



A EXTENSÃO CURRICULARIZADA NA FACHA 2025.1

ORGANIZADORES:

FLÁVIA FREITAS
IVANA GOUVEIA
KICIA CARVALHO
LEONARDO AMATO
MARIA PAULINA GOMES
RAFAEL MELO



UNIFACHA

DIREÇÃO DA UNIFACHA E OS SETORES DE APOIO ACADÊMICO

DIREÇÃO

Reitora

Márcia Regina Alonso Pfisterer

Diretora Administrativa

Andreia Alonso

Diretora de Operações e Social

Cláudia Alonso

Gerente Acadêmica

Profª. Dra. Flávia Freitas

Gerente de Operações Acadêmicas

Flávio Cavalcanti Barreto

COORDENAÇÕES DE CURSO

Coordenador de Administração e de Marketing

Prof. Dr. Marcelo Guedes

Coordenador de Cinema e Audiovisual

Prof. José Augusto Neto

Coordenador do curso de Design Gráfico, Design de Animações e Jogos Digitais

Prof. Me. Renato Medeiros

Coordenadora de Direito

Profª. Me. Carolina de Aquino Medici

Coordenadora de Jornalismo

Profª. Me. Ivana Gouveia

Coordenador de Publicidade e Propaganda

Prof. Me. Leonardo Amato

Coordenador de Relações Públicas

Prof. Me. Rafael Melo

COORDENAÇÕES ACADÊMICAS

Coordenador do Núcleo de EAD

Prof. Dr. Leandro Lacerda

Coordenadora de TCC, Iniciação Científica, Monitoria e Extensão

Profª. Dra. Maria Paulina Gomes

Coordenador de Pós-Graduação e Extensão

Prof. Dr. Leandro Lacerda

UNIFACHA EDITORA

Rua Muniz Barreto, 51 / Botafogo, Rio de Janeiro - RJ CEP 22251-090

CONSELHO EDITORIAL

Presidência:

Prof. Dr. Daniel Machado Gomes e Prof^ª. Dra. Maria Paulina Gomes

Conselheiros:

Prof^ª. Dra. Ana Paula Goulart de Andrade (UFRJ, Rio de Janeiro e UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Aristides Alonso (UNIFACHA, Rio de Janeiro; UERJ, Rio de Janeiro)

Prof^ª. Dra. Camila Augusta Alves Pereira (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Eduardo Neiva (UAB, Birmingham)

Prof^ª. Dra. Flávia Schwartz Maranhão (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof^ª. Dra. Flávia Freitas (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Gabriel Chavarry Neiva (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Klever Paulo Leal Filipo (UCP, Petrópolis)

Prof. Dr. Leandro Lacerda (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Luiz Carlos Agner (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Marco Aurélio Gumiere Valério (USP, São Paulo)

Prof. Dr. Marcelo Augusto Pinto Teixeira (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof^ª. Dra. Maria Helena Carmo dos Santos (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof^ª. Dra. Nívea Faria de Souza (UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Ricardo Benevides (UERJ, Rio de Janeiro, UNIFACHA, Rio de Janeiro)

Prof^ª. Dra. Verônica Lagassi (UFRJ, Rio de Janeiro e IBMEC, Rio de Janeiro)

Julho de 2025

ISBN: 978-65-86370-39-3

Revisão: Maria Paulina Gomes

Diagramação: André Cunha

Produção: Maria Paulina Gomes e Letícia Ramos

Todos os direitos reservados.

É proibida a reprodução deste livro com fins comerciais sem prévia autorização da Facha Editora.

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE

Ficha elaborada pela Biblioteca Central Miguel Alonso/UNIFACHA

E96

A Extensão curricularizada na UNIFACHA: 2025.1 / organizadores
Flávia Freitas et al.- Rio de Janeiro : UNIFACHA Ed., c2025.
152 p.; Livro digital.

ISBN 978-65-86370-39-3

1. Extensão universitária. 2. Ensino Superior. 3. UNIFACHA. I.
Freitas, Flávia.

CDD: 378

APRESENTAÇÃO

Estamos celebrando com este volume o terceiro ano da Extensão Curricularizada na UNIFACHA, desde seu início em 2023. As atividades extensionistas que, de início pareceriam enfadonhas talvez pelo fato de terem sido impostas legalmente, com a determinação de que, segundo a Resolução nº 7/2018 do MEC, 10% da carga horária dos cursos de Graduação passam, obrigatoriamente, a serem destinadas às atividades extensionistas. As perguntas que logo se colocaram para a Direção da UNIFACHA foram: Como faremos isso? Qual o modelo a ser seguido?

A partir dessas indagações a UNIFACHA criou o seu NEXT, Núcleo de Extensão Curricularizada, com uma Coordenação específica para o Núcleo. Paralelamente, Direção e Coordenações de Cursos começaram a criar seus Projetos, dando origem aos Projetos Extensionistas I, II, III e IV. Por seu turno, a Coordenação de Extensão, responsável pelo registro das atividades extensionistas, elaborou a Política de Extensão da IES, o Regulamento Específico e criou um modelo de Relatório a ser preenchido pelos grupos de alunos, de forma a relatar os projetos desenvolvidos que passaram a compor os e-books da Extensão. Este é o E-book de número 5 e já se pode notar a diferença que o separa dos anteriores. E isto se deve, principalmente ao empenho e criatividade dos docentes encarregados dos Projetos de Extensão e também à criatividade, alegria, dedicação e competência dos alunos que integram os diferentes cursos da Instituição.

Neste e-book encontramos relatos de Projetos, bem como organização e realização de jogos e eventos idealizados e executados ao longo de 2025.1. E a alegria dos alunos nas apresentações em sala de aula ao final do semestre deixam evidente o engajamento e o envolvimento com os problemas enfrentados na cidade do Rio de Janeiro e, também com as dificuldades das comunidades selecionadas, grupos engajados em causas sociais, pessoas, hospitais, orfanatos, grupos religiosos e também, pessoas que sozinhas começam um trabalho e que, mesmo em meio a inúmeras dificuldades se dedicam a ajudar o próximo.

E nossos alunos, como participam disso? Participam procurando entender as necessidades das Instituições e propondo soluções, fazendo uso dos conhecimentos auferidos nos seus cursos e, a partir de um diagnóstico inicial colocar esses saberes na prática para tentar minimizar os problemas observados. Da mesma forma em que doam seu conhecimento recebem, em troca, os agradecimentos das instituições e a alegria de idosos, crianças e jovens que, em alguma medida foram beneficiados por esse trabalho. É uma troca, uma simbiose, o que pode ser observado nas atividades extensionistas.

E, a partir dessas reflexões, entregamos mais este e-book à comunidade acadêmica, esperando que tenham todos uma boa leitura.

UNIFACHA, novembro de 2025

Coordenação de Extensão



SUMÁRIO

PROJETOS DE EXTENSÃO EM JORNALISMO	08
GRUPO 1 Laço Digital	08
GRUPO 2 Cultura que Acolhe Uma manhã cultural e de doações para as crianças com câncer da Casa São Vicente de Paulo	11
GRUPO 3 Comida no Prato Coração na Mão	14
GRUPO 4 Construindo Comunidades Sustentáveis: A Importância de Uma Alimentação Saudável	16
GRUPO 5 Plataforma Aprendeiral	18
GRUPO 6 Projeto Amigos da Ame	21
GRUPO 7 Apoio ao Acis	24
GRUPO 8 Amicca	26
GRUPO 9 A Comunicação Como Ferramenta de Transformação	28
GRUPO 10 "Só Vamos"	32
GRUPO 11 Gol Girls: Se Você Vê e Deseja, Você Consegue Ser!	34
GRUPO 12 Casa de Apoio a Crianças Com Câncer Santa Teresa	37
GRUPO 13 Árvore do Saber	40
GRUPO 14 Comunicação de Portas Abertas	42

GRUPO 15 Jogo Pensado	44
GRUPO 16 Centro Social Waldemar Caetano	46
GRUPO 17 Rede Educacional de Desenvolvimento e Inclusão de Jovens Adultos (Redija)	48
GRUPO 18 UNIFACHA com Instituto Apontar	52
GRUPO 19 Casa São Roque	54
GRUPO 20 Além da Arquibancada	57
GRUPO 21 Sementes do Amanhã	59
PROJETOS DE EXTENSÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA, RELAÇÕES PÚBLICAS, DESIGN, ADMINISTRAÇÃO E MARKETING	61
GRUPO 1 Jogo de Tabuleiro "Best Boss"	65
GRUPO 2 Cresça ou Quebre	68
GRUPO 3 Mentes Disruptivas - para Líderes Empresariais	71
GRUPO 4 Missão Sustentável	73
GRUPO 5 Cenário Zero	76
GRUPO 6 Empreende Brasil	78
GRUPO 7 Ela Lab	80



**PROJETO DE EXTENSÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA,
ADMINISTRAÇÃO E MARKETING 83**

GRUPO 1
Criação e Reformulação da Identidade Visual da Jornada Empreendedora 83

GRUPO 2
Jornada Empreendedora - Orçamento 87

GRUPO 3
Semana do Empreendedorismo - Relatório Curadoria de Palestras 89

GRUPO 4
Jornada Empreendedora - Patrocínio 92

GRUPO 5
Jornada Empreendedora - UNIFACHA 94

GRUPO 6
Jornada Do Empreendedorismo - Je 96

GRUPO 7
Jornada Empreendedora - UNIFACHA 98

GRUPO 8
Relatório do Evento "Jornada Empreendedora" 100

GRUPO 9
Jornada Empreendedora 103

**PROJETOS DE EXTENSÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS,
PUBLICIDADE E PROPAGANDA, MARKETING E DESIGN GRÁFICO 106**

GRUPO 1
AFS Intercultura Brasil 106

GRUPO 2
Branding Pello Bem Animal 109

GRUPO 3
Casa Favela 112

GRUPO 4
Instituto Cria Da Maré: Planejamento De Comunicação B2B 114

GRUPO 5 Ong Mawon	120
GRUPO 6 Ong Meninas e Mulheres do Morro	123
GRUPO 7 Orfanato Santa Rita de Cassia	125
GRUPO 8 Projeto Acolher - Inclusão e Cidadania	131
GRUPO 9 Projeto Casa de Apoio a Crianças com Câncer São Vicente de Paulo	134
GRUPO 10 Projeto de Empregabilidade para Refugiados	136
GRUPO 11 Projeto Ong João e Maria	138
GRUPO 12 Projeto Tear	140
GRUPO 13 Rede que Abraça	142
GRUPO 14 Sermente	145
PROJETOS DE EXTENSÃO EM DIREITO	148





PROJETOS DE EXTENSÃO EM JORNALISMO

PROFESSORA
Ivana Gouveia

GRUPO 1

LAÇO DIGITAL

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto de extensão tem como foco de atuação o Instituto Mãos Unidas, uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos localizada na comunidade da Tijuquinha, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro (RJ). O Instituto atende às 9 comunidades próximas à região do Muzema e Tijuquinha. Por meio de um trabalho contínuo e comprometido, o Instituto oferece reforço escolar, aulas de música, oficinas educativas, práticas esportivas como o judô, atendimentos psicológicos e médicos, além da distribuição de cestas básicas e apoio emocional às famílias assistidas. Durante o processo de aproximação e escuta com os responsáveis pelo Instituto Mãos Unidas, foi possível identificar uma série de aspectos

relacionados à comunicação institucional que impactam diretamente a visibilidade e a captação de recursos da organização. As informações foram coletadas por meio de conversas diretas com coordenadores e colaboradores do Instituto, bem como pela análise dos canais de comunicação atualmente utilizados, como redes sociais e o site oficial. Nesse contexto, o projeto de extensão propôs uma ação direta para apoiar a comunicação institucional do Instituto, por meio da criação de conteúdos digitais voltados às redes sociais. A proposta é ampliar a visibilidade das ações desenvolvidas, aumentar o engajamento com o público externo e atrair novos apoiadores, doadores e parceiros, garantindo maior sustentabilidade e expansão do trabalho realizado.

INTEGRANTES DO GRUPO

Ana Luiza Martins
 Barbara Ballerini
 Fernanda Farias
 Gabriela Machado
 Helena Chaves
 Maria Fernanda Doti
 Maria Luiza Klauck
 Rafaella Lobão

PÚBLICO-ALVO

Famílias que precisam de assistência e não sabem onde procurar, assim como empresas e pessoas que podem ajudar com doações. Fazer o instituto ser visto é interessante para quem recebe a doação, mas também deve ser de interesse daqueles que doam, saber para onde está indo o dinheiro.

OBJETIVOS

O objetivo do projeto é auxiliar o Instituto Mãos Unidas nas mídias sociais para que assim, recebam mais doações e mais visibilidade e possam ajudar cada dia mais pessoas.

Foto número 1



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto número 2



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto número 3



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto número 4



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

JUSTIFICATIVA

Escolhemos o Mãos Unidas porque acreditamos que um intuito tão nobre deve ser bem divulgado para aqueles que precisam da sua ajuda, e também para aqueles que podem ajudar com doações e patrocínio.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 3 - Saúde e Bem Estar;
- 4 - Educação de Qualidade;
- 10- Redução das Desigualdades

LOCAL DE REALIZAÇÃO

"Instituto Mãos Unidas - Estrada do Itanhangá, 945 Barra da Tijuca, Rio de Janeiro "

PRINCIPAIS RESULTADOS

Aumento de 66,67% nas visualizações dos posts
Mais de 1,6k de visualizações no perfil em 30 dias
Vídeos com mais de 1,5k de visualizações
Crescimento de mais de 100 seguidores no Instagram

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Mais de 750 famílias

GRUPO 2

Cultura que Acolhe Uma manhã cultural e de doações para as crianças com câncer da Casa São Vicente de Paulo

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto teve como objetivo principal a arrecadação de doações destinadas a crianças com câncer, doenças graves não contagiosas e transtornos, acolhidas pela Casa de Apoio ao Câncer São Vicente de Paulo, localizada no bairro de Colégio, cuja quantidade de doações tem diminuído consideravelmente desde o período da pandemia. Junto à campanha de arrecadação, o grupo organizou uma Manhã Cultural, com apresentações teatrais, brincadeiras e rodas de leitura, em parceria com uma companhia de teatro, a Companhia Estilhaça.

INTEGRANTES DO GRUPO

Bruna Medeiros Almeida
Júlia Yasmin Sena Barbosa
Laís Cordeiro da Costa dos Santos
Luísa Bacelar Gonçalves
Luiza Carolina Gomes Varella de Castro
Ryan Clemente Leal

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do projeto foram as crianças atendidas pela Casa de Apoio.

OBJETIVOS

O grupo optou pela união de duas comunidades no desenvolvimento do projeto através da realização da Manhã Cultural, que teve como principal objetivo promover o bem-estar, a alegria e a leveza no cotidiano das crianças atendidas, ainda que de forma pontual e utilizar a cultura como instrumento de acolhimento e entretenimento.

JUSTIFICATIVA

Além do impacto positivo direto para a Casa de Apoio (instituição beneficiada), o projeto também possibilitou a aplicação prática de conhecimentos adquiridos no curso de Jornalismo, por meio das produções de conteúdo para as redes sociais, da cobertura jornalística do evento através da matéria escrita e das estratégias de comunicação voltadas à mobilização social. Assim, o projeto teve caráter cultural e formativo.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

3- Saúde e Bem-Estar; 10- Redução das Desigualdades.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Casa de Apoio à Criança com Câncer São Vicente de Paulo- Colégio, Rio de Janeiro.

PRINCIPAIS RESULTADOS

O grupo arrecadou um total de 180 itens, com predominância de alimentos, medicamentos e roupas; 32 pessoas estavam presentes no evento, sendo elas: 11 crianças atendidas, acompanhadas por 6 familiares, 3 voluntários da instituição, 6 artistas da Companhia Estilhaça e 6 integrantes da equipe organizadora; Conseguimos 1.300 pessoas alcançadas através das redes sociais e 25 pessoas realizaram contribuições ao longo da campanha; Elaboramos uma matéria, publicação de 35 vídeos postados por membros da equipe e 3 postagens adicionais nas redes sociais da Companhia Estilhaça.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Não conseguimos números do total de crianças que receberam as cestas básicas com as doações. Porém, 11 crianças e seus respectivos familiares foram beneficiadas com o evento realizado e com o lanche ao final.

Foto número 5 – Doações conseguidas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 6 – Doações conseguidas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 7 – Doações conseguidas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 8 – Estudantes da UNIFACHA junto às doações



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 9 – Estudantes e crianças atendidas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 10 – Estudantes da UNIFACHA



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 11 – Estudantes da UNIFACHA



Fonte: arquivo pessoal do grupo



GRUPO 3

COMIDA NO PRATO CORAÇÃO NA MÃO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto Comida no Prato, Coração na Mão é uma iniciativa social e solidária vinculada à Paróquia Nossa Senhora da Paz, conduzida pela Pastoral da Juventude. Com encontros semanais às quartas-feiras, o grupo se reúne no prédio anexo à igreja, no Rio de Janeiro, para preparar e distribuir quentinhas a pessoas em situação de rua, especialmente nas regiões da zona sul e centro da cidade.

INTEGRANTES DO GRUPO

Alan Luís Lobato
Arthur Werneck
Ana Júlia Ralha
Caio Dantas Rocha
Clara Vidago
Gabriel Abramovic
João Pedro Sampaio
Pedro Milessis
Rafael Bastos

PÚBLICO-ALVO

Moradores em situação de rua

OBJETIVOS

Aumentar a quantidade de voluntários e doações para o projeto.

