



Fortalecimento da Imagem Institucional dos Bombeiros Voluntários de Caçador

Emanuely Camargo / emanuely.c12@aluno.ifsc.edu.br ¹

Felipe Camara / felipe.cp2007@aluno.ifsc.edu.br ²

Mônica Maria Liberato / prof.monicaliberato@gmail.com ³

Eduardo Guedes Villar / eduardo.villar@ifsc.edu.br ⁴

EDITAL 08 DG/CDR (Apoio a Projetos de Ensino, Pesquisa e Extensão - Campus Caçador)
Trabalho de Extensão

DT 5 - Saúde, Qualidade de Vida, Alimentação e Bem-Estar Social

Resumo

O objetivo deste projeto é apresentar uma proposta para ampliar a visibilidade do Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador, buscando fortalecer sua imagem perante a comunidade e aumentar o conhecimento da população sobre suas atividades. A metodologia adotada é de natureza aplicada, com abordagem qualitativa, baseada na realização de uma entrevista semiestruturada, conduzida in loco, com uma bombeira voluntária. Como resultado, foi elaborada uma proposta de marketing social que contempla as seguintes ações prioritárias: (1) campanhas de conscientização; (2) teatro de fantoches educativo; (3) realização de jantares e eventos; e (4) campanhas de doação. Com isso, é possível ampliar o reconhecimento da instituição e estimular a arrecadação de doações para a sustentabilidade dos bombeiros voluntários.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Fomento; Responsabilidade social.

Introdução

A valorização do trabalho voluntário e a aproximação com a sociedade contribuem para o fortalecimento institucional e para o engajamento social. Estudos indicam que o vínculo entre bombeiros voluntários e a comunidade está diretamente relacionado à percepção de confiança e relevância social da instituição (Mata, 2022).

Atualmente, a corporação dos bombeiros voluntários de Caçador (SC) conta com apoio da prefeitura municipal para o custeio de despesas básicas, como água e energia, além de oferecer suporte psicológico especializado aos seus membros. Ainda assim,

¹ Estudante do curso de Sistemas de Informação do Instituto Federal de Santa Catarina – Caçador

² Estudante do curso de Sistemas de Informação do Instituto Federal de Santa Catarina - Caçador

³ Professora do Instituto Federal de Santa Catarina - Caçador

⁴ Professor do Instituto Federal de Santa Catarina - Caçador

observa-se uma vulnerabilidade financeira e operacional diante do aumento de ocorrências, como enchentes e incêndios, o que evidencia a necessidade de estratégias que garantam sua sustentabilidade (Brasil, 2025).

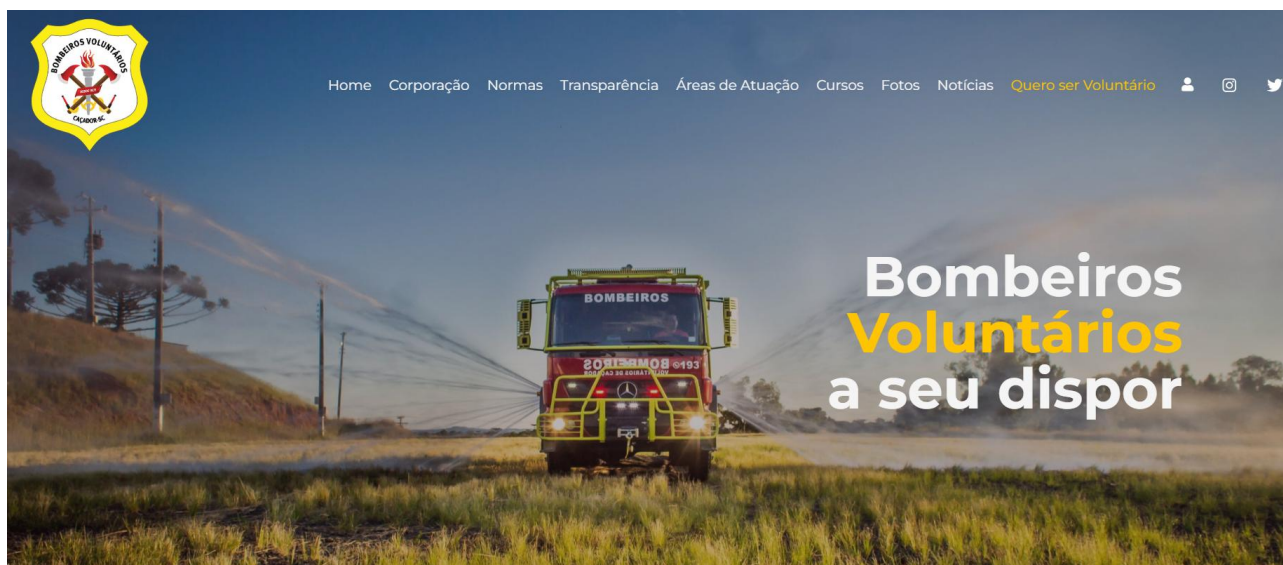
Diante disso, este trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de ampliação da visibilidade do Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador, buscando fortalecer sua imagem perante a comunidade e ampliar o conhecimento da população sobre suas atividades. A proposta fundamenta-se em estratégias de comunicação e marketing social, com foco na prevenção, na educação e no engajamento comunitário, visando contribuir para a segurança e o bem-estar coletivo (Andrade; Cruz, 2012).

