

TÍTULO: ODS 10: REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

EDUCAÇÃO PARA A CIDADANIA E SUSTENTABILIDADE ATRAVÉS DO

MARKETING

PROJETO DE EXTENSÃO I

Aluna: Monique C. C. de Oliveira

Curso: Marketing

Professor: Adriano de Carvalho Silva

PROJETO DE EXTENSÃO – RELATÓRIO 3

1. Apresentação

O presente relato trata do projeto de extensão “Vidas Invisíveis”, realizado presencialmente na Igreja do Evangelho Vivo, na Vila Norma (São João de Meriti – RJ), em parceria com o Polo de Apoio Presencial local. O objetivo foi promover conscientização social e empatia sobre a realidade das pessoas em situação de rua, por meio de palestras, dramatizações e ações práticas de mobilização comunitária.

2. Contextualização do Campo de Extensão

O projeto “Vidas Invisíveis” surgiu a partir da observação do aumento de pessoas em situação de rua no município de São João de Meriti, especialmente nos bairros próximos à Igreja Evangélica localizada na Vila Norma. Durante o diagnóstico preliminar realizado pela autora, foram identificados, em diferentes horários do dia, grupos de 6 a 10 pessoas em situação de vulnerabilidade circulando ou dormindo próximo ao comércio local, praças e pontos de ônibus. Do ponto de vista qualitativo, observou-se a ausência de apoio regular, falta de alimentação diária e a baixa interação da comunidade com esse grupo, revelando um cenário de invisibilidade social e negligência coletiva.

A escolha do tema foi motivada por fatores pessoais — vinculados à fé cristã, à prática da empatia e ao compromisso de ajudar o próximo — e institucionais, pois a Igreja Evangélica é um espaço de grande circulação, acessível à comunidade e estrategicamente situada em uma área onde a vulnerabilidade é evidente. Além disso, o projeto dialoga diretamente com a formação da autora em comunicação, fortalecendo sua experiência em marketing social e mobilização comunitária.

A intervenção foi estruturada dentro do Eixo Educação e Conscientização, buscando transformar percepções e estimular práticas sociais de cuidado e responsabilidade. O objetivo central foi sensibilizar a comunidade cristã e o entorno sobre a realidade das pessoas em situação de rua, incentivando ações de apoio, solidariedade e participação cidadã.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável relacionados à intervenção foram:

- **ODS 1 – Erradicação da Pobreza:** o projeto atuou ao promover conscientização sobre a invisibilidade dos moradores de rua, divulgar serviços e ampliar o acesso da população vulnerável às redes de apoio social.
- **ODS 2 – Fome Zero:** contribuiu ao incentivar arrecadação de alimentos, divulgar locais que oferecem refeições e promover ações educativas sobre a fome no município.
- **ODS 10 – Redução das Desigualdades:** a ação buscou diminuir desigualdades sociais por meio da inclusão, do diálogo e da mobilização comunitária, promovendo respeito e acolhimento a um grupo historicamente marginalizado.
- **ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis:** ao incentivar ações de cuidado com pessoas em extrema vulnerabilidade, o projeto reforça a construção de uma comunidade mais acolhedora, segura e humana.

A situação-problema identificada foi:
a invisibilidade social e a falta de assistência acessível e contínua às pessoas em situação de rua no entorno da igreja e da comunidade local.

A relevância do projeto alcança três dimensões:

- **Para a formação da autora:** amplia competências em comunicação social, planejamento de ações educativas, marketing social e responsabilidade cidadã;
- **Para a instituição:** fortalece o papel social da igreja e sua presença como agente ativo no território;
- **Para os beneficiários:** promove acolhimento, acesso à informação, apoio emergencial e incentivo à dignidade humana.

3. Diagnóstico

3.1 Diagnóstico Demográfico dos Beneficiários

O público atendido foi composto por aproximadamente **50 pessoas**, sendo **30** diretamente envolvidas nas palestras, rodas de conversa e dramatizações, e outras **20** impactadas pelas ações presenciais e mobilizações externas.