JUSTIFICATIVA

Um integrante do grupo já faz parte desse projeto (João Pedro Sampaio) e sugeriu a nossa participação nele.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 2: Fome Zero e Agricultura Sustentável
ODS 1: Erradicação da Pobreza ODS 3: Saúde e Bem-Estar

Foto número 12 – Colaboradores do Projeto



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 13 - comida para distribuição



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 14 – Comida pronta para distribuição



Fonte: arquivo pessoal do grupo

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Nas ruas da Zona Sul e Centro do Rio de Janeiro

PRINCIPAIS RESULTADOS

Ainda não tivemos resultados expressivos, pois estamos na etapa de organização e comunicação com os responsáveis do projeto.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Mais de 50 pessoas em situação de rua são atendidas pelo projeto.



GRUPO 4

CONSTRUINDO COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS: A IMPORTÂNCIA DE UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto é voltado para os funcionários do restaurante Elena Horto, localizado no bairro Jardim Botânico, no Rio de Janeiro. O público-alvo é formado por cerca de 60 colaboradores que trabalham em diferentes áreas do restaurante e que serão diretamente beneficiados pelas ações propostas.

INTEGRANTES DO GRUPO

Jade Mayworm
José Augusto Moraes Golim
Matheus da Costa Carvalho
Vinicius de Andrade Carvalho
Henrique da Silva Sabino

PÚBLICO-ALVO

O projeto é voltado para os funcionários do restaurante Elena Horto

OBJETIVOS

A solução proposta consiste em uma ação comunicacional estratégica, voltada para incentivar os colaboradores do restaurante Elena Horto a manterem hábitos alimentares saudáveis também fora do ambiente de trabalho

JUSTIFICATIVA

A partir do contato com a equipe do Elena Horto e da análise das práticas cotidianas dos colaboradores, identificamos um desafio comum: muitos funcionários não mantêm uma alimentação equilibrada fora do ambiente de trabalho, ainda que tenham acesso a refeições de qualidade durante o expediente. Este descompasso representa um problema de saúde pública, refletido em dados preocupantes — como os 11 milhões de mortes associadas à má alimentação em

Foto número 15 – cartaz de divulgação



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 16 – Cartaz de divulgação



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 17 - prato oferecido no cardápio



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 18



Fonte: arquivo pessoal do grupo

2017, conforme citado na cartilha distribuída. A escolha dessa comunidade se deu pelo interesse em promover bem-estar e saúde entre trabalhadores que, apesar de estarem em um ambiente com alimentação de qualidade, muitas vezes não mantêm esses hábitos fora do expediente. O projeto busca contribuir para uma mudança positiva no cotidiano dessas pessoas, por meio de ações simples e educativas.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 3 : saúde e bem-estar

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Restaurante Elena Horto

PRINCIPAIS RESULTADOS

Ao final da execução do projeto, foi possível atingir a meta inicial de impacto direto em 60 funcionários do restaurante Elena Horto.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

60 trabalhadores



GRUPO 5

PLATAFORMA APRENDEIRA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Aprendeira é uma plataforma de ensino comunitário voltada à formação gratuita de pessoas em habilidades essenciais da era digital. Com foco em áreas como social media, storytelling, fact checking e outras competências online, a Aprendeira promove o acesso ao conhecimento por meio de uma rede colaborativa, inclusiva e prática. Nosso objetivo é capacitar indivíduos para que possam atuar com autonomia, criatividade e responsabilidade no ambiente digital, fortalecendo comunidades e ampliando oportunidades no mercado de trabalho.

INTEGRANTES DO GRUPO

Antônio Baptista
Beatriz Neves
Beatriz Trindade
Maycon Mafra
Michaela Rodrigues
Pedro Teixeira
Ruan Mello

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo da Aprendeira são pessoas de todas as idades e origens que têm interesse em aprender o básico sobre temas como redes sociais, storytelling, verificação de fatos e outras habilidades digitais, mas que, por diferentes razões, talvez não possam pagar por cursos formais. A plataforma adota uma linguagem acessível e um design jovem, mas com um padrão visual claro e inclusivo, capaz de acolher desde quem esteja dando os primeiros passos na internet, até quem já tem experiência, porém precisa se atualizar. O principal objetivo da Aprendeira é oferecer educação de qualidade, gratuita e acessível, capacitando pessoas em habilidades digitais fundamentais para o cenário atual. A iniciativa busca impulsionar a inclusão no mercado de trabalho, preparando aprendizes para atuarem de forma crítica, criativa e responsável no ambiente online. Ao democratizar o acesso ao conhecimento, o projeto contribui para a redução das desigualdades sociais, ampliando oportunidades de geração de renda, empregabilidade e participação cidadã.

JUSTIFICATIVA

Em um cenário cada vez mais digital, habilidades como comunicação online, curadoria de informação e pensamento crítico tornaram-se essenciais. No entanto, grande parte da população ainda enfrenta barreiras de acesso à educação de qualidade nessas áreas. A Aprendeira surge como resposta a essa lacuna, oferecendo formação gratuita e acessível em competências digitais básicas, mas estratégicas. Ao democratizar o conhecimento, o projeto contribui para a inclusão social e digital, ampliando horizontes profissionais e fortalecendo a cidadania em um mundo conectado.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 3 . BOA SAÚDE E BEM ESTAR
ODS 4. EDUCAÇÃO DE QUALIDADE
ODS 10 . Redução das desigualdades

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rua Silva Teles-104 Andaraí

PRINCIPAIS RESULTADOS

1300 visualizações
62 curtidas
2 compartilhamentos
6 vídeos produzidos

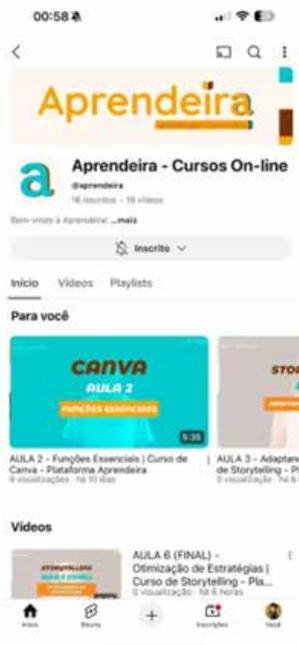
NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

800 pessoas



Foto número 19

1- Evidencia da realização do projeto CONCRETIZAÇÃO DO PROJETO



Print tirado pela integrante Michaela do Canal no Youtube "Aprendeira"

Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 20

2 - evidencia dos principais resultados

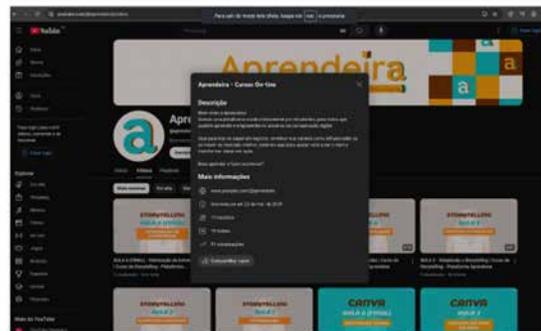


imagem feita pela integrante do grupo mostrando os principais resultados

Foto número 21

3 - evidencia das gravações



Foto do dia da gravação tirada pelo integrante Maycon que também ficou responsável pela direção de imagens

GRUPO 6

PROJETO AMIGOS DA AME

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nosso projeto nasceu do desejo de dar mais visibilidade à AME, uma condição genética rara e progressiva que afeta o sistema nervoso e compromete as funções motoras. Com isso, buscamos fortalecer o trabalho da AAME (Amigos da Atrofia Muscular Espinhal), uma organização sem fins lucrativos que atua no apoio direto a pessoas com AME e suas famílias, lutando por mais qualidade de vida, acesso a tratamento e inclusão. Acreditamos que a informação é uma das ferramentas mais poderosas de transformação social. Assim, o principal objetivo do nosso projeto de extensão é apoiar a AAME na melhoria da sua comunicação com a comunidade, especialmente por meio das redes sociais, ampliando o alcance da causa e sensibilizando a sociedade sobre a realidade da AME. Quanto mais pessoas conhecerem essa condição e o trabalho desenvolvido pela AAME, maior será a empatia, solidariedade e apoio em torno dessa luta.

INTEGRANTES DO GRUPO

Ana Clara Gomes
Camilla Levy
Letycia Daflon
Eduardo Valadão
Diogo Caruso
Ian Correa
Raphael Esteves
João Pedro Gandara

PROFESSOR

Ivana Gouveia

PÚBLICO-ALVO

Nosso público-alvo são pessoas engajadas nas redes sociais que apoiam causas sociais e ONGs, especialmente aquelas que acreditam no acesso à qualidade de vida para pessoas com AME. Buscamos atingir quem se identifica com a causa e deseja ampliar a visibilidade da doença, fortalecendo o trabalho da ONG e sua rede de apoio.

OBJETIVOS

Queremos dar visibilidade à AME, condição genética rara que afeta os movimentos e apoiar a AAME na luta por tratamento, inclusão e qualidade de vida para os pacientes.

JUSTIFICATIVA

A escolha do projeto AAME se deu pela relevância social da causa e pela necessidade em dar visibilidade a doenças raras como a Atrofia Muscular Espinhal (AME). Sabemos que, por se tratar de uma condição genética pouco conhecida, muitas famílias enfrentam dificuldades para obter tratamento acessível e inclusão.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 3- Saúde e Bem Estar
- 16- Paz, Justiça e Instituições Eficazes
- 17- Parceria e Meios de Implementação

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Local de realização do projeto: foi remoto.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Apesar dos esforços, a ONG não colaborou como esperado e os objetivos principais não foram alcançados. Ainda assim, a vivência foi muito rica. Aprendemos a lidar com imprevistos, manter o profissionalismo diante de desafios e buscar soluções mesmo sem apoio. A experiência trouxe lições sobre autonomia, adaptação e escuta sensível. Mais do que resultados, levamos aprendizados para a vida pessoal e profissional.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

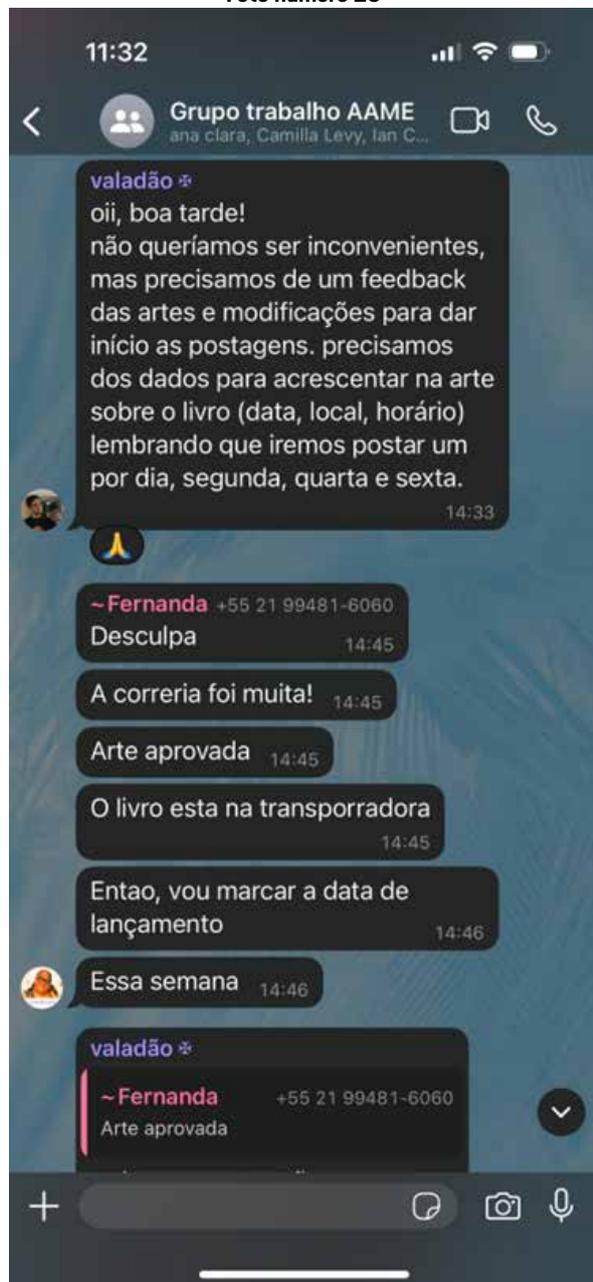
Infelizmente não conseguimos atingir nosso objetivo final, logo apenas nós alunos aprendemos a lidar com as adversidades do mercado de trabalho.

Foto número 22



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 23



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 24



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 25



Fonte: arquivo pessoal do grupo

GRUPO 7

APOIO AO ACIS

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Criação de conteúdo digital para as redes sociais da academia de capacitação e inclusão social como uma forma de mostrar que as diferentes vertentes de uma escola de samba, vai além do desfile e pode se tornar um lugar de acolhimento e inclusão social para as pessoas que o Estado não valoriza.

PÚBLICO-ALVO

Jovens e adultos de dentro e fora da bolha do carnaval.

INTEGRANTES DO GRUPO

Bernardo Magno
Bernardo Ghelli
Flávio Porto
Guilherme Guerra
Guilherme Mamede
Thiago Themudo
Manuela Monzo
Felipe Salvatore

OBJETIVOS

O objetivo do nosso projeto consiste em mostrar as diferentes vertentes de uma escola de samba, que além dos desfiles, é uma porta de entrada para a melhoria na vida de crianças, jovens, adultos e idosos que não tiveram seus direitos assegurados, e torna-se um local pra essas pessoas terem uma capacitação estudantil e lazer. Como resultado do trabalho, conseguimos impulsionar a página em visualizações, curtidas e seguidores.

Foto número 26



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 27



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto número 28



Fonte: arquivo pessoal do grupo

JUSTIFICATIVA

A escolha da ACIS para o projeto se deu devido a grande responsabilidade que eles se propõem a ter para com as pessoas que participam da academia. Assim como nosso público-alvo, a ACIS do Salgueiro aceita a inscrição de qualquer um que tenha interesse em participar, seja por morar perto, por querer se exercitar, ou até pela vontade de ajudar se voluntariando.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 3 . Boa Saúde e Bem Estar
ODS 4. Educação de Qualidade
ODS 10 . Redução das desigualdades

- 1 - Erradicação da Pobreza
- 2 - Fome Zero e Agricultura Sustentável
- 3 - Saúde e Bem-estar

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rua Silva Teles-104 Andaraí

PRINCIPAIS RESULTADOS

1300 VISUALIZAÇÕES

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO
800 pessoas



GRUPO 8

TEMA DO PROJETO: AJUDE A AMICCA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nosso trabalho é sobre Amicca ajudando e aumentando o número de doações.

INTEGRANTES DO GRUPO

André Luiz
Breno Padilha

PÚBLICO-ALVO

Crianças

OBJETIVOS

Aumentar o número de doações do Amicca.

JUSTIFICATIVA

Nossa justificativa é contribuir para que mais crianças possam ter alimento e uma vida decente.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Objetivo 1
Objetivo 2
Objetivo 3

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rua general Polidoro 100- Botafogo Rio de Janeiro

PRINCIPAIS RESULTADOS

Não conseguimos saber se aumentamos o número de doações.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

1?

Foto nº 29 - Estante de livros da Amicca



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 30 – Cartaz de divulgação do dia das Crianças



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 31 – Fachada da sede da amicca



Fonte: arquivo pessoal do grupo



GRUPO 9

A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto teve como objetivo apoiar a Associação Beneficente São Martinho, que acolhe crianças e adolescentes em vulnerabilidade social no Rio de Janeiro, promovendo visibilidade à organização e atraindo novos voluntários por meio de oficinas inclusivas. Durante a execução, destacou-se a oficina de futebol, onde crianças interagiram com um treinador profissional, vivenciando rotinas de treino que incentivaram o desenvolvimento motor, cognitivo, autoestima e confiança. As atividades reforçaram o trabalho em equipe, respeito mútuo e disciplina, além de estimular a importância da atividade física. Todo o processo foi documentado para fortalecer as redes sociais da instituição, ampliando seu alcance e impacto.

INTEGRANTES DO GRUPO

Anna Alves
Enzo de Freitas
Esther Verta
Filipe Costa
Matheus Chilelli
Lucas do Espírito Santo

PÚBLICO-ALVO

Crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social atendidos pela Associação Beneficente São Martinho.

OBJETIVOS

Ampliar a visibilidade da Associação São Martinho, fortalecendo sua imagem institucional e engajando a sociedade em prol da causa. Além disso, oferecemos a oficina de futebol, proporcionando atividades que ajudassem no desenvolvimento social, emocional e cognitivo das crianças e adolescentes, promovendo autoestima, criatividade, trabalho em equipe e resiliência, além de proporcionar experiências que ampliem os seus horizontes e inspirem sonhos para um futuro melhor.

JUSTIFICATIVA

O projeto foi desenvolvido para enfrentar os desafios enfrentados pela Associação São Martinho, como limitações financeiras, falta de voluntários fixos e a necessidade de maior visibilidade para sustentar as suas ações. Utilizando os nossos conhecimentos na área da comunicação, a equipe se empenhou em promover a instituição, destacando a relevância de seu trabalho para a sociedade e engajando apoiadores dispostos a contribuir com a causa. Além disso, o projeto buscou criar um impacto direto e positivo na vida crianças atendidas, proporcionando oportunidades de desenvolvimento social, emocional e cognitivo, ao mesmo tempo em que ampliava a conscientização sobre a importância de iniciativas como a da São Martinho para transformar realidades e promover inclusão.



