

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS DO PROJETO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA CAPACITAÇÃO ENTRE OS ANOS DE 2019 E 2021: DAS AÇÕES PRESENCIAIS ÀS ATIVIDADES REMOTAS DURANTE A PANDEMIA SARS-COV-2 NA UEMG – FRUTAL¹

English title: METHODOLOGICAL STRATEGIES OF THE UNIVERSITY EXTENSION PROJECT TRAINING BETWEEN 2019 AND 2021: FROM PRESENTIAL ACTIONS TO REMOTE ACTIVITIES DURING THE SARS-COV-2 PANDEMIC AT UEMG – FRUTAL

doi: [10.33726/akdpapers2447-7656v15a92023p15-32](https://doi.org/10.33726/akdpapers2447-7656v15a92023p15-32)

SOUZA, Marcela Fernanda da Paz de²
MEIRELES, Eduardo³
PEREIRA, Jackeline de Sousa⁴
SALLES, Maria Eduarda de Campos⁵
SANTANA, Valquíria Pessoa⁶
MARTINS, Mariana Silva⁷
FONTES, Thais Silva⁸
JÚNIOR, Domingues Heitor Silva⁹

¹ Projeto financiado, nos anos de 2020 (parcialmente) e 2021, pelo PROGRAMA DE APOIO A PROJETOS DE EXTENSÃO DA UEMG – PAEx/UEMG. A equipe agradece imensamente o apoio da Pró-reitoria da Extensão.

² Doutora em Ciências Sociais. Prof.^a Adjunta, na Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Docente do Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação. Líder do Grupo de Pesquisa Comunicação e Equidade/ CNPq. Contato: marcela.souza@uemg.br.

³ Doutor em Engenharia Urbana. Prof. Adjunto, na Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Coordenador do Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, e Coordenador do Curso de Engenharia da Produção. Contato: eduardo.meireles@uemg.br.

⁴ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo, na Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Contato: jacklinesousa23@gmail.com.

⁵ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo, na Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Bolsista PAEx. Contato: maria.1093943@discente.uemg.br.

⁶ Graduanda do Bacharelado em Direito, na Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Bolsista PAEx. Contato: valquiria.1093816@discente.uemg.br.

⁷ Chefe de Gabinete SEMEL. Atua no Setor de Comunicação Social. Prefeitura Municipal de Itapagipe – MG. Jornalista egressa do Curso de Jornalismo da UEMG. Contato: marianasmartins.jornalismo@gmail.com.

⁸ Graduanda do Bacharelado em Jornalismo, na Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Contato: thais-silvafontes@hotmail.com.

⁹ Jornalista Fotográfico. Ex-aluno do Curso de Jornalismo, da Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Frutal. Contato: 2juniorheitor@gmail.com.

RESUMO: O Projeto CapacitAção compreende a comunicação estratégica (no conceito de KUNSCH, 2003), como um fator motivador do desenvolvimento regional. Focaliza, nesta atividade extensionista, o papel do conteúdo transversal, extensivo e de dirigido potencial para a geração de emprego, renda, formação profissional e acesso a concursos, abrangendo as relações urbano-rurais. Cronologicamente, o projeto se desenvolveu em duas etapas, entre 2019 e 2020-2021. Metodologicamente, em seu início, o Projeto foi realizado de modo itinerante, delineando estratégias metodológicas para o desenvolvimento das atividades previstas durante o período da Pandemia de COVID-19. As ações ocorreram na UEMG – Frutal, e em escolas municipais, utilizando de modo combinado plataformas tecnológicas como a do *Google meet*. Por meio do *Facebook* e do *Instagram* houve a divulgação de cursos, concursos, seleções de emprego e vídeos sobre direitos humanos. Dentre os resultados alcançados, cabe destacar o fato de que as ações propiciaram o estímulo à autoestima e o desenvolvimento da confiança individual.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Estratégica, Capacitação Profissional, Metodologia, Extensão Universitária

ABSTRACT: The Capacitation Project understands strategic communication (in the concept of KUNSCH, 2003), as a motivating factor for regional development. It focuses, in this extensionist activity, the role of the transversal, extensive and directed content with potential for the generation of employment, income, professional training and access to tenders, covering urban-rural relations. Chronologically, the project developed in two stages, between 2019 and 2020-2021. Methodologically, at the beginning, the Project was carried out on an itinerant basis, outlining methodological strategies for the development of activities planned during the period of the COVID-19 Pandemic. The actions took place at UEMG – Frutal, and in municipal schools, using technological platforms such as Google meet in a combined way. Through Facebook and Instagram, courses, competitions, job selections and videos on human rights were disseminated. Among the results achieved, it is worth mentioning the fact that the actions encouraged self-esteem and the development of individual confidence.

