente universitário como misoginia e depressão.

Com o intuito de conscientizar a todos sobre as práticas e meios de prevenção, o grupo produziu e fixou cartazes, faixas e balões (Figura 1) na entrada da Universidade, para chamar a atenção a esses problemas, sendo também produzido conteúdo online, uma vez que este é um dos meios mais utilizados para disseminar informação atualmente. Uma equipe no PET EMB se dedicou especificamente para este projeto, levantando informações e dados para a produção do conteúdo.

Também foi possível a interação com outros projetos que já haviam sido planejados pela própria Assistência Estudantil do Campus de Joinville, como palestras e rodas de conversa, que somaram forças ao nosso propósito de conscientização e auxílio através dos temas abordados, dentre eles a depressão.

Foi observado nas iniciativas realizadas a adesão da comunidade acadêmica, principalmente durante o agosto lilás e setembro amarelo, duas pautas que, infelizmente, mais se encontram presentes no meio universitário e que atingem jovens das mais diversas realidades. Houve grande engajamento virtual, com muitas pessoas compartilhando em suas redes sociais fotos de nossos cartazes e das mensagens espalhadas pelo campus.

Nota-se que essas ações são necessárias para levar apoio à toda a comunidade, sem distinção e de forma a atingir o maior numero de pessoas possível usando o ambiente físico e virtual. Por fim, temas atuais com o objetivo de quebrar preconceitos e diminuir discriminações se mostram mais impactantes, atingindo de forma eficaz a comunidade

acadêmica, devendo desta maneira ser incentivado o pensamento crítico, fazendo repensar nossas ações frente à essas questões proporcionando inclusão e informação.

Figura 1 – Fotos postadas nas redes sociais do PET EMB referentes a algumas das campanhas realizadas



REFERÊNCIAS

SILVA, L. et al. Responsabilidade Social: as Instituições de Ensino Superior têm Influenciado os Universitários na Participação Direta em Ações Sociais? Anais: XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Resende: 2014. Disponível: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos14/10220201.pdf>. Acesso: 02.06.20