Foto nº 32



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 33 – Crianças em atividades lúdicas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 34 – Crianças em atividades lúdicas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 35 – Área da São Martinho



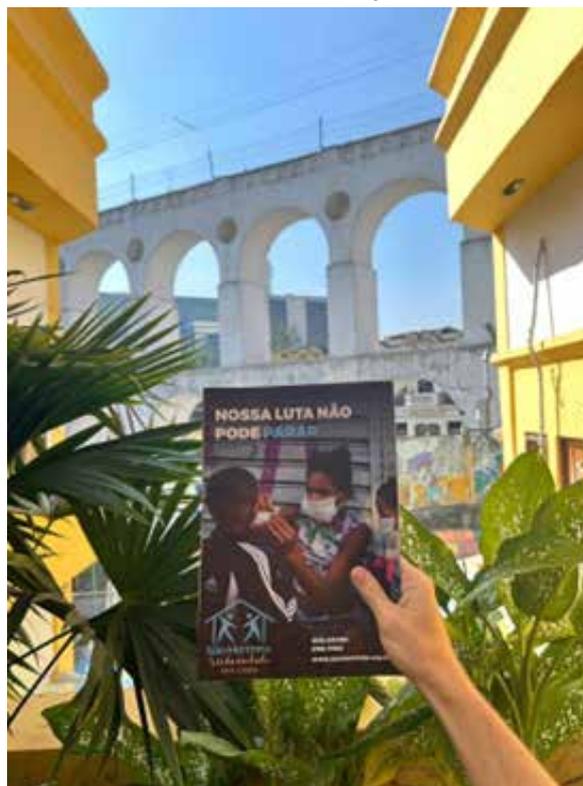
Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 36 – Área da São Martinho



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 37 – Foto das instalações externas



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 38- Foto da área externa



Fonte: arquivo pessoal do grupo





GRUPO 10

"SÓ VAMOS"

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nosso projeto tem como objetivo ajudar a ONG "Só Vamos", uma instituição sem fins lucrativos, que auxilia pessoas em vulnerabilidade social. A ideia da ONG surgiu durante a crise do COVID-19. O que era apenas distribuição de quentinhas se transformou em algo a mais. Outras necessidades básicas também têm sido atendidas, como regularização de documentos, distribuição de kits de higiene e cobertores.

INTEGRANTES DO GRUPO

Leonardo Vidal
João Pedro Pereira
Renan Arromba
Daniel Vidal
Juliane Rabello
Marianna Usai
Luíza Quintanilha

PÚBLICO-ALVO

Pessoas em vulnerabilidade social

OBJETIVOS

Criar conteúdo, para captar novos interessados em ajudar a ONG.

Criar um manual de marca com a identidade visual, para que isso facilite a vida de quem for entrar no futuro.

Criar também posts para o Instagram que atraia um público mais jovem.

JUSTIFICATIVA

Acreditamos em uma sociedade com menos desigualdade social, por isso escolhemos trabalhar com uma ONG que impacta diretamente na vida de tantas pessoas, que por muitas vezes são invisíveis perante a sociedade brasileira.



Foto Nº 39 – Alimentos doados



Fonte: arquivo pessoal do grupo

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 10 - Redução da desigualdade social
- 3 - Redução da fome e bem-estar

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Atua principalmente na região Central do Rio de Janeiro

Foto nº 40 – Distribuição de alimentos



Fonte: arquivo pessoal do grupo

PRINCIPAIS RESULTADOS

- Produção de conteúdo
- Captação de fotos e vídeos
- Produção de um manual de marca

GRUPO 11

GOL GIRLS: SE VOCÊ VÊ E DESEJA, VOCÊ CONSEGUE SER!

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Como missão da disciplina 'Extensão em Jornalismo', no semestre 2025.1, desenvolvemos o presente projeto científico, com metodologia, problema e proposta de solução voltados para uma comunidade específica, no caso, a atendida pelo Projeto Gol Girls.

Acordamos com o Gol Girls a realização de reuniões periódicas com a equipe dos alunos autores da presente pesquisa para a definição colaborativa de objetos essenciais como pautas, conteúdo, identidade visual e demais elementos, além de apresentação gradativa dos resultados à medida que foram sendo produzidos.

O Gol Girls foi fundado por Renata Siqueira, "uma menina negra da favela do Rio de Janeiro que cresceu, venceu vários desafios e deseja facilitar, junto com outras mulheres, o acesso de meninas negras e faveladas a oportunidades e sonhos que, no Brasil, são barrados pelo racismo, pelo machismo e pela grande desigualdade social".

INTEGRANTES DO GRUPO

Ágatha Gabrielly Silva de Araújo
Ana Flora Figueiredo de Queiroz
Arthur Líbero da Silva Pisco
Igor Rafael Galhardo Serrano
João Victor Ribeiro dos Santos
Jorgea Camargo da Silva Cardoso

PÚBLICO-ALVO

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), no segundo trimestre de 2024, 56,7% da população brasileira era composta por pessoas negras. Um olhar mais aprofundado dentro desta parcela de brasileiros e brasileiras, com base no Censo de 2022 do mesmo órgão estatal, já havia revelado que naquela ocasião o país tinha quase 47 milhões de mulheres pardas, que, somadas às mulheres pretas, totalizavam mais de 57 milhões de mulheres negras. Ou seja, mulheres brasileiras negras são e representam uma parcela

considerável da sociedade brasileira e por isso devem ter políticas públicas destinadas às suas necessidades.

Todavia, em um país com dimensões continentais, com problemas de corrupção enraizados em seu sistema político e brigas partidárias eternas, o Estado não chega a todos os lugares que deveria. Movimentos de organizações não governamentais (ONG's) sem fins lucrativos muitas das vezes atuam justamente nesse vácuo estatal. Um bom exemplo disso é o Projeto Gol Girls.

A iniciativa pretende promover o empoderamento de meninas negras e periféricas, de 14 a 17 anos, usando o esporte como ferramenta para abrir portas e realizar sonhos, fortalecendo-as em seu caminho de descoberta do mundo, construção da autoestima e ocupação de todos os espaços. Ao combinar habilidades de desenvolvimento pessoal e currículo esportivo, meninas de diferentes favelas do Brasil são incentivadas a alcançar mais etapas na carreira e na educação.

OBJETIVOS

auxiliar e dar suporte à Comunicação do Projeto Gol Girls, divulgando suas ações e contribuindo para o aumento do nº seguidores no Instagram.

JUSTIFICATIVA

Decidimos realizar o presente projeto por tratar de uma parcela considerável da população brasileira e mais vulnerável (jovens negras, de acordo com o conceito de interseccionalidade), além do potencial transformador pelo esporte.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 5 (Igualdade de gênero),
- 8 (Trabalho decente e crescimento econômico)
- 10 (Redução das desigualdades).

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Jacarepaguá (Rio de Janeiro - RJ).

PRINCIPAIS RESULTADOS

Ao todo fizemos 16 postagens com temáticas diversas, sempre com a anuência e/ou sugestão da Diretora, Renata Siqueira. Somente no último mês de atividades (entre 13 de maio e 11 de junho), foram mais de 5,5 mil visualizações no perfil do Instagram do Gol Girls, com um aumento de 228 interações e 34 novos seguidores. No dia 12/06/25 o número registrado é de 599 seguidores. Quando começamos o projeto, em 19/03, eram 527.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

300



Foto nº 41



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 42



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 43



Fonte: arquivo pessoal do grupo

GRUPO 12

CASA DE APOIO A CRIANÇAS COM CÂNCER SANTA TERESA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nós ajudamos a Casa de Apoio à Criança com Câncer Santa Teresa, que fica localizada no Estácio. Conhecemos a casa, pois um dos integrantes do grupo havia trabalhado com eles durante seu Ensino Médio. A Instituição dá apoio não só para as crianças, mas também para as famílias que procuram tratamento no Rio de Janeiro. Porém, a estrutura da casa está muito precária, correndo risco de a qualquer momento desabar ou algum acidente maior acontecer. Assim, uma das principais ações da casa, que é a hospedagem de famílias necessitadas, não podia ser realizada. Além disso, a casa também estava com um estoque muito pequeno de mantimentos. Conseguimos ajudar a CACCST por meio de uma campanha de doação que fizemos no pátio da faculdade e entregamos 8 sacos com roupas, roupas de cama e agasalhos, alimentos e aproximadamente 30 brinquedos.

INTEGRANTES DO GRUPO

Breno Campos
Bruna Azevedo
João Victor Machado
Luiza Muniz
Mateus Menezes
Rafael Maroja

PROFESSOR

Ivana Gouveia

PÚBLICO-ALVO

Crianças com câncer.



OBJETIVOS

O projeto tem como objetivo apoiar uma casa de apoio a crianças com câncer na divulgação de sua necessidade urgente por uma nova residência, contribuindo com ações de marketing social e comunicação para sensibilizar a comunidade e possíveis apoiadores. Posteriormente, com a necessidade da organização, o projeto visa acompanhar e divulgar o processo de mudança para o novo espaço, fortalecendo a imagem da instituição. Também serão realizadas campanhas para arrecadação de suprimentos essenciais, garantindo melhores condições de acolhimento às crianças e suas famílias.

JUSTIFICATIVA

Nós escolhemos essa casa por já ter tido uma ligação com um integrante do grupo e, também, por lutar por pessoas em condições que vemos que precisam de um suporte a mais, além de sabermos das pendências que a casa precisa solucionar e vimos no nosso projeto, a oportunidade certa de ajudar a conseguir uma casa, ou até mesmo doações tanto de forma monetária como em forma de vestimentas ou brinquedos. Resumindo, vimos na casa a oportunidade ideal de aliar a ideia do projeto de extensão com coisas que acreditamos e de um jeito que pudéssemos pôr nossa identidade.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

32 - Fome zero e agricultura sustentável;
3 - Saúde e bem estar.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Na Casa de Apoio à Criança com Câncer, que fica localizada no Estácio.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Nosso primeiro resultado foi a doação que fizemos no pátio da faculdade, incluindo um vídeo que divulgamos no Instagram. Entregamos essa primeira parte das doações, mas o trabalho não acabou. Começaremos com a divulgação da nova localização da casa.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Com o projeto foram beneficiados 116 crianças e adolescentes sendo eles, até 12 anos, um total de 74 e 43 de 13 a 18 anos. 50 famílias foram ajudadas.

Foto N° 44 – Integrantes do grupo da UNIFACHA na entrega das doações



Fonte: Arquivo de Luiza Muniz, integrante do Grupo da UNIFACHA

Foto N° 45



Fonte: Bruna Santos, integrante do Grupo UNIFACHA

Foto N° 46



Fonte: Bruna Santos, integrante do Grupo UNIFACHA

Foto N° 47



Fonte: Bruna Santos, integrante do Grupo UNIFACHA



GRUPO 13

ÁRVORE DO SABER

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O Projeto Árvore do Saber fortalece uma biblioteca informal em Cabo Frio (RJ), onde livros didáticos são doados e disponibilizados gratuitamente à comunidade. Nosso objetivo é ampliar a arrecadação de livros e materiais escolares, promovendo o acesso à educação para pessoas em situação de vulnerabilidade. O projeto atende moradores de diversos bairros, especialmente aqueles com pouco acesso a materiais educativos. Entre os desafios estão a baixa variedade de livros, falta de estrutura física e divulgação. Atuamos na arrecadação em prédios residenciais e planejamos campanhas para ampliar o alcance. Medimos impacto pela quantidade de livros arrecadados, usuários beneficiados e engajamento comunitário. A iniciativa promove cidadania, solidariedade e inclusão social.

INTEGRANTES DO GRUPO

Gabriel Machado
Luiz Eduardo Rebouças
Victor Apicelo

PÚBLICO-ALVO

Pessoas em situação de vulnerabilidade social e estudantes que precisam de materiais escolares e livros.

OBJETIVOS

Fortalecer a "Árvore do Saber" ampliando o acervo de livros e materiais escolares disponíveis.

JUSTIFICATIVA

Biblioteca informal que oferece livros educacionais gratuitamente, promovendo acesso à educação e leitura.

Foto Nº 48



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 49



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 50



Fonte: arquivo pessoal do grupo

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 4 - Educação de Qualidade,
- 10 - Redução das Desigualdades
- 11 - Cidades e Comunidade Sustentáveis.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Esquina da Rua Getúlio Vargas, bairro Caiçara, em Cabo Frio-RJ.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Durante a campanha, foram arrecadados 35 materiais escolares, entre livros, cadernos, revistas educacionais e agendas.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Ainda não é possível mensurar o número de beneficiados diretamente pelo projeto, pois não acompanhamos presencialmente o uso contínuo. No entanto, acreditamos que um número significativo de pessoas será impactado positivamente com o aumento da disponibilidade de livros gratuitos no espaço.

GRUPO 14

Comunicação de Portas Abertas

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nosso projeto é uma continuação dos semestres anteriores, mas com um novo objetivo. Levamos ao Colégio Estadual Herbert de Souza cartazes informativos sobre o programa “Pé-de-Meia” do Governo, que visa manter estudantes do Ensino Médio ativos nas redes escolares através de uma poupança. Caso o estudante seja adequado para participar, ele recebe uma quantia ao longo de todo o Ensino Médio. Com cartazes bem atrativos e colados em pontos estratégicos do colégio, pudemos mostrar aos alunos como existem medidas interessantes voltadas a eles.

INTEGRANTES DO GRUPO

Isabelli Aragão
Juliana Albuquerque
Caio Ribeiro

PÚBLICO-ALVO

Estudantes do Colégio Estadual Herbert de Souza
Meninos e Meninas entre 15 e 19 anos

OBJETIVOS

Informar os estudantes sobre a existência e como funciona o programa “Pé-de-Meia”
Auxiliar na permanência de estudantes na escola
Auxiliar indiretamente na situação financeira de estudantes

JUSTIFICATIVA

Escolhemos este tema por já ter contato com o colégio e por achar de extrema importância, já que muitos estudantes abandonam os estudos por diversos motivos. Um auxílio financeiro é, com certeza, capaz de manter alunos estudando. O programa ajuda mais de 4 milhões de jovens atualmente.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 - EDUCAÇÃO DE QUALIDADE
ODS 10 - REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Colégio Estadual Herbert de Souza

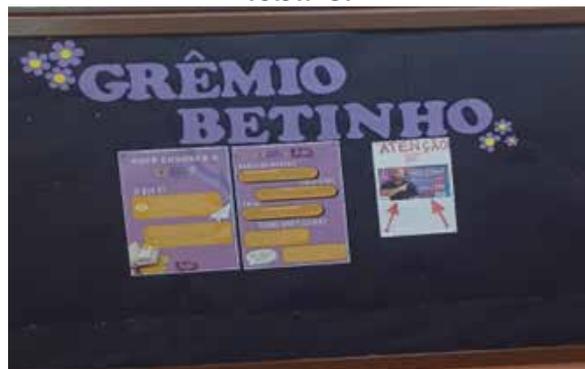
PRINCIPAIS RESULTADOS

Conseguimos informar aos alunos de Ensino Médio do colégio sobre a existência e funcionamento do programa Pé-de-Meia, além de fomentar a permanência deles na escola.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Aproximadamente 550 alunos (O colégio só possui Ensino Médio Integral e noite)

Foto Nº 51



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 52 - Mural do Colégio



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 53 - Mural do Colégio



Fonte: arquivo pessoal do grupo

GRUPO 15

JOGO PENSADO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto "Jogo Pensado" surgiu a partir da ideia do Arthur Gonzalez e João Amarante, de criar uma escolinha de futsal na Zona Sul do Rio de Janeiro. A ideia saiu do papel em março de 2025, quando ocorreram as primeiras aulas personalizadas para desenvolvimento da técnica dos jovens no futsal. Os idealizadores do projeto são formados em educação física pela UERJ.

INTEGRANTES DO GRUPO

Arthur Alonso
Igor Loureiro
Vinicius Gomes

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do Jogo Pensado são crianças e adolescentes entre 8 e 17 anos, moradores da Zona Sul do Rio de Janeiro que têm o interesse em refinar a sua técnica no esporte e aprender os fundamentos do futsal desde o início também.

OBJETIVOS

O objetivo da escolinha de futsal, Jogo Pensado, é proporcionar um aprimoramento técnico e físico de crianças e adolescentes do Rio de Janeiro no esporte, através de treinos elaborados pelos próprios donos do projeto.

JUSTIFICATIVA

A escolha do nosso grupo por apoiar este projeto neste período deve-se ao fato de que o "Jogo Pensado" estava carente de conteúdos visuais e, por conta disso, enxergamos uma oportunidade em criar um banco de imagens para apoiá-los neste início de trajetória.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 3 – Saúde e bem-estar;
- 8 – Trabalho decente

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Quadra de futsal da Lagoa, próximo às quadras de basquete e da entrada do Parque Natural Nacional da Catacumba.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Desenvolvimento de um banco de imagens com mais de 200 fotografias tratadas no Adobe Lightroom.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

10

Foto Nº 54



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 55



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 56



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 57



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 58



Fonte: arquivo pessoal do grupo



GRUPO 16

CENTRO SOCIAL WALDEMAR CAETANO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O objetivo deste projeto é ampliar, nas redes sociais, o alcance e o engajamento do Centro Social Waldemar Caetano, localizado na Mangueira, Rio de Janeiro.