KEYWORDS: Strategic Communication, Professional Training, Methodology, University Extension

INTRODUÇÃO

No Projeto CapacitAção (a escrita assim estilizada se refere à identidade visual elaborada para o Projeto), ao mesmo tempo em que se compreende a comunicação estratégica (KUNSCH, 2003), também é tida como uma ferramenta fundamental e, quando utilizada estrategicamente, pode gerar bons resultados simbólicos, humanos e financeiros (REGO, 2010).

Conforme Ciro Marcondes Filho (2014), "a comunicação ocorre na interação entre duas pessoas, nos diálogos coletivos, onde este novo tem chance de aparecer, mas ocorre igualmente em ambientes de relacionamento virtual" (FILHO, 2014, p. 88). Por sua vez, compreendendo a estratégia como uma maneira de integrar, no âmbito de um processo decisório, lança-se mão de componentes socioeconômicos, culturais e empresariais para realizar, de maneira técnica, objetivos (MINTZBERG, 2009), donde tem-se que a comunicação, nesta interação presencial ou virtual, pode ser um importante componente a ser empregado na execução de planejamentos individuais ou empresariais (KUNSCH, 2003).

Esta proposta de prática extensionista se insere em uma das dimensões basilares da Universidade, que é a de promover continuamente o diálogo com a comunidade, propiciando aos cidadãos uma ação humana e profissional, dotada de reconhecimento e de significado, por meio da extensão desenvolvida na Instituição.

Com o objetivo de fortalecer a extensão na UEMG, o projeto seguiu as diretrizes da Política Nacional de Extensão, em seus quatro eixos: a) Impacto e transformação; b) Interação dialógica; c) Interdisciplinaridade; e, c) Indissociabilidade do trinômio 'ensino', 'pesquisa' e 'extensão' (Política Nacional de Extensão Universitária, 2012).

A proposta executada teve forte cunho interdisciplinar, visto que abrangeu as seguintes áreas temáticas principais: Comunicação e Trabalho. Já as classificações das ações de Extensão Universitária se enquadraram nos segmentos da Comunicação Estratégica; do Emprego e Renda, e no âmbito das Metodologias e estratégias de ensino.

O Projeto de extensão desenvolvido durante os anos de 2019 e 2021, apresentou dois momentos fulcrais: o primeiro, realizado numa Proposta de Execução em Edital sem Bolsa, desenvolvido no ano de 2019, de forma itinerante, na cidade de Frutal – MG, e na Unidade física da UEMG. O segundo, nos anos 2020 (parcialmente) e em 2021, já com o fomento do Programa Institucional de Apoio à Extensão – PAEx/UEMG.

A segunda etapa, por sua vez, foi compreendida nos dois anos

subsequentes. Esta fase, metodologicamente, propunha ao incremento de atividades itinerantes nas cidades limítrofes de Frutal. Entretanto, com o advento da Pandemia de COVID-19, as ações tornaram-se concentradas nas mídias sociais, sobretudo no *Instagram*, no *Facebook*, e na Plataforma *Google meet*.

METODOLOGIA

O Projeto CapacitAção apresentou sua primeira edição, no ano de 2019, no Edital Sem Bolsa, com o título “Elaboração de currículo e Comunicação e Oratória no trabalho: vivenciando conhecimentos em Frutal, MG”, registrado no sistema operacional SIGA / Extensão da UEMG, sob nº 9793.

O objetivo do projeto era o de promover minicursos gratuitos, que versassem sobre oratória, elaboração de currículo, buscando contribuir para elevar a empregabilidade dos participantes. Além disso, pretendia-se disponibilizar informações para o bem-estar físico dos cursistas, capacitá-los para as seleções de emprego, contribuir com as políticas de geração de emprego e de renda, auxiliar nas relações de comunicação comunitárias e no ambiente de trabalho.

Neste sentido, as voluntárias do Projeto vieram do Curso de Jornalismo, as discentes Jackeline de Sousa Pereira; Mariana Silva Martins; Thais Silva Fontes e o aluno Domingues Heitor Silva Júnior.