Fundamentação teórica

O conceito de marketing social é central para compreender estratégias de visibilidade em instituições públicas e sem fins lucrativos. Para os autores Santos; Gondim-Matos; Lessa (2023), o Marketing Social é definido como a aplicação de princípios e técnicas de marketing para criar, comunicar e entregar valor com o intuito de influenciar comportamentos que beneficiem a sociedade. Diferente do marketing comercial, seu produto é uma causa ou uma ideia social (Andrade; Cruz, 2012). No contexto dos bombeiros voluntários, ele é utilizado para mudar comportamentos individuais e coletivos, promovendo a conscientização sobre segurança e reduzindo a percepção de custos para a adoção de práticas preventivas (Santos, 2022).

Para dar sustentabilidade às ações, o Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador (Figura 1) tem adotado práticas alinhadas ao marketing social, promovendo campanhas educativas, treinamentos e projetos comunitários. Andrade e Cruz (2014) destacam que essas ações contribuem não apenas para a prevenção de sinistros, mas também para o fortalecimento da imagem institucional e da confiança da população. Para o autor a disseminação de informações e o envolvimento da comunidade são elementos fundamentais para ampliar a eficácia dessas iniciativas.

Figura 1 – Site do Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador / SC



Fonte: [Bombeiros Voluntários de Caçador/SC – Página sobre os Bombeiros Voluntário de Caçador/SC](#)

Para Mata (2022) a imagem institucional é um dos maiores patrimônios da corporação e pode ser fortalecida através de uma relação equilibrada com a mídia. Para a autora é fundamental que a corporação utilize as mídias para destacar sua performance profissional e a superação de dificuldades, evitando o foco exclusivo em vítimas ou prejuízos, o que ajuda a construir uma imagem de eficiência e eficácia perante o cidadão (Mata, 2022).

Procedimentos metodológicos

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de natureza aplicada, com abordagem qualitativa, pois busca propor estratégias para ampliar a visibilidade do Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador. Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, uma vez que procura compreender o contexto da instituição e apresentar possíveis soluções (Gil, 2008).

Foi realizada uma entrevista semiestruturada com uma bombeira voluntária do Corpo de Bombeiros de Caçador, com o objetivo de compreender a percepção interna acerca da visibilidade da instituição e de suas práticas junto à comunidade, além de análise das ações

divulgadas no instagram e site da corporação. As informações obtidas serviram como subsídio para a elaboração da proposta de ações de visibilização.

Resultados

As ações voluntárias e educativas desenvolvidas pelo Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador demonstram um importante compromisso social com a comunidade local e regional. Por meio de uma entrevista semiestruturada com uma Bombeira voluntária, do site oficial e das publicações no Instagram, observa-se que a corporação vai além do atendimento emergencial, promovendo constantemente treinamentos, capacitações e projetos educativos voltados à prevenção e à conscientização da população.

Entre as iniciativas destacam-se cursos de primeiros socorros, prevenção e combate a incêndios, treinamentos para escolas, empresas e órgãos públicos, além de ações específicas voltadas ao atendimento de pessoas autistas e formação de voluntários mirins. Essas atividades evidenciam uma atuação preventiva e educativa que fortalece a segurança coletiva e amplia o conhecimento da comunidade sobre situações de emergência.