INTEGRANTES DO GRUPO

André Zamora
Clarissa Cofré
Daniela Martins
Giovanna Rocha
Lorena Barbosa
Richard Monteiro
Rafael Ajooz

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo da CSWC são os moradores da comunidade da Mangueira em situação de vulnerabilidade social, os ajudando a acessar serviços de saúde, estudos, cultura e lazer de qualidade.

OBJETIVOS

Ampliar, nas redes sociais, o alcance e o engajamento do Centro Social Waldemar Caetano, localizado na Mangueira, Rio de Janeiro.

JUSTIFICATIVA

O perfil do Instagram da ONG tinha pouquíssimas informações e era extremamente simples, o que chamou a atenção do grupo. Melhorando a comunicação visual, é possível divulgar os eventos e serviços oferecidos pela mesma com mais facilidade. Também queríamos deixar um manual de marca para facilitar futuras postagens feitas pelos voluntários.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

A ONG escolhida para o projeto tem relação com a ODS1 (Erradicação da Pobreza), com a ODS4 (Educação de qualidade) e ODS3 (Boa saúde e bem estar).

Foto Nº 59



Fonte: arquivo pessoal do grupo

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Comunidade da Manguera, Centro Social Waldemar Caetano.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Aumento do número de seguidores do Instagram da ONG em 34.38%.

Padronização no feed.

Criação de bio no Instagram compatível com a proposta.

Cobertura audiovisual da ação de Páscoa.

Criação do Manual da Marca.

GRUPO 17

REDE EDUCACIONAL DE DESENVOLVIMENTO E INCLUSÃO DE JOVENS ADULTOS (REDIJA)

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O REDIJA é um coletivo formado por voluntários, que tem como objetivo, por meio da solidariedade e da doação de habilidades, capacidades intelectuais e recursos materiais, oferecer oportunidades às parcelas mais vulneráveis da população. Busca-se, assim, promover o desenvolvimento pleno da cidadania, da cultura, do direito e da igualdade de oportunidades, sempre respeitando a diversidade presente na sociedade.

Fundado oficialmente em 2019, durante o período da pandemia, o REDIJA passou a contar com um espaço próprio. No entanto, sua trajetória tem início antes disso. O primeiro pré-vestibular comunitário vinculado ao coletivo, o PVC Cidade Alta, foi criado em 2012, inspirado pelos princípios e orientações da Educafro.

Essa iniciativa educacional tem como missão

oferecer suporte gratuito a estudantes de baixa renda que desejam ingressar no ensino superior. O projeto é conduzido por educadores voluntários, universitários e profissionais comprometidos com a promoção do conhecimento e a ampliação da igualdade de oportunidades.

INTEGRANTES DO GRUPO

Alanis Ximenes
Débora Espasandin
Ellen Adriana
Letícia Barbosa
Wallace Nascimento

PÚBLICO-ALVO

Jovens e adultos que querem prestar vestibular.

OBJETIVOS

O projeto ainda não possuía uma presença ativa nas redes sociais, e muitos integrantes demonstraram não saber como criar ou gerenciar uma conta institucional. A falta de visibilidade digital dificulta a divulgação das ações e o engajamento com o público externo, o que pode impactar diretamente na captação de novos participantes e no reconhecimento do trabalho desenvolvido.

Necessidade de apoio na organização do início das aulas do pré-vestibular comunitário: Outro ponto levantado foi a importância de planejar e estruturar melhor o início das aulas, com ações de recepção e acolhimento aos jovens. A comunidade demonstrou interesse em preparar uma abertura mais organizada e acolhedora, com uma apresentação inicial do projeto, orientações básicas e um momento de integração entre os alunos.

Com base nos problemas identificados durante a pesquisa com o projeto Redija, elaboramos uma proposta de trabalho voltada à melhoria da estrutura física, ao fortalecimento da comunicação institucional e ao acolhimento dos estudantes. A proposta foi pensada de forma colaborativa.

Um dos principais pontos observados foi a ausência de um bebedouro, considerada uma demanda urgente. Para resolver essa questão, fizemos a realização de uma ação de arrecadação no valor de R\$ 500,00, montante estimado para a compra de um bebedouro simples.

Outro problema identificado foi a ausência de um perfil institucional do Redija nas redes sociais, especialmente no Instagram, além da dificuldade de manuseio da plataforma por parte dos responsáveis. Com isso, criamos um perfil oficial do projeto no Instagram, com identidade visual simples e acessível, adicionamos a localização do projeto e formas de contato. Também criamos conteúdos iniciais, como postagens sobre a criação do REDIJA, o folder sobre o processo de inscrição, e da nossa arrecadação.

Como parte do processo, também propusemos a realização de uma oficina prática com os responsáveis, para capacitá-los no uso da plataforma, ensinando como publicar, interagir com seguidores e manter o perfil ativo e relevante. Essa ação tem como objetivo ampliar a visibilidade do projeto, atrair novos estudantes, voluntários e possíveis apoiadores.



Por fim, para tornar o início das aulas mais acolhedor e bem organizado, sugerimos ações específicas voltadas à recepção dos estudantes. Entre elas, está a elaboração de um roteiro de boas-vindas, com um coffee break, apresentação dos professores e explicações sobre o funcionamento do projeto. Também propusemos a criação de um momento de integração, com dinâmicas leves e roda de conversa, com o intuito de aproximar os alunos e promover um ambiente mais receptivo.

Todas essas ações foram pensadas com base nas competências desenvolvidas ao longo da formação acadêmica, como comunicação, produção de conteúdo, organização de eventos e estratégias de engajamento. Dessa forma, esperamos contribuir ativamente para o fortalecimento do projeto Redija e para o impacto positivo que ele gera na vida dos jovens atendidos.

JUSTIFICATIVA

Um dos grandes problemas que assolam os territórios periféricos é a falta de acesso à educação e a grande resistência que muitas pessoas têm em estudar. Outra questão é que muitos até querem, mas não têm nenhum suporte que os ajudem a realizar o sonho do ensino superior.

A Cidade Alta, comunidade que fica no bairro de Cordovil, é uma localidade com grandes conflitos de violência devido às guerras de facções e aos confrontos com a polícia, sendo um lugar onde é difícil fazer com que movimentos sociais existam e se mantenham.

Por isso, nós, do grupo, escolhemos o pré-vestibular REDIJA para desenvolver o nosso projeto de extensão. Mesmo com todas as dificuldades que o território enfrenta, eles não desistem de manter a força da educação, colaborando para que jovens e adultos entrem no ensino superior.

Assim, nós, alunos, decidimos usar as habilidades aprendidas no curso de Jornalismo e empregá-las para potencializar esse projeto e contribuir para sua melhoria. Por fim, a nossa escolha também se deu porque acreditamos que a educação transforma o presente e também o futuro. Portanto, buscamos construir formas para que o REDIJA fosse mais conhecido na própria comunidade e seus participantes, mais reconhecidos.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos.

Objetivo 6. Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos.

Objetivo 10. Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles

Foto Nº 60



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 61 – Integrantes do grupo e profissionais do Redija



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 62 – cartaz de divulgação da campanha de arrecadação

Participe da nossa campanha de arrecadação no valor de R\$ 500,00 para a compra de um bebedouro e galões de água para os nossos alunos do Pré-Vestibular Comunitário. Contribua com o que puder! A Educação abre portas!



REDIJA
NÃO EXISTEM ALUNOS SEM BEBIDA E FALTA DE EDUCAÇÃO
CIDADE ALTA

Sua ajuda faz a diferença!

DOE PELA CHAVE PIX
redijacidadealta@gmail.com

Fonte: arquivo pessoal do grupo

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Cidade Alta.

PRINCIPAIS RESULTADOS

organização e eficiência na execução de metas de curto prazo, mostrando a capacidade do projeto de planejar, mobilizar recursos e entregar resultados concretos.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Aproximadamente 20 pessoas.

GRUPO 18

UNIFACHA com Instituto Apontar

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O Instituto Apontar trabalha e ajuda crianças e adolescentes com superdotação a atingir o seu o maior nível academicamente ou artisticamente, sendo focado em escolas públicas, onde as crianças podem ter mais dificuldades de conseguir desenvolver seu máximo potencial.

INTEGRANTES DO GRUPO

João Gabriel Távora
Leonardo Leite
David Bronstein
João Miguel Brum
João Pedro Scott
Antônio Salgado

PÚBLICO-ALVO

Diretores e professores de escolas e principalmente, os pais dos alunos

OBJETIVOS

Ajudar a propagar e divulgar esse projeto, indo às escolas e gravando conteúdos para as redes sociais, além da criação do tic toc.

JUSTIFICATIVA

É importante que crianças com menor poderio financeiro, consigam ter a oportunidade de aprofundar seus talentos e conquistar uma carreira de sucesso no futuro.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

4 - Educação

LOCAL DE REALIZAÇÃO

A sede da ONG fica no Centro, porém onde fizemos mais trabalhos foram em escolas públicas espalhadas pelo Rio de Janeiro, na Zona Norte e na Zona Sul

Foto Nº 63



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 64



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto Nº 65



Fonte: arquivo pessoal do grupo

PRINCIPAIS RESULTADOS

O Instagram do Instituto aumentou em mais de 1000 seguidores no período em que estivemos com eles, chegando a 9302

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Não é possível saber o número exato de pessoas que ajudamos a conhecer o projeto



GRUPO 19

CASA SÃO ROQUE

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto de extensão foi realizado em parceria com a Casa São Roque, uma instituição localizada no Méier que atende crianças de 1 a 4 anos em situação de vulnerabilidade social. O foco do projeto foi organizar uma campanha de arrecadação de materiais de limpeza, como sabão, desinfetante, detergente e panos, itens essenciais para manter a higiene do espaço e garantir um ambiente seguro para as crianças e funcionários. As ações incluíram divulgação nas redes sociais, pontos de coleta na faculdade, residências e entre amigos, além do engajamento da comunidade acadêmica. O projeto teve como objetivo principal contribuir com a manutenção das atividades da instituição e promover a integração entre a universidade e a sociedade.

INTEGRANTES DO GRUPO

Anna Clara Guedes
Artur Ribeiro
Clara Simão
Gabriel Ribas
Marcelo Christino
Maria Vitória Lima
Manuela Claro
Pedro Renato
Pedro Borges

PÚBLICO-ALVO

Crianças de 1 a 4 anos atendidas pela Casa São Roque e suas famílias, em situação de vulnerabilidade social nos bairros do Méier.

OBJETIVOS

Arrecadar materiais de limpeza para a Casa São Roque, ajudando na manutenção da higiene do local e contribuindo com o cuidado das crianças atendidas pela instituição.

JUSTIFICATIVA

A Casa São Roque depende de doações para funcionar e estava com dificuldade para manter os materiais de limpeza básicos. Como o ambiente recebe crianças pequenas, a higiene é essencial para garantir um espaço seguro. O projeto buscou mobilizar a comunidade acadêmica e redes de apoio para contribuir com essa necessidade urgente, fortalecendo o vínculo entre universidade e sociedade e promovendo um impacto social direto.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 1,
ODS 3
ODS 4

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Casa São Roque – Bairro Méier, Rio de Janeiro (RJ)

PRINCIPAIS RESULTADOS

Arrecadação de mais de 70 unidades de produtos de limpeza, incluindo sabão, detergente, desinfetante, água sanitária, esponjas e panos de limpeza.

Engajamento de aproximadamente 50 doadores, entre alunos, professores e membros da comunidade local.

Criação e divulgação de campanha nas redes sociais, com envolvimento de todos os integrantes do grupo.

Distribuição de cartazes em pontos estratégicos dentro da UNIFACHA e em residências parceiras.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Cerca de 200 crianças, com idades entre 1 e 4 anos, atendidas regularmente pela Casa São Roque.



Foto número 66 – produtos arrecadados pelo grupo da UNIFACHA



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Fotos nº 67 e 68 – produtos arrecadados pelo grupo UNIFACHA



Foto nº 69- Produtos arrecadados pelo grupo UNIFACHA



Fonte: arquivo pessoal do grupo



Fonte: arquivo pessoal do grupo



GRUPO 20

ALÉM DA ARQUIBANCADA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

“Autistas Rubro-Negros” é um projeto de extensão que promove a inclusão de torcedores autistas e pessoas com deficiência (PCD) no Maracanã. A iniciativa, em parceria com a página homônima nas redes sociais, busca criar um ambiente mais acessível e acolhedor nos jogos do Flamengo. A principal proposta é a implantação de uma sala sensorial no estádio, com estrutura adaptada e equipe capacitada. A partir de entrevistas e observações com torcedores PCDs, foram identificados obstáculos como falta de acessibilidade e preparo dos funcionários. O projeto prevê ainda a produção de conteúdo de conscientização e a entrega de um relatório técnico à Fla-Flu Serviços S.A., unindo comunicação, articulação institucional e engajamento comunitário para transformar a experiência dessas pessoas no futebol.

INTEGRANTES DO GRUPO

Letícia Casemiro
Carlos Palermo
Joubert Crispim
Bruno Doubs

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do projeto “Autistas Rubro-Negros” são torcedores com deficiência, especialmente autistas, que enfrentam barreiras para vivenciar os jogos do Flamengo de forma plena, segura e acessível no Maracanã.

OBJETIVOS

Promover a inclusão de torcedores autistas e PCDs nos jogos do Flamengo, por meio da criação de uma sala sensorial no Maracanã e ações de conscientização e acessibilidade.

JUSTIFICATIVA

O projeto "Autistas Rubro-Negros" se justifica pela necessidade de tornar os estádios de futebol mais inclusivos, garantindo que torcedores autistas e pessoas com deficiência possam viver plenamente sua paixão pelo esporte. Atualmente, a falta de acessibilidade, de espaços adaptados e de preparo das equipes de atendimento compromete a experiência desse público.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 10 – Redução das Desigualdades,
ODS 3 – Saúde e Bem-Estar e
ODS 4 – Educação de Qualidade

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Redes Sociais do projeto e ativações no Maracanã

PRINCIPAIS RESULTADOS

Realizamos diversas ativações nas redes sociais que aumentaram o engajamento e conseguimos estabelecer pontes entre a diretoria do clube e o projeto.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Não há uma estimativa concreta.

Fotos nº 70 e 71



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Fotos 72 e 73



Fonte: arquivo pessoal do grupo

GRUPO 21

SEMENTES DO AMANHÃ

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Colaborar com o Instituto Ararás, um instituto de ensino pré-vestibular comunitário localizado na comunidade da Favela do Arará, em Benfica, na Zona Norte do Rio de Janeiro. Esse instituto existe como forma de resistência, promovendo o acesso à educação de qualidade para que jovens periféricos tenham a oportunidade de ingressar no ensino superior.

INTEGRANTES DO GRUPO

Cesar Vinicius
 Jorge Rodrigues
 Juliana Oliveira
 Karen
 Pedro Curvello
 Raissa Landell

PROFESSOR

Ivana Gouveia

PÚBLICO-ALVO

Jovens periféricos.

OBJETIVOS

Participar e ajudar alunos participantes do pré-vestibular da ONG Araras a ter acesso ao ensino superior.

JUSTIFICATIVA

Tentar facilitar que jovens periféricos exerçam seus direitos de continuar tendo acesso à educação.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

4-Educação de Qualidade
 10-Redução de desigualdades



Foto nº 74 – estudantes em aula



Fonte: arquivo pessoal do grupo

Foto nº 75 – estudantes em aula



Fonte: arquivo pessoal do grupo

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Favela do Arará

PRINCIPAIS RESULTADOS

Entregas de kit escolares e de prova aos alunos do pré-vestibular, estreitando ainda mais o vínculo com a missão de fortalecer o sonho de cada jovem que almeja ingressar no ensino superior.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

17 alunos do pré vestibular da ONG Araras



PROJETO DE EXTENSÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA, RELAÇÕES PÚBLICAS, DESIGN, ADMINISTRAÇÃO E MARKETING

PROFESSOR
Leonardo Amato

APRESENTAÇÃO DO PROJETO DO PROFESSOR

A proposta do projeto é desenvolver um jogo onde conhecimentos de empreendedorismo são apresentados, incentivando o conhecimento através da gamificação. A iniciativa busca integrar teoria e prática, aproximando os estudantes de desafios reais.

INTEGRANTES DO GRUPO

O projeto contempla a formação de grupos com no máximo 5 participantes, cada qual liderado por um representante responsável pela interlocução com o professor orientador.

PROFESSOR

Leonardo Amato

PÚBLICO-ALVO

Os jogos poderão ser aplicados em escolas, cooperativas e entidades voltadas para o empreendedorismo.

OBJETIVOS

Objetivo é promover a aplicação prática de conhecimentos acadêmicos, propondo soluções inovadoras através da gamificação que contribuam para o crescimento de novos negócios e gerem impacto positivo na comunidade local e acadêmica. Os jogos poderão ser aplicados em escolas, cooperativas e entidades voltadas para o empreendedorismo. Nesse sentido, o projeto está alinhado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº8, que visa fomentar o crescimento econômico inclusivo, trabalho decente e sustentabilidade. Entrega Principal: Protótipo de um jogo funcional e seu manual de instruções. O protótipo deve demonstrar a mecânica e a progressão do jogo, evidenciando a evolução da ideia e a aplicação dos conceitos empreendedores.