Em 11 de março de 2020, a OMS – Organização Mundial de Saúde, decretou a COVID-19 como uma Pandemia. Com a emergência na saúde pública, decretaram-se inúmeras medidas de combate ao vírus e o distanciamento e o isolamento sociais tornaram-se alternativas para se evitar a propagação da doença.

Nesta segunda etapa, inicialmente, o Projeto Capacitação – “Com o objetivo de abranger os potenciais participantes, viabilizando a realização dos minicursos, a capacitação de forma itinerante nas regiões do município e nas cidades circunvizinhas” – desenvolveria as atividades de forma presencial, dentro do Estado de Minas Gerais, nas cidades de: Fronteira, Planura,

Pirajuba, Campo Florido, Comendador Gomes e Itapagipe. Contudo, durante a Pandemia, as atividades de extensão se concentraram no *Facebook*, *Instagram* e *Google meet*.

As bolsistas do Projeto, com o financiamento do PAEx, foram as alunas Maria Eduarda do Campos Salles, do curso de Jornalismo, e Valquíria Pessoa Santana, do bacharelado em Direito. Como voluntário, também nesta segunda etapa, atuou o aluno Domingues Heitor Silva Júnior.

O Projeto capacitação, na sua nova fase, obteve a aprovação do Edital 01/2020 PAEx, com o título "Comunicação como estratégia para a geração de emprego, atendimento ao público e fortalecimento do pequeno comércio, prestação de serviços e cooperativas: da comunicação e oratória ao planejamento das mídias sociais", com o registro no SIGA / Extensão / UEMG, nº 12439.

Entretanto, o mesmo foi pausado temporariamente pela Universidade, antes mesmo da implementação, para que as urgentes adaptações metodológicas extensionistas fossem realizadas, bem como um mapeamento das novas demandas comunitárias em um contexto pandêmico.

Diante deste desafio pandêmico, fez-se todo um ajuste das atividades de pesquisa, de ensino e de gestão universitárias. Assim, no segundo semestre de 2020, o projeto recebeu seu novo desenho de execução totalmente *online*.

No ano de 2021, com o Edital PAEx 01/2021, submeteu-se o Projeto, já com as adaptações metodológicas (Quadro 1), prevendo-se a "Comunicação como estratégia para a geração de emprego, atendimento ao público e fortalecimento do pequeno comércio, prestação de serviços e cooperativas: da comunicação e oratória ao planejamento das mídias sociais", com o registro no SIGA / Extensão / UEMG, nº 14565.

As bolsistas do Projeto, neste instante, foram a Maria Eduarda de Campos Salles e a Valquíria Pessoa Santana.

O percurso metodológico da extensão apresentou a seguinte delineação, em cada um dos dois períodos (Quadro 1):

Etapas	2019	2020-2021
Fase I Delineação das atividades	Levantamento bibliográfico nos periódicos especializados em práticas de extensão; Estudo da Política Nacional de Extensão Universitária. Estabelecimento de parcerias para a divulgação dos minicursos: Secretaria Municipal de Ensino, Associação Comercial e Industrial de Frutal e Câmara de Dirigentes Lojistas de Frutal (Acif CDL – Frutal, M.G.), veículos de comunicação da cidade como rádio, TV, Internet, Mídias Sociais Agendamento dos minicursos.	Levantamento bibliográfico – <i>Scielo</i>, banco de teses e de dissertações da Capes, Revistas e Atividades de Extensão; Plataforma Sucupira – Área de concentração Comunicação e Biblioteconomia; Revisão bibliográfica da temática dos minicursos e do Estudo da Política Nacional de Extensão Universitária; Estabelecimento de parcerias para a divulgação dos minicursos; Agendamento dos espaços nos quais os cursos seriam realizados junto às instituições públicas e privadas parceiras.
Fase II Delineação das atividades	Divulgação dos minicursos; Elaboração de material didático – linguagem imagética; <i>links</i> de sites de formação na área do curso, reportagens e vídeos de domínio público; Criação da página do <i>Facebook</i> para a inscrição dos minicursos; postagens de emprego e de concursos públicos; Abertura das inscrições para a realização dos minicursos: telefone, <i>WhatsApp</i> e/ou na própria Unidade UEMG.	Divulgação no município sede e nas cidades circunvizinhas; Preparação e redação das cartilhas; As cartilhas seriam didáticas, com textos curtos, objetivos, utilizando-se de uma linguagem imagética e com <i>links</i> de sites de formação na área do curso, reportagens e de vídeos de domínio público; Criação da página do <i>Facebook</i> para a inscrição dos cursos e para a disponibilização gratuita do material; Criação da página do <i>Instagram</i> para a divulgação das fotos e das demais ações relacionadas ao projeto. A página do <i>Instagram</i> seria vinculada à página do <i>Facebook</i>; Abertura das inscrições para a realização dos minicursos – via <i>Facebook</i>, <i>Instagram</i>; <i>WhatsApp</i>; instituição parceira; presencialmente no setor de inscrição da Universidade do Estado de Minas Gerais e/ou com algum integrante do Projeto.