Para ampliar a visibilidade do Corpo de Bombeiros Voluntários de Caçador junto à comunidade, propõem-se ações baseadas no marketing social e na aproximação com o público como apresentado no Quadro 1. Toda proposta será apresentada em peças publicitárias, utilizando linguagem acessível e canais de comunicação que atinjam diferentes públicos da comunidade.

Quadro 1 – Propostas de ações de visibilidade

Proposta	Descrição
Campanhas de conscientização	Ações temáticas (prevenção de incêndios, afogamentos, acidentes domésticos).
Teatro de fantoches educativo	Utilização de apresentações lúdicas nas escolas para ensinar, de forma divertida e acessível.
Jantares e eventos	Organização de ações para arrecadação de recursos, envolvendo a comunidade e fortalecendo o vínculo entre população e instituição.
Campanhas de doação	Realização de ações para captação de recursos financeiros e materiais por meio de campanhas comunitárias, parcerias com empresas e doações voluntárias.

Fonte: Autores, 2026.



As campanhas de conscientização envolvem ações temáticas relacionadas à prevenção de incêndios, afogamentos e acidentes domésticos, sendo divulgadas por meio de mídias locais e digitais. O teatro de fantoches educativo surge como uma estratégia lúdica para atingir o público infantil, promovendo o aprendizado de forma interativa e contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes desde cedo, além do custo ser baixo se for feito de forma artesanal. Já os jantares e eventos têm como objetivo não apenas a arrecadação de recursos, mas também o fortalecimento do vínculo entre a instituição e a comunidade.

Por fim, as campanhas de doação buscam mobilizar a sociedade e empresas locais na contribuição financeira e material para a manutenção das atividades da corporação.

A utilização integrada dessas estratégias possibilita ampliar o alcance das ações institucionais, atingindo diferentes faixas etárias e grupos sociais. A diversificação dos meios de comunicação e das formas de interação com a comunidade contribui para tornar a imagem dos bombeiros voluntários mais próxima, acessível e reconhecida pela população.

Por meio de ações de educação lúdica e eventos participativos, é possível criar um vínculo mais forte com a população, ampliando a visibilidade, a confiança e o engajamento coletivo.

Considerações finais

Contribuindo para a conscientização sobre segurança, a proposta de visibilidade também favorece a sustentabilidade da corporação, garantindo apoio contínuo para a manutenção de suas atividades e o atendimento à comunidade.

A atividade também contribuiu de forma significativa para o aprendizado sobre voluntariado e marketing social, ao evidenciar, na prática, a importância do engajamento comunitário, da comunicação estratégica e da construção de vínculos de confiança com a população. Ao longo do processo, foi possível desenvolver competências relacionadas à responsabilidade social, à mobilização de recursos e à valorização do trabalho voluntário como agente de transformação social.



Iniciativas como as propostas neste trabalho podem servir de modelo para outras organizações voluntárias, demonstrando que ações planejadas de comunicação e interação com a comunidade são fundamentais para ampliar a visibilidade e fortalecer institucionalmente essas entidades.

Referências

- ANDRADE, Claudio Luiz. Marketing Social: Um Estudo no Corpo de Bombeiros de Palhoça/SC. IX SEGeT, 2012. Disponível em: [55716854.pdf](#). Acesso em: 01 maio 2026.
- SANTOS, J. R. O papel das corporações voluntárias na defesa civil. São Paulo: Editora Acadêmica, 2022.
- BRASIL. **Ministério da Saúde**. *Manual de Atendimento Pré-Hospitalar*. Brasília, 2021.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.
- MATA, Maria Odete. *As Associações de Bombeiros Voluntários e a Profissionalização dos Bombeiros: que futuro?* **Dissertação de Mestrado**, Instituto Superior Miguel Torga, 2022. Disponível em: [DSpace](#). Acesso em: 01 maio 2026.
- OLIVEIRA, Bruna. Entrevista concedida à pesquisa. Caçador, SC, abr. 2026.
- SANTOS, J. R. **O papel das corporações voluntárias na defesa civil**. São Paulo: Editora Acadêmica, 2022.
- SANTOS, Valéria Ermes; GONDIM-MATOS, Beatriz; LESSA, Patrick Wendell Barbosa. Estratégias de marketing social adotadas na campanha lei do minuto seguinte. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 15, n. 2, 2023. Disponível em: [55716854.pdf](#). Acesso em: 01 maio 2026