O grupo beneficiário incluía **crianças a partir de 4 anos, adolescentes, adultos e idosos**, com **idade entre 4 e 70 anos**, de ambos os sexos, em sua maioria pertencentes a famílias de **baixo poder aquisitivo**. Grande parte dos participantes possui escolaridade fundamental ou média e renda limitada. A comunidade local apresenta alto índice de informalidade no trabalho e restrito acesso a políticas públicas.

Esses dados foram coletados por meio de **observação direta**, conversas com líderes comunitários e **interação presencial** durante as atividades na igreja e seu entorno.

3.2 Diagnóstico do Local da Intervenção

O projeto foi realizado na **Igreja localizada na Vila Norma**, bairro de São João de Meriti, que apresenta infraestrutura modesta, mas adequada para encontros comunitários. O espaço conta com salão amplo, cadeiras, microfone e projetor, o que permitiu a exibição de slides e dramatizações.

A região apresenta **acessibilidade limitada**, ruas estreitas e poucas áreas públicas estruturadas, o que tornou o espaço da igreja um **ponto de apoio comunitário essencial**.

Houve também **ações externas** ao redor da igreja, como entrega de café da manhã a pessoas em situação de rua, demonstrando a integração entre fé, prática e cidadania.

3.3 Pergunta Individual da Conscientização

Pergunta:

“De que forma a falta de empatia contribui para a invisibilidade das pessoas em situação de rua na comunidade de Vila Norma?”

Resposta:

Durante as observações e conversas com moradores, percebeu-se que muitos associam a situação de rua apenas à “falta de esforço” ou “escolha pessoal”, o que gera **indiferença**. Essa falta de empatia reforça o distanciamento social e a ausência de ações solidárias. Através das palestras e dramatizações, foi possível **desconstruir estigmas** e incentivar um olhar mais humano e compassivo.

4. Objetivo Geral

Promover **conscientização e empatia social** sobre a realidade das pessoas em situação de rua, estimulando a **reflexão e o envolvimento comunitário** em ações solidárias e educativas.

4.1 Objetivos Específicos

- Realizar palestras e rodas de conversa com enfoque em empatia e cidadania;
- Desenvolver dinâmicas e dramatizações sobre o tema da invisibilidade social;
- Produzir e divulgar materiais visuais (folder, vídeo e carrossel) para ampliar o alcance da mensagem;
- Mobilizar jovens voluntários para ações práticas, como a entrega de café da manhã e o diálogo com moradores em vulnerabilidade.

5. Relato Sintético da Ação Realizada

As ações foram realizadas **presencialmente** na **Igreja da Vila Norma**, localizada no município de **São João de Meriti – RJ**, polo de apoio presencial do projeto. O público principal foram **crianças, jovens e adultos da comunidade local**, com a participação de voluntários.

A metodologia utilizada envolveu:

- **Palestra expositiva** sobre empatia e o papel do cristão na sociedade;
- **Roda de conversa reflexiva**, com perguntas direcionadas e espaço de escuta ativa;
- **Dramatização inspirada na parábola do Bom Samaritano**, representando a indiferença e a solidariedade;
- **Dinâmica com adolescentes**, onde responderam perguntas sobre preconceito e empatia;
- **Ação externa**, com entrega de café da manhã a pessoas em situação de rua no entorno da igreja.

Durante a atividade, foi exibida uma **apresentação em slides** e distribuído um **folder informativo** contendo dados, endereços de apoio social e mensagens motivacionais. Também foi produzido um **vídeo e carrossel para redes sociais**, ampliando o alcance do projeto.

6. Resultados Alcançados

O projeto alcançou **cerca de 50 pessoas diretamente**, entre participantes da igreja e moradores do entorno.

Entre os resultados, destacam-se:

- A **mudança de percepção** sobre a população em situação de rua;
- O **engajamento de jovens** em ações solidárias e reflexivas;
- A **produção de materiais visuais e educativos**, ampliando o alcance da mensagem;

- A **integração entre fé e cidadania**, despertando senso coletivo de responsabilidade social.

Os objetivos propostos foram **alcançados integralmente**, com impacto perceptível tanto na **consciência dos participantes** quanto na **ação prática comunitária**.