Fase III Realização dos Minicursos	A realização dos cursos ocorreu na UEMG – Frutal e de forma itinerante, em duas comunidades. As sedes, neste caso, foram as escolas municipais	Realização de 03 encontros em cada minicurso: Comunicação e Oratória; Atendimento ao Público; Comunicação Organizacional; Planejamento das mídias sociais.
	Minicursos Ministrados:	Número total de encontros: 12 Número previsto do público-alvo por turma: no máximo 35 inscritos por turma. Número total previsto de participantes: 420.
	Elaboração de currículos <i>lattes</i> (alunos externos à UEMG)	
	Comunicação e Oratória no trabalho	

QUANTO À ORIENTAÇÃO DE BOLSISTAS

Na primeira etapa do Projeto, as reuniões foram realizadas semanalmente, no horário do intervalo de aula regulares da Graduação. Como as participantes trabalhavam durante o dia, os encontros ocorreram à noite. Já, no período da Pandemia, as reuniões de orientação do Projeto se deram semanalmente ou quinzenalmente, via Plataforma TEAMS. As reuniões foram gravadas para o registro das atividades.

RESULTADOS

ETAPA 1

Realizou-se uma parceria entre a UEMG/Unidade Frutal, por meio da docente Coordenadora do Projeto, a Associação Comercial e Industrial de Frutal/Câmara dos Dirigentes Lojistas e a Prefeitura Municipal de Frutal, viabilizada pela Secretaria Municipal de Educação, com o objetivo de realizar minicursos com os conteúdos preparatórios para a população.

De maneira concomitante, elaborou-se a criação da identidade visual do Projeto. Para comunicar o objetivo central, que é de preparar as pessoas para o mercado de trabalho, fortalecendo o intuito de destacar a palavra Ação, obteve-se o seguinte *design*:

CAPACITAção

Imagem 1: Identidade Visual do Projeto

Com a efetivação da parceria e a criação da identidade visual, construiu-se uma *fanpage* para o projeto, no *Facebook* (2) e no *Instagram* (8), com o nome “CapacitAção”, porque os minicursos teriam como objetivo capacitar pessoas para o mercado de trabalho.

Com as *fanpages* efetivamente *online*, o próximo passo foi o da divulgação das mesmas, pois serviram como um portal de comunicação entre as autoras do Projeto e a comunidade. Para ajudar no compartilhamento, a equipe do Projeto realizou o sorteio, ao vivo, de um *planner* e de uma luminária. Para participar do sorteio, era necessário marcar um amigo e compartilhar a página.

Destaca-se, também, o apoio da mídia local e regional que, através de rádio, *blogs*, jornais impressos e redes sociais, disponibilizaram gratuitamente o espaço necessário para a divulgação dos cursos.

As redes sociais do Projeto foram instrumentos estratégicos para as postagens das oportunidades de emprego, dos editais de concursos públicos e de processos seletivos, a divulgação dos minicursos disponibilizados pelo Projeto, além de *posts* estratégicos com imagens ou vídeos elaborados especialmente para a *fanpage*, com temáticas relacionadas aos direitos humanos como, por exemplo, o Holocausto, a discriminação racial, a xenofobia, os direitos da comunidade LGBT e, também, sobre datas comemorativas e mês de conscientização sobre o câncer de mama e o câncer de próstata (imagem 4).