JUSTIFICATIVA

Ao aproximar os estudantes de problemas reais enfrentados por pequenos negócios e startups, o projeto contribui para a geração de novas oportunidades de trabalho e reforça a cultura de inovação, sustentabilidade e responsabilidade social.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº8

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rio de Janeiro, RJ.

PRINCIPAIS RESULTADOS

08 jogos desenvolvidos e mais de 50 alunos impactados, explorando cenários de inovação, empreendedorismo feminino, ecológico, negócios sustentáveis, abertura, e gestão de empresas, entre outros.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

50 estudantes

GAMIFICAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

A proposta do projeto é desenvolver um jogo onde conhecimentos de empreendedorismo são apresentados, incentivando o conhecimento através da gamificação. A iniciativa busca integrar teoria e prática, aproximando os estudantes de desafios reais.

OBJETIVO DO PROJETO DE EXTENSÃO

O principal objetivo é promover a aplicação prática de conhecimentos acadêmicos, propondo soluções inovadoras através da gamificação que contribuam para o crescimento de novos negócios e gerem impacto positivo na comunidade local e acadêmica. Nesse sentido, o projeto está alinhado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) nº8, que visa fomentar o crescimento econômico inclusivo, trabalho decente e sustentabilidade.

EQUIPES DE TRABALHO

O projeto contempla a formação de grupos com no máximo 5 participantes, cada qual liderado por um representante responsável pela interlocução com o professor orientador e pela entrega do formulário solicitado pela coordenação de extensão da UNIFACHA.

METODOLOGIA DE TRABALHO

Para garantir a eficiência e o cumprimento dos prazos, cada grupo estabelecerá um cronograma interno de atividades em conjunto com o professor orientador. A participação de todos os integrantes é essencial em cada fase: planejamento, execução e avaliação. As reuniões serão realizadas periodicamente para alinhar ações e compartilhar resultados parciais, promovendo a troca de experiências e a integração entre as equipes.

ENTREGAS E AVALIAÇÃO

1) Entrega Principal: Protótipo de um jogo funcional e seu manual e de instruções. O protótipo deve demonstrar a mecânica e a progressão do jogo, evidenciando a evolução da ideia e a aplicação dos conceitos empreendedores.

2) Relatório Técnico: O grupo deverá entregar um documento de no mínimo quatro laudas relatando o desenvolvimento, registros fotográficos do processo, dificuldades encontradas, soluções propostas e perspectivas de aprimoramento.

3) Formulário de Extensão: O líder de cada grupo será responsável por preencher as informações solicitadas pela coordenação de extensão da UNIFACHA, evidenciando os resultados e impactos gerados.

4) Apresentação Oral: Cada grupo deverá apresentar sua proposta em apresentação oral a ser realizada ao final do período do Projeto de Extensão.

CENÁRIOS E PÚBLICOS

- **Startup em Ascensão:** Os jogadores gerenciam uma startup desde a ideia inicial até o lançamento e crescimento, enfrentando desafios como captação de recursos, competição e inovação.

- **Inovação e Disrupção:** O foco é a criação de ideias inovadoras que revolucionam mercados tradicionais. Os jogadores precisam identificar oportunidades, lidar com resistência e transformar setores com novas tecnologias.

- **Mercado Global:** Uma simulação de negócios que se expandem internacionalmente, onde os jogadores enfrentam desafios de logística, adaptação cultural e variações econômicas em diferentes regiões.

- **Mulheres Empreendedoras:** Um jogo onde os jogadores desenvolvem empresas lideradas por mulheres. O jogo pode incluir desafios específicos, como acesso a financiamentos, networking e superação de barreiras de gênero, e reforçar estratégias de empoderamento e liderança.



- **Negócios Sustentáveis e Inclusivos:** Os participantes gerenciam empresas que priorizam a sustentabilidade ambiental, social e econômica. O jogo pode abordar a criação de modelos de negócios que incentivem práticas sustentáveis, economia circular e inclusão de diferentes públicos, como minorias e comunidades marginalizadas.

- **Abertura e Gestão de Empresas Sociais:** Uma simulação onde os jogadores criam negócios, equilibrando rentabilidade com o compromisso de resolver problemas. O jogo pode incluir desafios como captação de recursos, parcerias e engajamento de equipe.

- **Inovação com Propósito:** Os jogadores desenvolvem startups que têm como missão resolver desafios globais, como mudança climática, desigualdade social e acesso à educação. Esse tema estimula o pensamento estratégico e a busca por soluções inovadoras que beneficiem a sociedade como um todo.

- **Empreendedorismo Comunitário:** Focado em iniciativas que fortalecem a economia local e promovem a inclusão, esse jogo incentiva a criação de negócios que valorizem a diversidade, a cultura e a sustentabilidade das comunidades onde estão inseridos. Desafios podem incluir a gestão de recursos locais e a construção de parcerias colaborativas.

CONTRIBUIÇÕES PARA O ODS Nº 8

O alinhamento com o ODS nº 8 é evidenciado pela promoção de práticas empreendedoras que fomentem o desenvolvimento socioeconômico local. Ao aproximar os estudantes de problemas reais enfrentados por pequenos negócios e startups, o projeto contribui para a geração de novas oportunidades de trabalho e reforça a cultura de inovação, sustentabilidade e responsabilidade social.

Ao final deste projeto extensionista, espera-se que o estudante tenha maior compreensão das dinâmicas do empreendedorismo, e que cada participante vivencie o sentido prático e transformador de um projeto de extensão.

GRUPO 1

JOGO DE TABULEIRO "BEST BOSS"

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Best Boss é um jogo de tabuleiro que simula a jornada de um empreendedor em busca de equilíbrio entre crescimento, impacto social e sustentabilidade. A cada rodada, os jogadores enfrentam desafios reais, tomam decisões estratégicas e testam seus conhecimentos sobre negócios sustentáveis e inclusivos, de forma leve, educativa e divertida.

COMPONENTES DO JOGO

- 1 tabuleiro temático
- 4 peões de cores diferentes
- 1 dado
- 50 cartas de perguntas (fácil, médio e difícil)
- 22 cartas de Sorte ou Revés
- Manual de instruções

REGRAS DO JOGO

Na sua vez, o jogador lança o dado e avança o número de casas. Se cair em uma casa de pergunta, deve responder uma questão do nível correspondente. As cartas de perguntas são divididas em três níveis: fácil, médio e difícil.

- Acertar: Cada carta indica o avanço no tabuleiro (de 1 a 3 casas).

- Errar: Cada carta indica o recuo (de 1 a 2 casas) ou instrução para pegar uma carta de Sorte ou Revés.

*Ao errar uma pergunta, o retorno é contado a partir da casa anterior ao movimento com o dado.

*Se for a primeira jogada e o jogador errar, permanece na casa de largada.

INTEGRANTES DO GRUPO

Marlon de Lana
Luciane Araújo
Manoela Correa
Caio Mattesco
Bruno Alves

PÚBLICO-ALVO

O jogo é voltado para jovens e adultos interessados em aprender, de forma prática e lúdica, sobre sustentabilidade, ética, diversidade e empreendedorismo social.

OBJETIVOS

O objetivo principal é ser o primeiro jogador a completar a jornada empreendedora, enfrentando obstáculos e aproveitando oportunidades até conquistar o título de empresa promissora no Brasil, com destaque nacional por seu impacto e inovação.

JUSTIFICATIVA

Os empreendedores enfrentam o desafio de equilibrar crescimento econômico, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental. Diante desse cenário, o jogo “Best Boss” torna-se essencial por ser uma ferramenta lúdica e educacional que sensibiliza e capacita indivíduos sobre esses desafios complexos.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 – Educação de Qualidade.

ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

UNIFACHA - Rio de Janeiro.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Durante o teste do jogo Best Boss, participaram 5 jogadores em uma única rodada completa, com duração média de 50 minutos. Ao final da partida:

4 dos 5 jogadores (80%) relataram que aprenderam novos conceitos sobre sustentabilidade e empreendedorismo social. 3 jogadores (60%) acertaram mais da metade das perguntas de nível médio.

As cartas de Sorte e Revés foram apontadas por todos (100%) como o elemento mais divertido e imprevisível da experiência.

5 de 5 participantes (100%) afirmaram que jogariam novamente e que o jogo seria útil em ambientes educativos.

O jogo demonstrou grande potencial como ferramenta de aprendizagem lúdica, com alto nível de engajamento dos participantes.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

O teste foi aplicado para os 5 jogadores mas o jogo Best Boss pode ser utilizado em escolas, universidades, feiras de inovação, ONGs, treinamentos corporativos e ambientes de educação empreendedora. É uma ferramenta eficaz para estimular pensamento crítico, responsabilidade social e engajamento com os princípios do desenvolvimento sustentável.

Figura 1 – Jogo Best Boss



Fonte: Arquivo pessoal do professor

Figura nº 2 – Jogo Best Boss



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 4- Jogo Best Boss



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 5- Jogo Best Boss



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador



GRUPO 2

CRESCÇA OU QUEBRE

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Se ninguém conseguir, vence quem mais se aproximar disso.

2. O que vem na caixa:

- 1 tabuleiro com 44 casas - até 6 peças de jogador - Cartas de Notícia, Tributária (Autônomo, MEI, ME) e Sorte ou Azar - Fichas de dinheiro (R\$ 20 a R\$ 200) - Marcadores de Reputação, Impacto Social e Capital Humano - Painel individual de cada jogador - Dado de 6 lados

3. Como preparar o jogo:

- Cada jogador escolhe uma peça e uma carta de perfil: Autônomo, MEI ou ME - Todos começam com R\$ 1.000, 1 ponto de Reputação e 1 de Impacto Social - Embaralhe os baralhos por tipo e deixe virados para baixo - Coloque as peças no início do tabuleiro

4. Como jogar:

O jogo tem 12 rodadas (de janeiro a dezembro). Em cada rodada, todos os jogadores fazem sua jogada. A ordem pode seguir no sentido horário. Na sua vez, você:

1. Rola o dado e anda o número de casas
 2. Realiza a ação da casa onde parou
 3. Pode fazer até 2 ações extras:
 - Investir (em produto, marketing ou social)
 - Fazer parceria
 - Contratar ou resolver desafio (se for ME)
 - Tentar crescer de Autônomo para MEI ou ME (se tiver os requisitos)
- todas as vezes que o jogador passar pelo início ele ganha 200 reais.

INTEGRANTES DO GRUPO

Sergio Guimarães
Rita Gomes
Nathan Silva
Ludimila Nogueira
Pedro Henrique Assis da Silva
Lucas Barbosa

PROFESSOR

Leonardo Amato

PÚBLICO-ALVO

Estimular o protagonismo empreendedor de jovens periféricos por meio de um jogo educativo, acessível e baseado em desafios da vida real.

OBJETIVOS

Estimular o protagonismo empreendedor de jovens periféricos por meio de um jogo educativo, acessível e baseado em desafios da vida real.

JUSTIFICATIVA

Muitos jovens de baixa renda enfrentam dificuldades para entender como empreender de forma sustentável. O jogo simula a realidade do pequeno empreendedor, permitindo aprendizado lúdico e crítico sobre tributos, impacto social, reputação e gestão financeira. A proposta reforça habilidades de tomada de decisão e planejamento, promovendo inclusão produtiva e educação empreendedora de forma interativa.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 – Educação de Qualidade

ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico

ODS 10 – Redução das Desigualdades

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Escolas públicas, organizações sociais e eventos educacionais no Rio de Janeiro (RJ).

PRINCIPAIS RESULTADOS

120 jovens impactados diretamente em 2024
6 oficinas realizadas com facilitadores locais
4 versões do jogo testadas e validadas
1 manual inclusivo produzido para replicação do projeto

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

40 beneficiados diretos +120 beneficiados indiretos (professores, familiares, instituições)



Figura nº 6 – Integrante do grupo jogando o jogo na Apresentação Final



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 8 – Jogo cresça ou quebre – Apresentação na biblioteca



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 10 – Jogo cresça ou quebre – jogadores jogando na apresentação final



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 7 – Jogo cresça ou quebre



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 9 – Jogo cresça ou quebre – jogadores jogando na apresentação final



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador



GRUPO 3

MENTES DISRUPTIVAS - PARA LÍDERES EMPRESARIAIS

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A proposta do jogo é estimular a criatividade e a inovação em líderes empresariais. Cada jogador vai sortear uma área de atuação e, a partir disso, vai precisar resolver desafios reais relacionados a essa área, usando ideias fora da caixa e tecnologias como inteligência artificial, apps, big data, entre outros.

INTEGRANTES DO GRUPO

Gabriel Matos
Ligia Pilar
Maria Luiza Canellas
Marcos Henrique Ferreira
Mariana Lahorgue
Rachel Simões

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do jogo Mentos Disruptivas são líderes empresariais e profissionais interessados em inovação, criatividade e resolução de problemas reais no mundo dos negócios.

OBJETIVOS

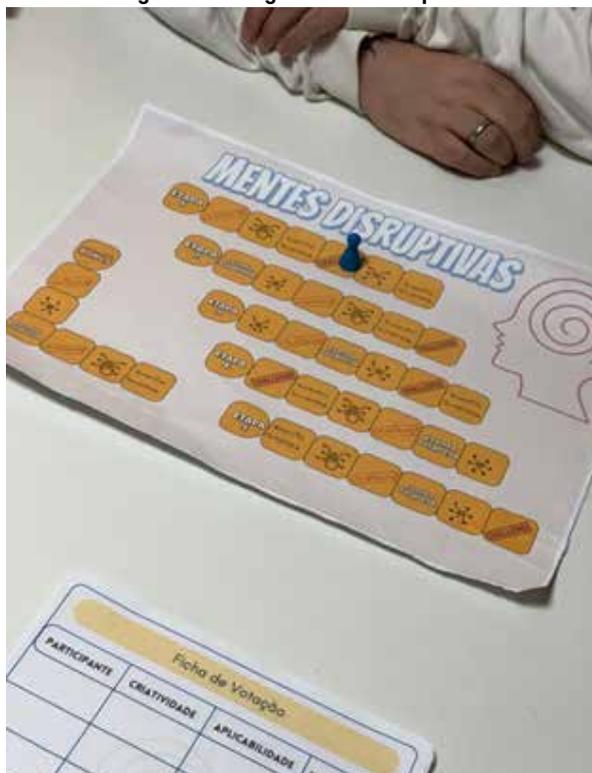
Resolver desafios reais do mundo corporativo utilizando criatividade e tecnologia, gerando o maior impacto positivo possível em diferentes áreas

JUSTIFICATIVA

Em um cenário corporativo cada vez mais dinâmico e imprevisível, empresas enfrentam desafios complexos que não podem mais ser resolvidos com métodos tradicionais. A inovação deixou de ser uma vantagem competitiva e passou a ser uma necessidade para a sobrevivência dos negócios. No entanto, muitas organizações ainda lutam para desenvolver uma cultura que valorize o pensamento criativo, a experimentação e o uso estratégico da tecnologia.

O jogo Mentis Disruptivas surge como uma resposta a essa necessidade urgente, oferecendo uma experiência lúdica e imersiva que simula situações reais do mundo corporativo. Por meio de dinâmicas que envolvem criatividade, colaboração e resolução de problemas com foco em impacto, os participantes são incentivados a pensar fora da caixa e propor soluções inovadoras e aplicáveis.

Figura nº 11- Jogo Mentis Disruptivas



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 12 – Alunos jogando o jogo Mentis Disruptivas na apresentação Final



Fonte: Arquivo pessoal do prof. Orientador

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 – Educação de Qualidade ,
ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico,
ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura

LOCAL DE REALIZAÇÃO

FACHA – Biblioteca

PRINCIPAIS RESULTADOS

9

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

4

Figura nº 13 – Jogo Mentis disruptivas- alunos jogando



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Figura nº 14 – Alunos jogando na apresentação final



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

GRUPO 4

MISSÃO SUSTENTÁVEL

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O Missão Sustentável é um jogo de tabuleiro educativo que simula os desafios de empreender de forma responsável, equilibrando crescimento econômico, impacto ambiental e responsabilidade social. Nele, os jogadores assumem o papel de empreendedores e enfrentam situações reais, como receber investimentos verdes, lidar com multas ambientais e cumprir missões sustentáveis. A dinâmica envolve estratégia, tomada de decisão e interação entre os participantes, com o objetivo de acumular o maior número de Pontos de Sustentabilidade. A proposta é ensinar, de maneira leve e divertida, conceitos importantes sobre sustentabilidade e empreendedorismo.

INTEGRANTES DO GRUPO

Hannah Barros
Antônia Rayza
Gabriel Borges
Isabel Maneschy
Pedro Maia
Rodrigo Bruno

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do Missão Sustentável são jovens e adultos, especialmente estudantes do ensino médio e universitário, interessados em empreendedorismo, sustentabilidade e responsabilidade social. O jogo também é indicado para educadores que buscam ferramentas lúdicas para abordar esses temas em sala de aula, além de empresas e organizações que desejam promover dinâmicas de conscientização ambiental entre colaboradores.

OBJETIVOS

Promover a conscientização sobre sustentabilidade e empreendedorismo, estimulando a tomada de decisões responsáveis por meio de uma dinâmica lúdica, interativa e educativa.

