CT&I e SOCIEDADE
XVIII SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
XV JORNADA DE PESQUISA
XI JORNADA DE EXTENSÃO
4 a 8 de OUTUBRO de 2010
UNIJUÍ UNIVERSIDADE REGIONAL

O IMPACTO SOCIAL DO PROGRAMA A UNIÃO FAZ A VIDA NA CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA NA COMUNIDADE[1]

Cristiele Tomm Deckert[2], Jorge Oneide Sausen[3]. UNIJUÍ

Este projeto visa estudar como se procede a comunicação organizacional nas cooperativas, enquanto organizações socialmente responsáveis com as comunidades onde atuam, no caso desta pesquisa, estudar os princípios que norteiam o corpus: cooperação e cidadania. Especificamente, detém-se na análise da comunicação organizacional usada pela Cooperativa de Crédito Celeiro, Sicredi de Três Passos, através do programa A União Faz a Vida. Com base nas verificações dessa análise, o trabalho procura identificar como procede a comunicação organizacional usadas pelas cooperativas, enquanto organizações preocupadas em promover o desenvolvimento socioeconômico justo e despertar a consciência da cidadania na comunidade onde atuam. Com o objetivo geral de estudar o Impacto social do programa A União Faz a Vida na construção da cidadania na comunidade, esta pesquisa será desenvolvida na dissertação de Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí em 2010/2011. Entre os objetivos específicos constam: edificar um quadro referencial teórico acerca do conceito de cooperativismo e cidadania, princípios que orientam o Programa; realizar um comparativo entre o Brasil e a Alemanha; identificar quais os fatores que dificultam/facilitam o processo de comunicação e propor alternativas para que a aplicação dos conceitos de cooperativismo e cidadania ocorra de forma mais eficiente; traçar a importância do programa A União Faz a Vida para o desenvolvimento regional; e, identificar se as cooperativas utilizam e quais são as ferramentas de comunicação usadas. A presente proposta de estudo tem sua justificativa na busca da comunicação organizacional da Sicredi, mas especificamente do programa A União Faz a Vida, considerando que este tem como objetivo principal construir e vivenciar atitudes e valores de cooperação e cidadania, por meio de práticas de educação cooperativa, contribuindo para a educação integral de crianças e adolescentes. E ainda, devemos considerar que os meios de comunicação de massa de certa forma reorganizam a sociedade, e as organizações cooperativas devem se utilizar destas ferramentas para trabalhar com seus públicos conceitos, principalmente de cidadania e cooperativismo. A comunicação organizacional serve para harmonizar a comunicação externa e interna da organização, ou seja, valorizar indivíduos, construir novos valores, e principalmente criar um clima motivador. A metodologia aqui descrita tem abordagem qualitativa, sendo o corpus da pesquisa, o Programa A União Faz a Vida da Sicredi. Segundo Minayo (2004) a pesquisa qualitativa procura estabelecer níveis de realidade que não podem ser considerados quantificados, pois trabalha com o universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes. Este trabalho pretende ampliar e aprofundar a fundamentação teórica já iniciada no anteprojeto e realizar uma pesquisa de campo sobre o estudo de caso proposto.

1 Projeto de pesquisa realizado no curso de Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí

2 Mestranda em Desenvolvimento pela Unijuí. Bolsista Capes da Fundação Getúlio Vargas/RJ. Jornalista e voluntária no Projeto Gestão Social e Cidadania. E-mail: cristieledeckert@hotmail.com.

3 Orientador do projeto de dissertação. Coordenador e docente do Mestrado em Desenvolvimento da Unijuí. E-mail: josausen@unijui.edu.br