Figura 1 – Roda de conversa e dramatização realizada na igreja



Fonte: Autores (2025)

Tabela 1 – Idade dos participantes da ação de extensão

Faixa etária	Número	Percentual
< 18 anos	10	20%
18 a 59 anos	30	60%
> 59 anos	10	20%
Total	50	100%

Fonte: Autores (2025)

7. Experiência Extensionista Discente Individual

7.1 Relato de Experiência

No projeto *Vidas Invisíveis*, desenvolvi ações presenciais como palestra para a igreja, dinâmica e roda de conversa com os jovens, dramatização para crianças e mobilização para arrecadação de alimentos e roupas. Essas atividades permitiram diálogo direto, escuta ativa e maior sensibilidade da comunidade sobre a realidade dos moradores de rua.

No ambiente online, produzi conteúdos informativos para as redes sociais da igreja, divulgando dados, fotos das ações e orientações sobre locais de assistência, ampliando o alcance e a continuidade da mensagem.

As atividades **presenciais** favoreceram maior engajamento emocional e interação imediata, enquanto as **online** facilitaram o alcance de um público maior. Os desafios também diferiram: presencialmente houve necessidade de organização logística; online, o desafio foi criar conteúdos claros e atrativos. Mesmo assim, as duas modalidades se complementaram e contribuíram para o impacto geral do projeto.

7.2 Resultados e Autoavaliação

Os principais produtos entregues foram o **folder informativo**, o **vídeo institucional**, o **carrossel de conscientização** e a **apresentação em slides**. Acredito que os objetivos iniciais foram atendidos com êxito, pois a comunidade reagiu positivamente e passou a demonstrar maior sensibilidade ao tema. Como melhoria, acredito que em futuras ações seria importante **envolver órgãos públicos ou ONGs locais**, ampliando a rede de apoio. Pessoalmente, percebo evolução na **comunicação empática e estratégica**, que é fundamental na minha área de formação.

6.3 Relação entre o Projeto e o Curso de Graduação

Como estudante de **Marketing**, pude aplicar conceitos de **comunicação social**, **comportamento do consumidor e marketing de causa**. A elaboração do folder, do vídeo e das estratégias de conscientização refletem o uso prático desses conhecimentos.

A vivência no campo trouxe uma nova compreensão sobre o **papel do marketing como ferramenta de transformação social**, e não apenas de persuasão comercial.

6.4 Contribuições para a Formação Profissional

O projeto contribuiu para o **desenvolvimento de habilidades de comunicação empática, liderança, planejamento estratégico e oratória**. A experiência me ajudou a perceber que o marketing pode ser um **instrumento de transformação e inclusão social**, e fortaleceu minha visão crítica e humanizada para a atuação profissional futura.

8. Referências

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Censo Demográfico 2022: características gerais da população e dos domicílios. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 27 nov. 2025.

BÍBLIA SAGRADA. Almeida Revista e Corrigida. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2015.

9. Anexos e apêndices

APÊNDICE A – Folder informativo produzido para o projeto (frente)

Endereços úteis

🏠 Casa de Passagem Sebastião Pacheco Gonçalves
Av. Nossa Senhora das Graças, nº 126 – Centro
Atendimento a pessoas em situação de rua.

💚 CREAS São João de Meriti – Centro
Rua São João Batista, 742 – Centro
Telefone: (21) 2756-3943 | (21) 2699-0586
Atendimento psicossocial e encaminhamento de abrigos.

💜 Igreja do Evangelho Vivo
Rua Elisário de Souza, nº 608 Vila Norma-SJM
Ações sociais, arrecadação de roupas e alimentos.

Vidas Invisíveis: Um olhar de amor sobre quem o mundo não vê

Igreja do Evangelho Vivo

Rua: Elisário de Souza nº 608 – Vila Norma – SJM

@igrejadoevangelhovivo

Deus te abençoe

VOCÊ SABIA QUE EXISTEM PESSOAS EM SÃO JOÃO DE MERITI QUE DORMEM SEM UM TETO, MAS QUE AINDA ACREDITAM NA ESPERANÇA?

@igrejadoevangelhovivo

JUNTE-SE A NÓS

Eles existem. E nós podemos enxergá-los com amor.

COMO DOAR?

- Presencialmente em nossa igreja

Material gráfico criado para divulgação das ações e objetivos do projeto.