JUSTIFICATIVA

O Missão Sustentável surgiu da necessidade de tornar temas como sustentabilidade e empreendedorismo mais acessíveis e atrativos, especialmente para jovens. Percebemos que conteúdos sobre impacto ambiental, responsabilidade social e gestão de negócios muitas vezes são tratados de forma teórica e distante da realidade dos estudantes. Por isso, desenvolvemos um jogo que une diversão e aprendizado, incentivando a reflexão, o trabalho em equipe e a tomada de decisões conscientes. Através da interação com o tabuleiro e as cartas, os participantes vivenciam, de forma prática e leve, os desafios e benefícios de adotar práticas sustentáveis no mundo dos negócios.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 – Educação de Qualidade: Por promover o aprendizado de forma lúdica e estimular a consciência crítica sobre sustentabilidade.

- ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico: Por abordar o empreendedorismo sustentável e a importância de práticas responsáveis no mundo dos negócios.
- ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis: Por incentivar escolhas empresariais que reduzem impactos ambientais e sociais negativos.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

UNIFACHA

Foto nº 15- visão do jogo Missão Sustentável



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 16 – Estudantes jogando o Missão Sustentável



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

PRINCIPAIS RESULTADOS

O desenvolvimento do Missão Sustentável resultou na criação de um protótipo completo, incluindo 1 tabuleiro com 130 casas numeradas, 4 peões, 1 dado, 90 cartas divididas entre Ação, Missão Sustentável e Sorte ou Azar, além de 100 fichas de Pontos de Sustentabilidade. A equipe, composta por 6 integrantes, realizou diversos testes práticos para ajustar as regras e a dinâmica. Durante o processo, foram feitas mais de 10 reuniões de planejamento e pelo menos 3 sessões de testes internos, garantindo um equilíbrio entre diversão, estratégia e aprendizado sobre sustentabilidade.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

O projeto beneficiou diretamente os 6 integrantes da equipe, responsáveis pela criação, desenvolvimento e teste do jogo. Além disso, nas fases de teste, aproximadamente 20 pessoas participaram como jogadores convidados para validar a dinâmica e as regras. Após a finalização, o jogo tem potencial para beneficiar centenas de estudantes e educadores, podendo ser aplicado em escolas, universidades e eventos educativos voltados à sustentabilidade.

Foto nº 17 – Visão do tabuleiro do jogo



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

GRUPO 5

Cenário Zero

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Jogo de RPG

INTEGRANTES DO GRUPO

Vinicius Naccor

Robert Silva

Ana Garcia

Francisco Garcia

Iago Henriques

PÚBLICO-ALVO

Jovens de 17 a 29 anos, trabalhadores ou não, empreendedores ou não, engajados com causas socioambientais.

OBJETIVOS

Criar um jogo de tabuleiro que estimule a reflexão sobre atitudes sustentáveis e empreendedoras, promovendo soluções criativas para problemas sociais e ambientais.

JUSTIFICATIVA

O projeto busca engajar jovens em temas de sustentabilidade e empreendedorismo por meio de uma experiência lúdica, acessível e educativa, promovendo reflexão e mudança de atitudes.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 8: Trabalho decente e crescimento econômico

ODS 12: Consumo e produção responsáveis

ODS 13: Ação contra a mudança global do clima

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Faculdade de Comunicação Helio Alonso (FACHA) – Unidade Botafogo

Foto nº 18 – Estudantes jogando o Cenário Zero



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 20 – Estudantes interagindo no jogo



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 19 – Estudantes participando do jogo



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 21 – Estudantes interagindo no jogo



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

PRINCIPAIS RESULTADOS

Criação do jogo de tabuleiro “Cenário Zero” com 50 cartas de problemas, 50 cartas de ferramentas, 12 personagens e múltiplas possibilidades de combinação. Grupo com 5 integrantes envolvidos.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Estimativa inicial de 30 a 50 jovens impactados diretamente em sessões de teste e divulgação, com potencial de expansão.



GRUPO 6

EMPREENDE BRASIL

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Empreende Brasil, um jogo dinâmico e estratégico onde você assume o papel de um empreendedor visionário, pronto para desbravar o cenário de negócios do Brasil! Desde a faísca de uma ideia inovadora até a gestão de um império empresarial, você enfrentará desafios, aproveitará oportunidades e competirá com outros jogadores para alcançar o sucesso. Prepare-se para tomar decisões cruciais sobre investimentos, expansão, lidar com imprevistos e construir um legado no vibrante mercado brasileiro.

INTEGRANTES DO GRUPO

Larissa Dias
Maria Eduarda Leal
Leila Vitória
Matheus Araújo
Maria Luzia

PÚBLICO-ALVO

Pessoas acima de 14 anos, com curiosidade de entender como funciona o mundo dos negócios, gestão financeira, dinâmicas do mercado e investimentos.

OBJETIVOS

Acumular o maior patrimônio líquido ao final de um número predefinido de rodadas ou ao atingir um marco financeiro estabelecido. O patrimônio líquido é calculado somando o seu dinheiro em caixa ao valor estimado dos ativos da sua empresa (como expansões e investimentos) e subtraindo suas dívidas. O jogador com o maior patrimônio líquido declarado ao final da partida é o grande vencedor do Empreende Brasil!

JUSTIFICATIVA

O principal benefício é o desenvolvimento de habilidades estratégicas e financeiras. O jogo simula um ambiente de negócios real, onde precisa tomar decisões sobre investimento, análise de risco, planejamento estratégico e resolução de problemas.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 8: Trabalho Docente e Crescimento Econômico

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rio de Janeiro

PRINCIPAIS RESULTADOS

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Nenhum, ainda, pois o projeto não teve a prática.

Foto nº 22

PLACA DE EMPRESA

NOME DA EMPRESA: SETOR:

SALDO DE CAIXA: DÍVIDAS:

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO:

NÍVEL DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE: ☆☆☆☆☆

PATRIMÔNIO LÍQUIDO:

ESPAÇOS PARA CARTAS DE AÇÃO ESTRATÉGICA:

Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 23 – Fichas usadas no jogo

EMPREENDE BRASIL REDE DE CAFETERIAS MODERNAS CUSTO INICIAL: R\$10.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$2.8000	EMPREENDE BRASIL CONSULTORIA DE MARKETING DIGITAL CUSTO INICIAL: R\$9.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$2.700	EMPREENDE BRASIL STARTUP DE APLICATIVOS CUSTO INICIAL: R\$14.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$2.200
EMPREENDE BRASIL LOJA DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS CUSTO INICIAL: R\$8.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$2.000	EMPREENDE BRASIL ACADEMIA DE CROSSFIT E BEM-ESTAR CUSTO INICIAL: R\$11.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$3.000	FÁBRICA DE CERVEJAS ARTESANAIS BEME-ESTAR CUSTO INICIAL: R\$13.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$2.500
EMPREENDE VIAGENS ONLINE (E ESPECIALIZADA) AGENCIA DE VIAGENS ONLINE CUSTO INICIAL: R\$17.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$11.600	DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE 828 DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE 828 CUSTO INICIAL: R\$16.000 POTENCIAL DE RECEITA: R\$13.500	ESCOLA DE CURSOS PROFISSIONALIZANTES ESCOLA DE CURSOS PROFISSIONALIZANTES CUSTO INICIAL: R\$30.500 POTENCIAL DE RECEITA: R\$13.600

Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 24 – fichas usadas no jogo

EMPREENDE BRASIL FAZENDA URBANA DE HORTALÍCAS ORGÂNICAS CUSTO INICIAL: R\$12.000 RENDA BASE POR RODADA: R\$2.300	EMPREENDE BRASIL CLÍNICA DE ESTÉTICA E BEM-ESTAR SAÚDE E SERVIÇOS CUSTO INICIAL: R\$5.000 PATRIMÔNIO LÍQUIDO INICIAL: +R\$1.800
EMPREENDE BRASIL SERVIÇOS DE BEM-ESTAR E BEM-ESTAR SERVIÇOS SAÚDE E SERVIÇOS: R\$10.500 RENDA BASE POR RODADA: +R\$1.800	EMPREENDE BRASIL COMERCIO DE ARTESANATO PERSONALIZADO VAREJO ONLINE E CULTURA: R\$7.500 RENDA BASE POR RODADA: +R800

Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

GRUPO 7

ELA LAB

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O jogo ELA.LAB! foi desenvolvido como parte de um projeto de extensão da UNIFACHA, com o objetivo de propor uma abordagem lúdica e educativa sobre os desafios enfrentados por mulheres no mercado de trabalho. Inspirado no clássico Candy Land, o jogo foi adaptado para refletir de forma simbólica e divertida a realidade profissional feminina.

INTEGRANTES DO GRUPO

Ana Cristina Tavares
Caroline Tavares
Diego Gil
Gabriela Melo
Luiza Mansano
Mateus Navarro

PÚBLICO-ALVO

Recomendado para maiores de 16 anos, incluindo: Estudantes, profissionais, educadores, empreendedoras e interessados em igualdade de gênero e jogos de tabuleiro.

OBJETIVOS

Desenvolver uma ferramenta lúdica que permita a reflexão sobre os desafios enfrentados por mulheres no mercado de trabalho, promovendo a empatia, o pensamento crítico e o protagonismo feminino.

Objetivos Específicos

- Estimular o diálogo sobre desigualdade de gênero no ambiente profissional.
- Criar um jogo acessível, divertido e educativo para diferentes perfis de públicos.
- Proporcionar uma experiência interativa que represente a jornada de mulheres empreendedoras.
- Oferecer uma ferramenta que possa ser utilizada em ambientes educacionais e corporativos.

JUSTIFICATIVA

Em um cenário onde a desigualdade de gênero ainda é uma realidade no ambiente corporativo, é fundamental criar iniciativas que promovam a empatia, a reflexão crítica e o protagonismo feminino. A escolha de um jogo como ferramenta pedagógica visa alcançar diferentes públicos de maneira leve, acessível e engajadora. O ELA.LAB! se propõe a ser uma experiência significativa, despertando consciência e estimulando discussões relevantes através do entretenimento.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 5 – Igualdade de Gênero
 ODS 4 – Educação de Qualidade
 ODS 10 – Redução das Desigualdades

LOCAL DE REALIZAÇÃO

UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

1 jogo de tabuleiro criado com percurso completo e identidade visual própria.
 24 cartas desenvolvidas com base em situações reais enfrentadas por mulheres no mercado de trabalho.
 60 casas no tabuleiro com mensagens educativas, simbólicas e reflexivas.
 3 sessões de testagem realizadas com a equipe, possibilitando ajustes e validações.
 100% dos participantes das testagens consideraram o jogo claro, dinâmico e relevante.
 80% relataram que o jogo gerou reflexão sobre desigualdade de gênero.
 6 estudantes envolvidos diretamente no desenvolvimento do projeto (roteiro, pesquisa, design, prototipagem e produção de conteúdo).
 2 versões do protótipo ajustadas com base em feedbacks e testagens.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

O projeto beneficiou diretamente 36 pessoas até o momento: os 6 estudantes envolvidos no desenvolvimento e cerca de 30 colegas que participaram da apresentação em sala de aula. Além disso, o ELA.LAB! tem potencial de beneficiar mais de 100 pessoas em futuras oficinas, rodas de conversa, ações educativas e atividades corporativas voltadas à reflexão sobre igualdade de gênero.

Foto nº 25 - Imagem do tabuleiro do ela lab



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 27 - Imagem do material componente do jogo



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 26 - Estudantes jogando o Ela Lab



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 28 - Estudantes interagindo no jogo



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador

Foto nº 29 - Estudantes jogando o Ela Lab



Fonte: arquivo pessoal do prof. Orientador



PROJETO DE EXTENSÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA, ADMINISTRAÇÃO E MARKETING

PROFESSOR
Renato Medeiros

GRUPO 1

CRIAÇÃO E REFORMULAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA JORNADA EMPREENDEDORA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nosso grupo foi responsável pela criação e reformulação da identidade visual da Jornada Empreendedora, evento realizado ao longo de dois dias com o objetivo de promover o empreendedorismo por meio de palestras, debates e trocas de experiências. A proposta visual teve como foco tornar a comunicação do evento mais atrativa, moderna e alinhada à proposta de inovação e protagonismo que ele representa.

INTEGRANTES DO GRUPO INTEGRANTES DO GRUPO

Aline Bogaerts de Mattos
Fernanda de Oliveira Lopes
Gabriela Sarandy

PROFESSOR

Renato Medeiros

PÚBLICO-ALVO

Estudantes, Empreendedores, Empregados
e Empregador



OBJETIVOS

Ações Realizadas

a) Criação de uma Nova Logomarca. Desenvolvemos uma nova logo para o evento, com elementos visuais que representam inovação, movimento e criatividade. A nova marca buscou transmitir dinamismo e fortalecer a imagem institucional da Jornada Empreendedora

b) Desenvolvimento de um Mascote Original Criamos um mascote inédito: uma lâmpada, símbolo clássico da geração de ideias. A lâmpada representa o surgimento de soluções criativas e está diretamente relacionada ao objetivo do evento — acender o espírito empreendedor dos participantes. O mascote também funcionou como um elemento visual de fácil identificação e empatia.

c) Reformulação da Paleta de Cores A nova identidade visual utilizou as cores verde, rosa e branco, com os seguintes significados:

- Verde: simboliza crescimento, renovação e equilíbrio.
 - Rosa: representa empatia, sensibilidade e protagonismo.
 - Branco: remete à clareza, inovação e leveza.
- Essa combinação de cores foi pensada para transmitir acolhimento, energia positiva e alinhamento com o público-alvo do evento.

JUSTIFICATIVA

Aplicações da Identidade Visual

A identidade visual reformulada foi aplicada em diversos materiais de apoio e divulgação do evento, incluindo:

- Slides institucionais apresentados antes da entrada dos palestrantes, com a logo, cores e mascote;
- Layouts para posts e stories nas redes sociais, com a identidade visual padronizada;
- Cartazes informativos fixados na faculdade com os horários e detalhes das atividades;

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos,

Objetivo 8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos,

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Centro Universitário Hélio Alonso - UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

Além do trabalho de design e criação visual, estivemos presentes durante os dois dias de realização da Jornada Empreendedora, acompanhando as atividades e nos disponibilizando para ajudar em qualquer necessidade prática do evento. Essa presença ativa demonstrou o nosso comprometimento com a organização e o sucesso do projeto, além de permitir que déssemos suporte direto às demandas operacionais e logísticas quando necessário.

A reformulação da identidade visual da Jornada Empreendedora contribuiu diretamente para fortalecer a imagem do evento, tornando-o mais atrativo e coerente com seu propósito. A criação da nova logomarca, do mascote e da paleta de cores, somada à nossa participação presencial durante os dois dias de evento, mostrou o envolvimento completo do grupo, tanto no aspecto criativo quanto no apoio prático à realização. O resultado foi uma experiência visual consistente, marcante e alinhada com os valores do empreendedorismo que a Jornada se propôs a promover.

Foto nº1 peça de divulgação da Jornada Empreendedora



Foto nº 2 - Cartaz de Divulgação



Foto nº 3 – Cartaz de divulgação de palestra



Descrição da Palestra
Sergio Lopes, 24, transformou sua imagem em marca e carreira no audiovisual. À frente do Serjo Produz, ensina que se vender é saber se comunicar.

04/06 | 9h • Sergio Lopes (@serjoproduz)
No Auditório da UNIFACHA

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 6 – Peça de divulgação de palestra



Descrição da Palestra
biablabla

05/06 | 10h20 • Nome do Palestrante
No Auditório da UNIFACHA

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 9 - Peça de divulgação de palestra



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 4 - Peça de divulgação da Jornada



Descrição da Palestra
biablabla

05/06 | 9h • Thaiza Galindo (@valentinsburger)
No Auditório da UNIFACHA

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 7 – Peça de divulgação da Jornada



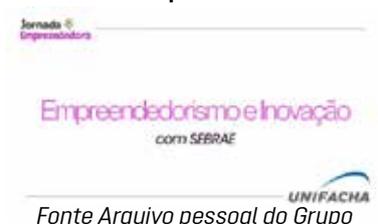
Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 10 Peça de divulgação de palestra



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 11 – Peça de divulgação de palestra



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 5 – Peça de divulgação de palestra



Descrição da Palestra
biablabla

04/06 | 10h20 • Nome do Palestrante
No Auditório da UNIFACHA

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 8 - Peça de divulgação da Jornada



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 11- Peça de Divulgação da Jornada



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 12 – Peça de divulgação de uma rifa



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

GRUPO 2

JORNADA EMPREENDEDORA - ORÇAMENTO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Foram separados grupos para a realização do projeto de extensão com a finalidade de criarmos um evento educativo e transformador para os alunos. Através disto, foi criada a Jornada Empreendedora, para a qual trouxemos 3 palestrantes para falar sobre seus negócios e inspirar os alunos. O grupo se responsabiliza pelo financeiro, portanto orçamos todos os gastos e investimentos em uma planilha para maior organização.

INTEGRANTES DO GRUPO

Gabriella Rodrigues
Rafael Milhazes
Juliana Marra
Fabricio Figueiredo
Ana Julia Varão

PÚBLICO-ALVO

Estudantes e Empreendedores

OBJETIVOS

Mostrar a força do empreendedorismo e promover debates com troca de experiências que agreguem para todos.

