Projetos sociais visam conquistar a classe C

Vivo, Suvinil, Cavalera, Tigre e Votorantim Cimentos vão aplicar R$ 1,8 milhão na reforma do Parque Santo Antônio (SP)

Natália Flach
nflach@brasileconomico.com.br

Sob a regência do designer Marcelo Rosenbaum, diversas empresas estão se unindo para mudar o que hoje é o Parque Santo Antônio, localizado na zona sul da capital paulista. Mas, diferentemente de projetos assistencialistas, o "A gente transforma" é um meio de cada uma das patrocinadoras se comunicar com consumidores das classes C, D e E, moradoras do bairro.

Segundo Rosenbaum, será investido R$ 1,8 milhão para pintar as casas da comunidade e construir uma biblioteca, além de outras ações de transformação social. Na lista de patrocinadores estão Vivo, Suvinil, STB, Cavalera, Votorantim Cimentos e Tigre. Rosenbaum acrescenta que estão em negociação uma parceria com uma fabricante internacional de materiais esportivos — para fornecer uniformes a 35 equipes de futebol da região — e com uma siderúrgica, que pretende doar as traves para o campinho, única área de lazer do parque.

"Por enquanto, o projeto não é financeiramente sustentável, porque ainda demanda muito investimento. Mas vejo um grande futuro, esse é um caminho necessário e inclusivo."

O projeto chamou atenção do poder público mesmo antes da semana "mão na massa" ser realizada — quando alunos de arquitetura de todo o Brasil e da Inglaterra vão ajudar a pintar as casas da comunidade e a construir a biblioteca. O Ministério da Integração demonstrou interesse em resolver o problema do córrego que perpassa o bairro Campo Limpo, que compreende o Parque Santo Antônio.

A partir de um jogo virtual, estão sendo selecionados 30 estudantes universitários que ajudarão nas reformas, durante o "mão na massa", previsto para ser realizado em julho. Os custos da vinda dos alunos serão financiados pela STB. Segundo Cris Bicalho, diretora executiva da empresa de intercâmbio, além fornecer recursos financeiros, a companhia está contribuindo com expertise. "Vamos preparar os jovens para encarar esse desafio", diz. "Não estamos fazendo isso porque queremos passar uma imagem de bonzinho. O nosso retorno tem sido o contato com os universitários. Queremos entender ainda mais o jovem e o que ele busca. A classe C, sem dúvida, tem viajado mais, mas ela ainda não é nosso potencial cliente", afirma Cris.

> "Por enquanto, o programa não é financeiramente sustentável porque ainda demanda grande investimento. Mas vejo um grande futuro. Esse é um caminho necessário e inclusivo
>
> **Marcelo Rosembaum**

O próximo passo do programa será a transformação de 100 moradores em técnicos da Suvinil, que serão cadastrados em um banco de dados das lojas que vendem os produtos da marca. Segundo Míriam Zancheta, gerente de marketing da fabricante, "todo mundo que vai participar do programa é potencial consumidor". Ela se refere aos pintores que serão capacitados, aos estudantes de arquitetura e à própria comunidade.

"Em 2009, fizemos uma pesquisa de mercado para entender o que as classes C e D queriam. Descobrimos que uma tinta que vendíamos tinha uma cobertura fina demais e que precisava ficar mais consistente", diz. "Estamos atrás desse contato." As casas do entorno do campo de futebol vão ganhar novas cores por causa da Suvinil. "Investimos nas tonalidades fortes porque, segundo pesquisas, são as preferidas pelas classes C e D."

A parte tecnológica está por conta da Vivo, que investiu R$ 250 mil em recursos financeiros diretos. "O que nos atraiu foi a possibilidade de criar uma forma diferente de nos relacionar com a comunidade e promover, assim, uma melhoria na vida delas", afirma Luis Fernando Guggenberger, consultor de responsabilidade socioambiental da Vivo. Por isso, a operadora vai patrocinar a instalação de 20 laptops com placas 3G no telecentro que ficará dentro da biblioteca. "Além disso, fizemos uma parceria com a Motorola e vamos fornecer 30 celulares com câmeras de 5 megapixels para a produção de videoarte." ■

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 15 jun. 2010, Primeiro Caderno, p. 26.