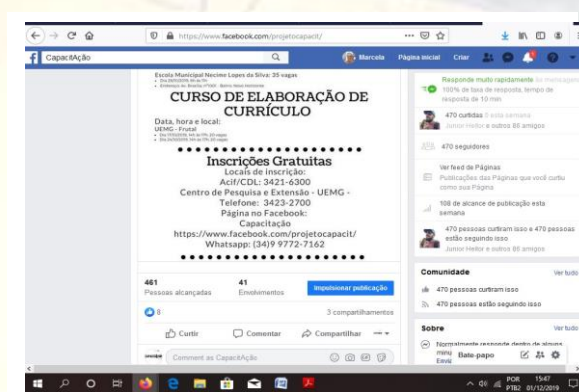
1



2

Prova Objetiva	Conhecimentos Gerais
- Agente de Sanamento I	- Língua Portuguesa
- Agente de Sanamento II	- Matemática
- Agente de Sanamento III	- Legislação
- Noções de Informática	- Conhecimentos Específicos
- Conhecimentos Específicos	- Conhecimentos Específicos
- Prova Objetiva	- Conhecimentos Gerais
- Conhecimentos Gerais	- Língua Portuguesa
- Matemática	- Matemática
- Legislação	- Legislação
- Noções de Informática	- Conhecimentos Específicos
- Conhecimentos Específicos	- Conhecimentos Específicos
- Prova Objetiva	- Conhecimentos Gerais
- Conhecimentos Gerais	- Língua Portuguesa
- Matemática	- Matemática
- Legislação	- Legislação
- Noções de Informática	- Conhecimentos Específicos
- Conhecimentos Específicos	- Conhecimentos Específicos
- Prova Objetiva	- Conhecimentos Gerais

3



4



Grupo de Imagens: 1 – *fanpage* do Projeto Capacitação: Capa. 2 – Divulgação de Processo Seletivo; 3 – Propaganda do Curso Comunicação e Oratória. 4 – Logo com o símbolo da Campanha 'Setembro Azul'.

REALIZAÇÃO DOS MINICURSOS

Eta 1 – Comunicação e Oratória para o mercado de trabalho

As atividades relacionadas ao minicurso “Comunicação e Oratória” são importantes, pois preparam os cursistas para uma auto apresentação verbal consistente e de melhorar a postura durante as entrevistas, além de colaborar para a atuação nas áreas de venda e de *marketing*, impulsionando o desenvolvimento profissional (MENDES, 2017). Entretanto, muito foram os

desafios para se colocar em prática um processo comunicativo eficaz e uma oratória com desenvoltura.

Diversas pesquisas no campo da comunicação apontam que a maioria das pessoas, que configuram os agentes da comunicação interpessoal, possuem algum tipo de dificuldade para se comunicar bem, afetando diretamente seus relacionamentos, seu aprendizado ou os projetos ligados à vida pessoal ou profissional (FÁVERO, 2009, p. 07).

A oficina “Comunicação e Oratória para o Mercado de Trabalho” apresentou a duração de 03 horas, e foi disponibilizada para duas regiões da cidade. Por ser itinerante, o curso contou com a parceria da Secretaria Municipal de Educação, com a cessão das escolas no turno do sábado, na parte da tarde, entre 14h e 17h.

As duas oficinas aconteceram nos dias 05 e 19 de outubro de 2019, respectivamente. Entre os público-alvo, havia profissionais liberais, como cabeleireiras, vendedores autônomos, estudantes universitários, pessoas à procura de uma posição no mercado de trabalho, vendedores e atendentes em consultórios.

O Projeto CapacitAção realizou uma parceria com a Guarda Mirim da cidade. Com isso, foi ministrado, no dia 07 de outubro de 2019, mais uma turma da oficina de “Comunicação e Oratória para o Mercado de Trabalho”, para 31 jovens integrantes do órgão.

Ementa: Apresentação dos conceitos principais sobre comunicação e oratória. Como utilizar a oratória para inserção e permanência no mercado de trabalho. Prática de oratória: apresentação, voz, fala, gesticulação e contato visual.

Recursos didáticos: Material ilustrativo, com *link* para vídeos de domínio público no *YOUTUBE* e no *site* do SEBRAE. Quadro e pincel.

Número de oficinas ministradas: 02

Datas e números de participantes: 05/10/2019; 19/10/2023; 07/10/2019:
31 participantes da Guarda Mirim.