JUSTIFICATIVA

O mundo do empreendedorismo vem crescendo cada vez mais, portanto promover eventos como esse cria além de novas oportunidades, troca de experiências com quem já entende do mercado.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- ODS 4 – Educação de Qualidade
- ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico
- ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Auditório da UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

Aprendizado sobre o empreendedorismo e metas financeiras assertivas.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

80 pessoas

Foto nº 13 – Estudante integrante do Projeto no auditório



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 14 - Estudantes do Grupo no auditório da UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 15 – Estudante integrante do Projeto no auditório



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

GRUPO 3

SEMANA DO EMPREENDEDORISMO - RELATÓRIO CURADORIA DE PALESTRAS

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A Semana do Empreendedorismo representa um evento de empreendedores para empreendedores, utilizado para clarear dúvidas e dar mais informações sobre o empreendedorismo no Brasil, e seus diferentes nichos. Nossa proposta era trazer temas relevantes sobre empreendedorismo para o público da FACHA, e sabendo que existem muitas dúvidas e mitos em relação ao empreendedorismo. Com uma breve pesquisa na sala de aula, entendemos que as pessoas se interessam muito por Marca Pessoal E Profissional, e Básicos do Empreendedorismo. Assim, selecionamos as seguintes palestras:

3.1 Você É A Sua Marca: Como se vender sem se vender?

O aluno UNIFACHA e palestrante Sergio Lopes (vulgo Serjo) falou um pouco sobre como transformou sua marca e carreira no audiovisual, potencializando sua comunicação. Tópicos como marketing humanizado, marca pessoal e empreendedorismo do "self".

Horário da palestra: 9h - 9h50

Identificamos o Serjo como uma pessoa que já alcançou muito, tem muito conhecimento para compartilhar, devido às experiências profissionais, e seria alguém que gerasse conexão com o público.

Apesar da pouca participação de alunos na palestra, acreditamos que o assunto ainda é relevante e a escolha da pessoa foi interessante. Acreditamos que a pouca divulgação da palestra tenha motivado bastante esse resultado.

3.2 Carreira Em Minhas Mãos: Ser empregado ou empregador?

Com parceria do SEBRAE, conseguimos trazer o Alex Nogueira (colaborador SEBRAE) com uma palestra ponderando os prós e contras do empreendedorismo. A proposta dessa palestra gira em torno da dúvida de fazer parte do sistema corporativo ou criar um empreendimento - algo muito presente entre alunos da UNIFACHA. Essa parceria foi feita a partir do contato com a Luiza Lopes (aluna do projeto) que trabalha no SEBRAE.

Além disso, a ideia inicial representava uma roda de conversa, contando com a participação dos alunos e diferentes palestrantes e mediadores, formando um debate e compartilhando diferentes perspectivas. Porém, não conseguimos executar essa ideia, devido à falta de palestrantes para participar, e quando atrelamos ao SEBRAE, se tornou mais difícil a participação de pessoas com experiências diferentes.

Hora da palestra: 10h20 - 11h10

Como a palestra anterior, “Carreira Em Minhas Mãos” não apresentou grande repercussão ou interesse, contando com uma audiência baixa. Acreditamos que a palestra não foi executada da melhor maneira e a divulgação não foi feita corretamente.

INTEGRANTES DO GRUPO

Sofia Moreira
Pérola Monteiro
Matheus Drummond
Brenda Souza
Guilherme Degou

PÚBLICO-ALVO

Homens e mulheres, de 19 a 34 anos, classe B e estudantes do Centro Universitário Hélio Alonso, UNIFACHA que possuem empreendimentos ou desejam criar seus próprios negócios no futuro.

OBJETIVOS

Selecionar palestras com temas diretamente ligados às principais dúvidas e interesses do público-alvo (alunos da UNIFACHA),
Trazer palestrantes que aliem experiência prática no mercado à didática acessível,
Diversificar os nichos apresentados nas palestras para expandir o repertório dos participantes,
Conectar os temas das palestras com situações práticas do cotidiano dos estudantes. Garantir uma narrativa coerente entre as palestras, com progressão de conteúdo.

JUSTIFICATIVA

A pesquisa feita em sala revelou uma demanda específica por temas como Marca Pessoal e Profissional e os Fundamentos do Empreendedorismo. Direcionar a curadoria com base nesses dados garante maior aderência do conteúdo ao público, potencializando o engajamento e a aplicabilidade das informações transmitidas. Como o objetivo das palestras é esclarecer mitos e dúvidas, é essencial que os convidados tenham vivência real no empreendedorismo e saibam traduzir isso para o público estudantil. Isso aumenta a relevância das falas e promove identificação com a platéia. Apesar do interesse inicial ser

Foto número 14 – palestrante no auditório da UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 15 – palestra no auditório da UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 16 – Palestra no auditório da UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 17 – Estudantes assistindo palestra no Auditório da UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

por temas básicos, apresentar diferentes nichos do empreendedorismo pode inspirar os alunos a enxergarem oportunidades em áreas que ainda não consideravam. A diversidade também reforça a ideia de que o empreendedorismo é plural e acessível. Relacionar os conteúdos à realidade dos alunos facilita o entendimento e mostra caminhos viáveis para quem deseja empreender ainda na universidade ou no início da carreira. A construção de uma sequência lógica entre os temas (por exemplo: fundamentos → marca pessoal → estudos de caso) facilita a compreensão e gera uma experiência mais fluida e pedagógica para os participantes.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4.4 - Aumentar o número de jovens e adultos com competências relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo.

ODS 8.3 - Promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem atividades produtivas, criação de empregos decentes, empreendedorismo, criatividade e inovação
ODS 10.2 - Promover a inclusão social, econômica e política de todos, independentemente da idade, sexo, deficiência, raça, etnia, origem, religião ou condição econômica.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Centro Universitário Hélio Alonso - UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

Engajamento nas redes sociais e alta mídia espontânea

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

+30



GRUPO 4

JORNADA EMPREENDEDORA – PATROCÍNIO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Inicialmente, o grupo pensou em marcas já conhecidas na faculdade como a Domino's, mas não tivemos retorno. Após tentativa sem sucesso, pensamos em mais possíveis colaboradores, tentamos bastante mas infelizmente não tivemos sucesso na maioria, porém faltando 10 dias para o evento a Trigo Bakery respondeu a nossa equipe.

INTEGRANTES DO GRUPO

Gabriel Donato
Gustavo Lemos
Andressa Rodrigues
Pedro Vogel

PÚBLICO-ALVO

Patrocinadores

OBJETIVOS

A Trigo disponibilizou inicialmente uma quantidade generosa de pães, 8 no total sendo dois tipos de pães e divididos igualmente (4,4). Após uma conversa com o grupo e com a Trigo, traçamos a estratégia para usar os pães nos finais das palestras e entregar um para o palestrante e o outro para o público através de um sorteio. A Trigo adicionou mais 3 pães para usarmos no coffee break, mas sem divulgação, sendo no total 11 pães.

JUSTIFICATIVA

Felizmente conseguimos executar perfeitamente nos dois dias de palestra, sendo que no segundo dia, adicionamos um slide no final da palestra com a logo da Trigo para enfatizar que era um momento proporcionado por eles. Pessoalmente na sexta feira um dos membros do grupo foi na Trigo e teve uma resposta positiva vindo da Trigo, dizendo que adoraram a forma que foram divulgados e felizes após saberem que o momento do sorteio dos pães era extremamente aguardado e que o público presente realmente se engajou com a marca.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Centro Universitário HÉLIO ALONSO

PRINCIPAIS RESULTADOS

A Trigo está aberta para patrocinar o evento novamente e outros que possam acontecer na UNIFACHA.



GRUPO 5

Jornada Empreendedora - UNIFACHA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A Jornada Empreendedora foi um evento universitário organizado por nós, alunos da UNIFACHA e membros da turma de Projeto de Extensão. O evento trouxe palestras com empreendedores reais, oferecendo insights valiosos para estudantes que já empreendem ou têm vontade de começar. Sérgio Lopes falou sobre “Você é a sua marca: como vender sem se vender?”; Thaiza Galindo apresentou “Como construir uma marca que as pessoas amam de verdade”; e Alex Nogueira, do SEBRAE, abordou os temas “Carreira em minhas mãos: ser empregado ou empregador?” e “Empreendedorismo e inovação”. Nosso grupo ficou responsável pela comunicação, cuidando do planejamento e da gestão das redes sociais para promover o evento e atrair o público.

INTEGRANTES DO GRUPO

Amanda Abitam
Eloá Manhães
Natalie Dantas

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo são pessoas que têm interesse em empreender, seja começando um negócio do zero ou já tendo dado os primeiros passos. Em sua maioria, são jovens, estudantes, pequenos empresários ou pessoas que buscam mais autonomia e querem transformar uma ideia em algo concreto. Esse público procura aprender mais sobre o mundo do empreendedorismo, entender os desafios e as facilidades, além de buscar orientações práticas e apoio para conseguir crescer e se desenvolver no mercado.

OBJETIVOS

O objetivo do projeto é mostrar, na prática, como é o caminho do empreendedorismo, destacando tanto as dificuldades quanto as oportunidades. A ideia é orientar e inspirar quem quer empreender, trazendo informações importantes sobre por onde começar, o que é preciso planejar, como lidar com os desafios e quais atitudes são fundamentais para ter sucesso ao abrir e manter um negócio.

JUSTIFICATIVA

A justificativa do projeto é a importância de preparar futuros empreendedores para a realidade do mercado. Muitos têm vontade de empreender, mas não sabem por onde começar ou o que esperar do processo. Por isso, o projeto busca oferecer conhecimento prático e inspiração, mostrando histórias reais e dicas que ajudam a enfrentar os desafios e a tomar decisões mais conscientes no mundo dos negócios.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

O projeto tem aderência principalmente com os seguintes ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) da ONU:

ODS 4 – Educação de qualidade

Promove a educação empreendedora e o acesso ao conhecimento prático sobre como iniciar e manter um negócio.

ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico

Incentiva o empreendedorismo como forma de geração de renda, autonomia financeira e desenvolvimento econômico sustentável.

ODS 10 – Redução das desigualdades

Ao capacitar pessoas de diferentes contextos sociais para empreender, o projeto contribui para diminuir desigualdades de acesso a oportunidades no mercado.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Auditório da UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

A palestra destacou a importância da mentalidade empreendedora, inovação como diferencial competitivo e tecnologia como motor de escalabilidade. Foram abordados temas como startup enxuta, validação de mercado, disrupção e adaptação constante. Os participantes saíram com insights práticos sobre como transformar ideias em negócios e como fazer as pessoas amarem uma marca.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Em torno de 40 a 50 pessoas



GRUPO 6

JORNADA DO EMPREENDEDORISMO - JE

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Instagram oficial do evento, @je.facha, servirá como principal canal de divulgação e interação com o público.

Seguindo com essa proposta, o instagram foi se desenvolvendo aos poucos, com criação de conteúdos. Nós adotamos a estratégia de elaborar postagens e videos, com uma determinada identidade visual, que pudesse trazer essa identificação de marca e projeto para as pessoas. Fizemos posts e videos sobre aquilo que abordaríamos nas palestras. Isso tudo para dar engajamento e atrair publico para o projeto. Nosso objetivo era entregar um material de qualidade e que falasse a linguagem dos alunos, com a temática do empreendedorismo e do CLT. O instagram teve um bom feedback, com bons conteúdos em seu feed e stories.

Nossa identidade visual ficou com cores rosa e verde, um tipo de fonte e modelo de postagem. A identificação com o projeto era importante e tentamos passar uma imagem semelhante a que a Facha normalmente faz, com conteúdos dinâmicos e interativos.

Trabalhamos em equipe com criação de roteiros e ideias de design para o projeto. Utilizamos alguns apps de edição de video com o CapCut e o Canva para criação de artes. Dividimos as tarefas com os componentes do grupo para otimizar nosso tempo e entregar com eficiência o projeto.

O fundamental foi o trabalho em equipe e nossa organização para a realização do evento. Mais do que habilidades ou um projeto excelente, a nossa comunicação foi eficaz e fez com que realizássemos um bom trabalho, com o tempo previsto e entrega do projeto e resultados.

Biografia, stories, reels, videos, postagens e enquetes foram os conteúdos feitos. Tudo pelo instagram e divulgações no whatsapp com copys.

O resultado foi positivo e agregador para todos. Nosso projeto foi entregue no prazo e com bons resultados.

INTEGRANTES DO GRUPO

João Pedro
 Maria Eduarda
 Nathalia Vargas
 Vinicius De Araujo

PÚBLICO-ALVO

Universitários da UNIFACHA interessados em empreender, inovar e criar novas oportunidades.

OBJETIVOS

Incentivar a cultura empreendedora entre jovens universitários, promovendo conhecimento, networking e experiências práticas por meio de ações digitais e eventos presenciais.

JUSTIFICATIVA

O cenário econômico atual exige novas formas de atuação no mercado, e o empreendedorismo se destaca como alternativa concreta e viável para jovens que desejam autonomia e protagonismo. O projeto "Jornada do Empreendedorismo" foi idealizado para preencher a lacuna entre a teoria acadêmica e a prática empreendedora, oferecendo um espaço para desenvolvimento de ideias, troca de experiências e geração de conexões. Ao aliar redes sociais, dinâmicas presenciais e conteúdos relevantes, o projeto aproxima os participantes da realidade do empreendedorismo, capacitando-os a enfrentar desafios com criatividade e visão estratégica.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- ODS 4 – Educação de Qualidade.
- ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico.
- ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Centro Universitário Hélio Alonso - UNIFACHA - Botafogo - Auditório

PRINCIPAIS RESULTADOS

73 seguidores no Instagram
 13 posts: 8 vídeos e 5 postagens
 Bom engajamento, conteúdo nos stories, comentários e curtidas.
 Feedback positivo dos colaboradores – Bons resultados e trabalho em equipe eficiente.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO



GRUPO 7

JORNADA EMPREENDEDORA - UNIFACHA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O professor em questão, organizou os alunos em grupos para a realização de um evento voltado para o empreendedorismo. Nossa equipe ficou responsável pela captação e registro dos dois dias de evento, garantindo o acompanhamento visual e documental das palestras e conteúdo de vídeo com os palestrantes. Para isso, utilizamos uma câmera profissional, três celulares e microfones, o que nos permitiu capturar imagens de qualidade, depoimentos dos palestrantes e a interação do público. Com esse material, produzimos conteúdos para divulgação no Instagram.

INTEGRANTES DO GRUPO

Anna Giulia Guidugli
Beatriz Goulart
João Pedro Eva
Matthews Baldez
Sergio Lopes

PÚBLICO-ALVO

Estudantes que buscam ser empreendedores ou autônomos.

OBJETIVOS

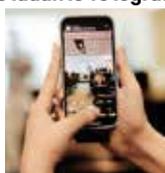
Promover uma reflexão crítica sobre os diferentes caminhos profissionais disponíveis no mercado de trabalho, especialmente entre o regime CLT e o trabalho autônomo, esclarecendo as vantagens e desafios de cada modelo, a partir das experiências reais compartilhadas pelos palestrantes convidados.

JUSTIFICATIVA

Diante das constantes transformações no mercado de trabalho e do crescimento do empreendedorismo no Brasil, chega a ser necessário que os estudantes compreendam as múltiplas formas de atuação profissional existentes. A tradicional estabilidade do regime CLT ainda é valorizada por muitos, mas atualmente, por meio das mídias

Foto nº 18 – Estudantes no auditório UNIFACHA

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 19 – Estudante fotografando o evento

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

sociais, tem se tornado chacota ou visto de forma pejorativa para quem vai ingressar no mercado de trabalho. Enquanto o trabalho autônomo, surge como alternativa de liberdade e inovação, especialmente entre os jovens. No entanto, ambos os modelos apresentam vantagens e desafios que nem sempre são abordados de forma clara no ambiente acadêmico. Assim, a Jornada Empreendedora se justifica como uma oportunidade relevante de debate e aprendizado, ao trazer relatos reais de 3 palestrantes convidados e experiências práticas desses profissionais que trilharam diferentes caminhos, promovendo uma reflexão crítica e informada entre os alunos sobre suas escolhas de futuro profissional.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 – Educação de Qualidade

ODS 8 – Trabalho decente e crescimento econômico

ODS 9- Indústria, Inovação e Infraestrutura

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Auditório da UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

A Jornada Empreendedora contou com a participação de cerca de 40 pessoas, entre alunos, palestrantes convidados e todas as equipe do evento. Tivemos 95% de permanência até o final das palestras, o que demonstra o interesse e envolvimento do público com o tema. Foram registrados aproximadamente 900 fotos e 15 vídeos ao longo dos dois dias de evento e embora não tenha havido um formulário de avaliação ao final para recebermos os feedbacks dos alunos, o retorno informal do público foi bastante positivo, refletindo o impacto e relevância da iniciativa.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Acreditamos que entre 30 a 50 pessoas. Contabilizando as que aprenderam com as palestras, os palestrantes que expuseram seus pensamentos e conhecimento, e nós, dos bastidores do evento, aprendemos em todo o processo de montagem e realização do evento.

Foto nº 22 - Componente do grupo

Fonte Arquivo pessoal do Grupo

GRUPO 8

RELATÓRIO DO EVENTO "JORNADA EMPREENDEDORA"

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nos dias 04/06 e 05/06, a turma do Projeto de Extensão Do Centro Universitário Hélio Alonso - UNIFACHA realizou o evento "Jornada Empreendedora", com o objetivo de promover reflexões práticas e inspiradoras sobre os caminhos do empreendedorismo e da vida corporativa. A programação foi cuidadosamente elaborada para apresentar aos alunos e participantes os diferentes caminhos profissionais possíveis, os desafios e oportunidades de cada escolha, bem como as competências essenciais para construir uma carreira sólida e alinhada com seus propósitos pessoais.