APÊNDICE B – Folder informativo produzido para o projeto (verso)

Quem somos?

Somos uma comunidade cristã movida pela fé e pela compaixão. Queremos ser o elo entre quem precisa e quem pode ajudar.

Missão




Levar informação, amor e esperança às ruas, conectando pessoas que desejam ajudar com os locais que acolhem quem mais precisa — cumprindo o mandamento de amar o próximo como a si mesmo.




POR QUE SUA AJUDA IMPORTA?



Sua ajuda sustenta sorrisos, alimenta esperanças e reacende a fé de quem achava que não era mais visto.


Formas de se envolver

- **Serviço Comunitário**
Auxiliar na organização de eventos, campanhas de arrecadação de alimentos e programas de apoio à comunidade.
- **Mentoria e Tutoria**
Ajudar crianças, jovens e adultos com orientação sobre essa causa.
- **Planejamento de Eventos**
Apoie-nos na coordenação de campanhas de arrecadação de alimentos e roupas e conscientização.
- **Voluntariado Especializado**
Use suas habilidades profissionais para apoiar nossa missão.
- **Suporte Prático**
Participe de distribuição de refeições e assistência em abrigos.



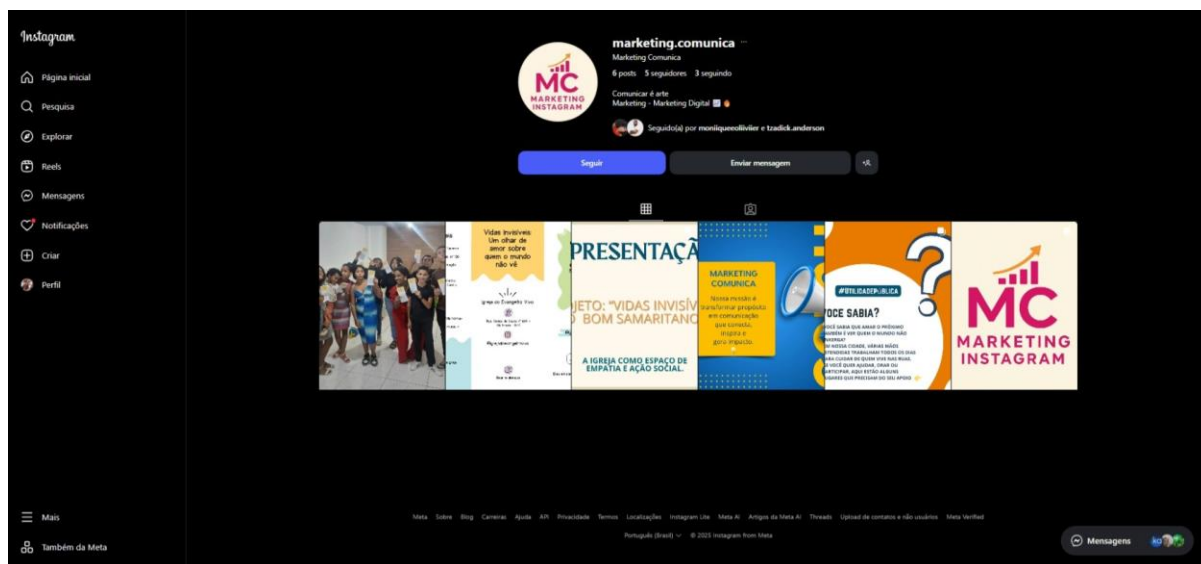
Redes sociais

Visite o Instagram da igreja
 @igrejadoevangelhovivo
ou
Visite o Instagram do Projeto
 @marketing.comunica

Entre em contato pelo WhatsApp
 (21) 99178-1187

Material gráfico criado para divulgação das ações e objetivos do projeto.

APÊNDICE C: Capturas de tela do perfil do Instagram criado para divulgar o projeto no Instagram.



Conteúdo desenvolvido para comunicação digital do projeto, divulgado no Instagram

APÊNDICE D: Este apêndice reúne as fotos referentes às palestras, dramatizações e entrega de café da manhã realizadas durante o projeto. As imagens completas podem ser acessadas em:

<https://github.com/cristinamonique16-max/Projeto-de-Extensao-UNIGRANRIO>