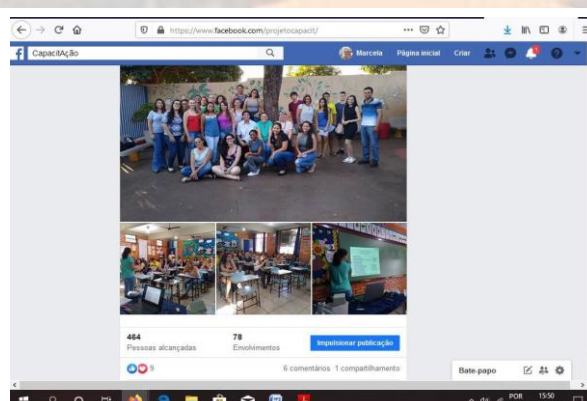
Local de realização do minicurso: Laboratórios I e II da UEMG – Unidade Frutal.

Local de realização do minicurso: O minicurso foi realizado de forma itinerante, em duas regiões da cidade de Frutal.

5



6



Grupo de Imagens: 5 – Minicurso e visita na UEMG – Guarda Mirim. 6 – Curso ministrado para a comunidade, no espaço cedido pela Secretaria Municipal de Educação

A elaboração de um currículo claro e objetivo, e uma boa preparação para apresentá-lo na hora da entrevista, pode ser determinante para a inserção no mercado de trabalho. Por esta razão, o minicurso se baseou em demonstrar as informações que são realmente necessárias, os distintos formatos de currículo, o tipo adequado para as diferentes oportunidades de seleção. Outro aspecto do curso, foi o de abordar como discorrer sobre os tópicos do currículo diante dos entrevistadores.

Um currículo que demonstre as experiências profissionais e/ou atividades voluntárias, no caso de algumas empresas que consideram este diferencial nos candidatos, é justificada, em razão dos dados que demonstram algumas estatísticas, a partir das quais se nota que 80% dos currículos recebidos pelas empresas, simplesmente vão para o lixo, 15% vão para o arquivo, e, somente 15% são chamados para entrevistas (“30% dos recrutadores afirmam que eliminam currículo em até 10 segundos, diz pesquisa”. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2019/04/16/30percent-dos-recrutadores-afirmam-que-eliminam-curriculo-em-ate-10-segundos-diz-pesquisa.ghtml>, 2019).

Ementa: Importância do currículo. Erros ao se elaborar um currículo. Dados para a elaboração do currículo. Perfil do empregador.

Recursos didáticos: Cartilha com o processo da elaboração do currículo. Quadro e pincel. *Datashow*. Computador com *internet* para o manuseio dos cursistas, facilitando o treino das informações básicas.

Número de oficinas ministradas: 02.

Datas e números de participantes: 15/10/2023 – 03 alunos; e, 07/11/2023 – 06 cursistas.

Local de realização do minicurso: Laboratórios I e II da UEMG – Unidade Frutal.

Os participantes aprenderam a fazer o currículo *lattes* e uma conta e preenchimento da mesma na página da rede *LinkedIn*.

Após a realização dos dois minicursos, produziram-se os certificados de participação dos respectivos cursos. Ao todo, foram confeccionados 91 certificados.

O projeto apresentou impactos substanciais nos acessos e no compartilhamento de cursos e de formação, além de muitas publicações de seleções para oportunidade de emprego, o que ampliou a possibilidade de empregabilidade e de desenvolvimento.

Etapas 2 – Das atividades presenciais às oficinas remotas

Com a Pandemia do vírus SARS-CoV-2, causador da COVID-19, o Projeto proposto era o da realização dos cursos itinerantes, em Frutal, e nas cidades limítrofes. O novo rumo do Projeto, totalmente online apresentou a seguinte configuração:

Em 2020, a rede social CapacitAção – facebook.com/projetocapacit – possuía 521 seguidores. Em relação às postagens, do dia 18 de agosto até o dia 13 de outubro de 2020, houve 107 publicações. Estas variavam entre

ofertas de emprego em Frutal e/ou região, cursos online gratuitos, editais de concursos públicos.

A página também divulgava temas de interesse social relacionados à saúde – câncer de mama, atividades físicas, prevenção ao suicídio e sobre a Pandemia, meio ambiente, segurança e datas como Dia Internacional de Lembrança do Holocausto, Dia da Consciência Negra, Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa. No caso do Dia da Consciência Negra, nós disponibilizamos um vídeo gravado especialmente para o Projeto, cujo apresentador foi um discente do Curso de Jornalismo, que falou sobre os desafios da comunidade negra nos dias atuais.

A rede social Instagram – @projetocapacit (8) – era vinculada à conta do Facebook – e possuía um QRCode (9) para facilitar a procura da página, trazendo uma ferramenta moderna, de fácil acesso e versátil.

Os posts eram realizados de duas a três vezes ao dia. Realizaram-se, também, a “Cartilha Oficina de Gestão de Mídias Sociais” e os vídeos para a publicação online. Em razão das exigências sanitárias de distanciamento social, as reuniões de acompanhamento das etapas e da elaboração das ações de trabalho eram realizadas via Plataforma TEAMS, semanalmente ou quinzenalmente.

7



8



9a



9b



Grupo de Imagens: 7 – Instagram do CapacitAção. 8 – QRCode do Instagram. 9a e 9b – “Cartilha Gestão de Mídias Sociais”.

Os cursos, no período da Pandemia, aconteceram via Google Meet. Os horários variaram conforme a demanda e os públicos-alvo.

10



11



Grupo de Imagens: 10 e 11 – Cartazes de Divulgação dos minicursos na segunda etapa do Projeto.

Quanto ao Atendimento ao Público – 04h

Ementa: Atendimento ao público interno e externo. Contato pessoal, telefônico e eletrônico.

Quanto à Organização de agenda e de atividades diárias

Recursos Didáticos: Tecnologias da Comunicação. *Slides*. Vídeo. Som.
Recursos Imagéticos. Estudos de Caso.

Número de oficinas ministradas: 03.

Datas e números de participantes: 26/03/2021 – 26 participantes;
27/03/2021 – 11 cursistas; 22/04/2021 – 26 pessoas – Guarda Mirim.

Local de realização do minicurso: Plataforma *Google Meet*.

Quanto à Organização e Planejamento de Atividades – 04h

Número de oficinas ministradas: 01.

Datas e números de participantes: 15/05/2021 – 12 cursistas.

Local de realização do minicurso: Plataforma *Google Meet*

Prática de Comunicação Organizacional/Comunicação Interna – 04h

O curso de “Comunicação Organizacional” foi ministrado pela docente e pesquisadora, Rose Mara Vidal de Souza.

Ementa: Comunicação administrativa: normas, manuais e documentos.
Comunicação interna: jornal mural, boletins, *Intranet*, *blog* corporativo, rede social corporativo.

Recursos Didáticos: Tecnologias da Comunicação. *Slides*. Vídeo. Som.
Recursos Imagéticos. Estudos de Caso.

Número de oficinas ministradas: 01.

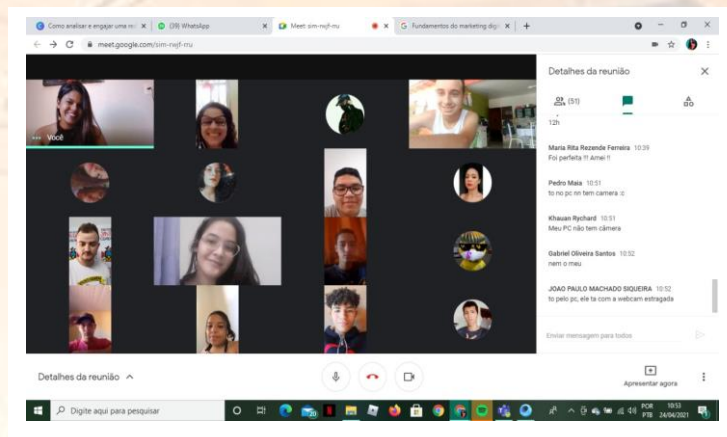
Datas e números de participantes: 19/06/2021 – 06 cursistas.

Local de realização do minicurso: Plataforma *Google Meet*.

Quanto ao Planejamento e gestão de mídias sociais – 04h

A formação foi ministrada pela Assessora de Comunicação, Suila Camargos Maurício. No período do curso, a ministrante pertencia ao quadro de estudantes na UEMG – Frutal, cursando o bacharelado de Jornalismo.

12



Ementa: Plano. Meta. Objetivo. Concorrência. Público-Alvo. Plataformas.

Recursos Didáticos: Tecnologias da Comunicação. Slides. Vídeo. Som.

Recursos Imagéticos. Estudos de Caso.

Número de oficinas ministradas: 01.

Datas e número de participantes: 24/04/2021 – 39 pessoas.

Local de realização do minicurso: Google Meet (Imagem 12, acima).

A segunda etapa do Projeto apresentou a sua relevância em oferecer respostas à necessidade do aperfeiçoamento em comunicação, de modo estratégico, necessário para o aumento da empregabilidade, da fidelização do cliente, do *branding* e da utilização das mídias sociais para a comunidade demandante de emprego, atuantes no comércio.

E, não apenas a este público, mas, também, aos pequenos cooperados e associativistas urbanos e rurais, às famílias que produzem o seu artesanato e sua produção de alimentos e que, muitas vezes, desconhecem a potencialidade de uma boa oratória, do atendimento, da reputação da marca e do uso planejamento de mídias (SISSORS; BUMBA, 2001), tais como o *Facebook* e o *Instagram* (ROSA; COUTO, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS – DISCUSSÕES DAS PRÁTICAS EXTENSIONISTAS

O Projeto CapacitAção foi recebido de forma acolhedora pela Universidade e pela comunidade. Os *feedbacks* dos cursistas foram muito positivos. Os minicursos, por estarem especialmente voltados para a preparação para o mercado de trabalho, poderão ser um fator motivador para os participantes realizar uma formação técnica e/ou superior. Outro aspecto importante, se refere à soma das ações já realizadas por programas sociais que possuem, entre os objetivos, promover e impulsionar a entrada no mercado de trabalho. As ações propiciaram o estímulo à autoestima e o desenvolvimento de confiança individual.

Como resultado, vemos que os cursistas amadureceram quanto à percepção que os atores têm de cidadania, e da importância da Universidade em uma experiência comunitária e integrada à região em que vivem. Entre os participantes, estavam presentes cursistas que do Ensino Básico, Superior, Pós-graduação, servidores públicos. Entre os cursistas, havia participantes de cidades mineiras como Frutal, Comendador Gomes, Fronteira, Itapagipe, e de Estados como o do Tocantins, Paraná, Espírito Santo e São Paulo.

Quanto aos resultados para a UEMG, por meio das práticas construtoras do conhecimento junto ao público demandante de oportunidades de emprego, vê-se que a Universidade pode aperfeiçoar, direcionar e descobrir novas formas de desenvolver metodologias e técnicas de extensão. A Universidade solidifica a importância do seu papel de instituição interventora em Áreas de Especial Interesse Social, indicando caminhos de extensão e a própria a implementação de políticas públicas.

Como resultado positivo para os discentes envolvidos no Projeto, houve o aperfeiçoamento no processo de pesquisa e de levantamento bibliográfico sobre a extensão; aperfeiçoaram o conhecimento sobre o relacionamento com o público e quanto à organização de agendas profissionais; eles aperfeiçoaram as atividades de monitoria em minicursos; adquiriram conhecimento

profissional na área de educação e comunicação; desenvolveram habilidades relacionadas à construção e ao monitoramento de mídias sociais (*Facebook* e *Instagram*); aprenderam a produzir e criar material gráfico de divulgação, a diagramar material didático e Cartilha; e, enfim, o aprimoraram os releases e os textos para o *Facebook* e o *Instagram*.

REFERÊNCIAS

FÁVERO, Jansen. *7 Atitudes Práticas Para se Comunicar Bem*. Editora: Jansen Fávero, 2009.

FILHO, Ciro Marcondes. *Comunicação*. In: (org.). FILHO, Ciro Marcondes. *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2014.

FÓRUM DE PRÓ-REITORES DAS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO SUPERIOR BRASILEIRAS. *Política Nacional de Extensão Universitária*. UFSC, FORPROEX: Manaus, 2012. 68p.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MENDES, Eduardo. *Oratória como ferramenta para o desenvolvimento profissional*. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/noticias/negocios/oratoria-como-ferramenta-para-o-desenvolvimento-profissional/122542/> Acesso em: 30 de março de 2019.

MINTZBERG, Henry *et al.* *O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados*. Porto Alegre: Artmed, 2007.

REGO, Francisco Guadêncio Torquato. *Tratado de Comunicação Organizacional e Política*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

ROSA, Cláudio Afrânio; COUTO, Gustavo Marques. *Guia do Bootcamper: Mindset Empreendedor*. Belo Horizonte: Sebrae Minas, 2016.

SISSORS, Jack Zanville; BUMBA, Lincoln. *Planejamento de mídia: aferições, estratégias e avaliações*. São Paulo: Nobel, 2001.