A jornada foi composta por palestras dinâmicas, com convidados que vivenciam na prática os temas abordados e compartilharam suas trajetórias de forma transparente e motivadora. O evento promoveu o diálogo entre alunos, empreendedores e especialistas, oferecendo insights sobre tomada de decisão profissional, autoconhecimento e inovação.

INTEGRANTES DO GRUPO

Carolina Werneck
Rafaela Fernandes
Nathalia Cukier
Luisa Meneses

PÚBLICO-ALVO

Empregado ou Empregador

OBJETIVOS

Propósito dos Palestrantes e Impacto para os Alunos FACHA

O ponto em comum entre todas as palestras foi a autonomia profissional, a capacidade de cada indivíduo de construir sua jornada a partir do autoconhecimento, da comunicação e da criatividade. Os palestrantes foram escolhidos justamente por representarem diferentes caminhos de sucesso, com trajetórias reais, próximas e inspiradoras para os alunos da UNIFACHA.

Queríamos mostrar que:

- Não existe um único modelo de carreira bem-sucedida;
- A comunicação, o propósito e a inovação são pilares para qualquer escolha;
- É possível empreender de forma autêntica e acessível;
- A decisão entre CLT e empreendedorismo exige reflexão e visão de futuro.

O evento cumpriu seu propósito ao proporcionar não apenas aprendizado técnico, mas principalmente inspiração e protagonismo aos estudantes, reforçando a importância de cada um ser o autor de sua própria trajetória.

JUSTIFICATIVA

A Jornada Empreendedora foi mais do que um evento acadêmico; foi uma experiência transformadora. A partir de histórias reais, os alunos puderam compreender melhor os desafios do mercado e, principalmente, perceber que há espaço para todos os tipos de talento e sonho. Com isso, o projeto de extensão reafirma seu compromisso com a formação cidadã, crítica e empreendedora dos alunos da UNIFACHA.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Objetivo 4. Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;

Objetivo 17. Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável



LOCAL DE REALIZAÇÃO

Centro Universitário Hélio Alonso – UNIFACHA.
Botafogo – Auditório

PRINCIPAIS RESULTADOS

Palestrante Serjo Lopes: Como se vender sem se vender?

Um dos grandes destaques do evento foi o aluno da própria FACHA, Serjo Lopes, que trouxe uma palestra inspiradora sobre como transformar a imagem pessoal em marca e carreira. Com trajetória no audiovisual, Sergio compartilhou como a autenticidade e a habilidade de se comunicar com clareza e estratégia foram fundamentais para o seu sucesso profissional. Segundo ele, “saber vender é saber se comunicar”, ressaltando que todo profissional, seja empreendedor ou não, precisa dominar a arte de se expressar e conectar com o público. Sua fala foi marcada por uma abordagem prática e acessível, que encorajou os colegas a acreditarem em seus talentos e a desenvolverem habilidades de marketing pessoal.

Palestra SEBRAE: "Ser Empregado ou Empregador?"

Em parceria com o SEBRAE, a primeira palestra da instituição trouxe um tema provocativo: "Ser empregado ou empregador?", abordando os dilemas contemporâneos da escolha de carreira. A apresentação enfatizou a importância de assumir o controle da própria trajetória profissional, seja optando por uma carreira em empresas ou empreendendo seu próprio negócio. Os participantes foram incentivados a refletir sobre seus perfis, valores

e objetivos, compreendendo que não há um caminho único, mas sim aquele que melhor se alinha à identidade e ao propósito de cada um.

Thaiza Galindo: Como construir uma marca que as pessoas amam?

A empreendedora Thaiza Galindo, fundadora da Valentis Burguer, compartilhou sua história inspiradora de como criou sua marca literalmente de dentro de casa. Com autenticidade e muita perseverança, ela mostrou que é possível começar com poucos recursos, desde que haja propósito, identidade e amor pelo que se faz.

Thaiza destacou que empreender é um ato de coragem, mas também de estratégia: criar uma marca forte exige autenticidade, conexão com o público e valores bem definidos. Sua fala trouxe um olhar sensível e prático sobre os desafios do empreendedorismo feminino e o papel das redes sociais na construção de um negócio.

Segunda Palestra SEBRAE:

"Empreendedorismo e Inovação"

A segunda participação do SEBRAE abordou o tema "Empreendedorismo e Inovação: como transformar ideias em negócios com criatividade". A palestra apresentou ferramentas, metodologias e cases que mostraram que inovar não é apenas criar algo novo, mas resolver problemas de maneira diferente.

Com foco em despertar o olhar empreendedor mesmo entre quem ainda não tem um negócio próprio, a apresentação reforçou que todos podem inovar, seja no ambiente corporativo, em projetos autorais ou dentro da sala de aula.

GRUPO 9

JORNADA EMPREENDEDORA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nos dias 04 e 05 de junho, a turma do Projeto de Extensão da Faculdade FACHA realizou a Jornada Empreendedora, um evento pensado para inspirar e provocar reflexões práticas sobre os diversos caminhos do empreendedorismo e da vida no mundo corporativo. Com uma programação dinâmica e rica em trocas, a jornada teve como propósito apresentar aos alunos e participantes as múltiplas possibilidades de trajetória profissional, os desafios e oportunidades de cada escolha, e as competências essenciais para uma carreira alinhada com os próprios propósitos.

O evento contou com palestras que reuniram convidados atuantes no mercado, que compartilharam suas histórias de forma transparente, motivadora e real. O primeiro dia foi marcado pela presença do empreendedor Serjo, que encantou os participantes ao contar sobre a criação e consolidação do seu negócio, o Brownie do Serjo, inspirando com uma trajetória de superação, criatividade e autenticidade.

No segundo dia, os alunos puderam conhecer de perto o case do Valentins Burger, uma

hamburgueria que tem se destacado com uma proposta inovadora e bem-sucedida, mostrando na prática como é possível empreender com identidade e visão estratégica.

Nos dois dias de evento, contamos ainda com a presença constante do Alex Nogueira, do SEBRAE, que trouxe reflexões valiosas sobre empreendedorismo, planejamento e inovação, contribuindo para que os participantes saíssem da jornada com novas perspectivas e ferramentas para suas vidas profissionais. A Jornada Empreendedora cumpriu seu papel de promover o diálogo entre estudantes, especialistas e empreendedores, gerando insights poderosos sobre autoconhecimento, escolhas profissionais e o futuro do trabalho.

INTEGRANTES DO GRUPO

Jennifer Klayn

Jhenifer Raul

Júlia Reis

Marcos Victor Oliveira

Reinaldo dos Anjos



PÚBLICO-ALVO

O público da Jornada Empreendedora é formado, em sua maioria, por estudantes universitários, especialmente da UNIFACHA, que estão iniciando ou reconfigurando suas trajetórias profissionais. São jovens em busca de caminhos que façam sentido, interessados em compreender melhor o mercado de trabalho, seja para seguir uma carreira em empresas ou empreender com propósito.

OBJETIVOS

Provocar reflexões práticas e inspiradoras sobre O empreendedorismo e a vida corporativa.

JUSTIFICATIVA

A Jornada Empreendedora foi mais do que um evento acadêmico — foi uma experiência transformadora de aprendizado, escuta e inspiração. Ao entrarem em contato com histórias reais de quem trilha caminhos diversos no mercado, os alunos puderam não apenas compreender os desafios e possibilidades do mundo profissional, mas também reconhecer o valor de seus próprios talentos, ideias e sonhos.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 - educação de qualidade,
ODS 8 - trabalho decente e crescimento econômico

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Auditório da UNIFACHA - Muniz Barreto, 51. Botafogo. Rio de Janeiro.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Um evento como a Jornada Empreendedora impactou diretamente mais de 100 estudantes, promoveu o desenvolvimento de competências essenciais, ampliou a visão de carreira por meio de 4 palestras com especialistas do mercado, conectou alunos a iniciativas empreendedoras reais, fortaleceu a extensão universitária com 2 dias de programação intensa e contribuiu ativamente para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, especialmente os ODS 4, 8 e 10.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

O Projeto de Extensão responsável pela Jornada Empreendedora beneficiou diretamente cerca de 100 estudantes da FACHA, além de alcançar professores, profissionais convidados e empreendedores locais, ampliando o impacto da iniciativa para um público total estimado em mais de 120 pessoas ao longo dos dois dias de evento.

Foto nº 21 – Palestra no auditório UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 22 – Palestra no Auditório da UNIFACHA



Fonte Arquivo pessoal do Grupo

Foto nº 23 – estudantes presentes no auditório



Fonte Arquivo pessoal do Grupo



PROJETOS DE EXTENSÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE E PROPAGANDA, MARKETING E DESIGN GRÁFICO

PROFESSOR
Rafael Melo

GRUPO 1

AFS INTERCULTURA BRASIL

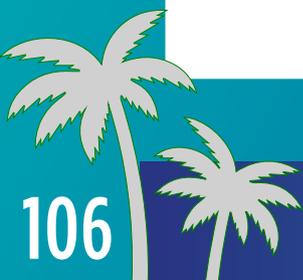
APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O que começou como um simples trabalho de faculdade hoje se tornou uma ideia com potencial real de impacto. Somos alunos do curso de Marketing da FACHA, do turno da noite, e esta proposta nasceu no contexto do projeto de extensão orientado pelo professor Rafael. Ao longo do desenvolvimento, percebemos que nossa iniciativa poderia ir além dos muros da sala de aula, poderia agregar valor tanto à FACHA quanto ao AFS Intercultura Brasil, fortalecendo ambas as instituições através de uma parceria estratégica.

O AFS é uma organização internacional com mais de 70 anos de história, presente em mais de 50 países, promovendo experiências de intercâmbio com foco em educação intercultural, cidadania global e transformação social. O Brasil recebe e envia estudantes por meio do AFS todos os anos, com o apoio fundamental de famílias hospedeiras e voluntários comprometidos.

INTEGRANTES DO GRUPO

Guilherme Valente
Nathalia Motta
Luisa Dias
Joice Oliveira
Jessica Rebouças
Millena Almeida
Marina Farias
Gabriela Milheiros



PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Alunos com interesse em viajar, estudar fora, viver experiências novas e diferentes. Jovem por volta de 16 a 28 anos.

OBJETIVOS

Nosso objetivo é divulgar, atrair novos voluntários, criar um sistema de intercâmbio pela própria FACHA criando uma parceria e descontos para todos os intercambistas. Reforçar a credibilidade, ampliar a visibilidade da ONG e aumentar o número de famílias hospedeiras, parcerias e apoio no Rio de Janeiro.

JUSTIFICATIVA

Para a sustentabilidade dos projetos nós precisamos sempre de novas famílias hospedeiras para abrigar os internalistas de todos os lugares do mundo. Sendo assim pensamos em um projeto que pudesse atrair e acabar com os estigmas relacionados a receber alguém em sua residência na ONG.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 5: Igualdade de Gênero- Por meio de programas que incentivam a equidade e o empoderamento de mulheres e meninas.

ODS 10: Redução das Desigualdades - Ao oferecer oportunidades de intercâmbio e educação intercultural para jovens de diferentes origens socioeconômicas.

ODS 13: Ação contra a Mudança Global do Clima - Incentivando a conscientização ambiental e práticas sustentáveis em seus programas.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rio de Janeiro

PRINCIPAIS RESULTADOS

Porcentagens em anexo no arquivo abaixo.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

A ONG já recebeu e enviou cerca de 14 mil intercambistas no Brasil.



Foto nº 1 - Cartaz de divulgação do projeto



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 2 - Cartaz de divulgação do projeto



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Figura nº 3- Imagem do Instagram



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 2

BRANDING PELLO BEM ANIMAL

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nesse projeto iremos desenvolver uma identidade visual sensível, divertida e moderna, com um novo logotipo, ilustrações e a criação de um mascote que transmitirá afeto, empatia e confiança. A comunicação visual também será estendida às redes sociais com a criação de layouts personalizados para campanhas de adoção, conscientização e arrecadação de recursos. E pensando nisso, iremos reformular a Interface do Usuário (UI) do site. Adicionalmente, o projeto contará com um vídeo animado (ad motion), pensado para emocionar e engajar o público, reforçando a missão da ONG e ampliando o alcance da mensagem.

INTEGRANTES DO GRUPO

Karina Carvalho
Yasmin Uchoa
Carolyne Maruta
Ana Luiza Cespedes
Brunna Golobovante
Bernardo Ventura

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Pessoas que amam animais e estão em busca de um companheiro de quatro patas. Geralmente moram sozinhas, em casal ou têm filhos, e desejam adotar de forma responsável. Valorizam o bem-estar animal, acompanham perfis de ONGs nas redes sociais e se envolvem com causas de proteção e adoção de pets.

OBJETIVOS

Modernizar e fortalecer a comunicação da ONG Pello Bem Animal por meio da criação de uma nova identidade visual, desenvolvimento de um site intuitivo, criação de mascotes que representem a causa e produção de conteúdos estratégicos. Tudo isso para engajar a comunidade, incentivar a adoção responsável, aumentar doações e ampliar o impacto positivo na vida dos animais resgatados.

JUSTIFICATIVA

A ONG Pello Bem Animal realiza um trabalho essencial de resgate, cuidado e adoção de animais abandonados. No entanto, sua identidade visual e meios de comunicação não refletem plenamente o valor do trabalho que desenvolve. Com este projeto, buscamos fortalecer a conexão da ONG com o público, aumentar sua visibilidade, engajar mais pessoas com a causa e, assim, ampliar o número de adoções e doações. O rebranding é necessário para transmitir sua missão com mais clareza, sensibilidade e profissionalismo.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 3 – Saúde e Bem-Estar |

ODS 15 – Vida Terrestre

LOCAL DE REALIZAÇÃO

O projeto será realizado inteiramente online, utilizando plataformas digitais para desenvolvimento e comunicação.

Foto nº 4



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 5



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 6



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

PRINCIPAIS RESULTADOS

Com a modernização da comunicação e a implementação da nova identidade visual, espera-se aumentar em 50% o número de seguidores nas redes sociais da ONG Pello Bem Animal dentro dos primeiros seis meses após o lançamento do projeto. O site da ONG deverá atingir pelo menos 10 mil visualizações mensais no mesmo período, ampliando o alcance da causa. Além disso, o engajamento nas postagens sobre adoção responsável deve crescer em 40%, fortalecendo a conexão com o público. Como resultado desse maior engajamento, pretende-se incentivar a realização de pelo menos 100 adoções de animais no prazo de 12 meses, contribuindo diretamente para o bem-estar dos animais resgatados.

Também se prevê um aumento de 30% nas doações mensais, garantindo mais recursos para os cuidados necessários. Por fim, a criação de dois mascotes digitais será fundamental para fortalecer a identidade da ONG, sendo utilizados em pelo menos 70% das comunicações e campanhas online, promovendo maior reconhecimento e simpatia pela causa.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

O projeto deve impactar cerca de 5 mil pessoas nas redes sociais, ampliando o engajamento e incentivando a adoção responsável de pelo menos 100 animais no período de 12 meses.



GRUPO 3

CASA FAVELA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Criação de E-Books para o uso da ONG, ensinando-os a administrar aulas sobre o Canva e criação de quadrinhos para seus alunos.

INTEGRANTES DO GRUPO

Jhuliene Silva
Pedro Seixas
Raissa Monteiro
Henrique Cipriano
Pedro Martins
Carlos Henrique Lopes
João Melo
Eduardo Pontes

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

ONG Casa Favela, Crianças e Jovens-adultos

OBJETIVOS

Incentivar os alunos da Casa Favela a mexer com ferramentas criativas, seja para fins recreativos ou profissionais, e adicionar aos programas de aula da ONG.

JUSTIFICATIVA

O projeto atende crianças e jovens adultos de baixa renda que precisam de atenção da sociedade. O grupo achou importante impactar esse grupo ensinando o uso de uma ferramenta popular atualmente.

Foto nº 7



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 8



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 9



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 5 - Igualdade de gênero
- 2 - Fome zero e agricultura sustentável

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Alto da Boa Vista, RJ

PRINCIPAIS RESULTADOS

A criação de uma nova aula pela ONG, com 12 alunos participando semanalmente

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

20 a 70

GRUPO 4

INSTITUTO CRIA DA MARÉ: PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO B2B

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Somos estudantes que propõem o fortalecimento da comunicação do Instituto Cria da Maré, ONG que desde 2012 transforma vidas no Complexo da Maré por meio da educação, cultura e arte. Analisando o site e canais atuais, identificamos oportunidades de melhoria para atrair mais parceiros e doadores. Desenvolvemos uma proposta com três frentes: reestruturação do site (mais acessível e moderno, com botão de doação em destaque), criação de um perfil estratégico no LinkedIn para comunicação B2B, e um roteiro de vídeo institucional que emociona e informa sobre o impacto do projeto. Nosso objetivo é potencializar a presença digital da ONG, gerar credibilidade e ampliar sua rede de apoio, conectando empresas a uma causa transformadora.

INTEGRANTES DO GRUPO

Alexander Santana Sampietro
Camila Franco
Guilherme Cabral dos Santos
João Lucas Tomé
Júlia Mendonça
Lívia Santos de Araújo
Lorrany Silva
Mariana Perrone
Victor Hugo Moreira
Vinicius de Souza dos Santos
Tatiana dos Santos

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Empresas investidoras

OBJETIVOS

Criar canais e peças de comunicação para captar empresas investidoras

JUSTIFICATIVA

A ONG possui uma lista de espera de 172 crianças que não estão no projeto. Para aumentar a capacidade de trabalho da ONG é necessário captar financiadores e investidores.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 10 - Redução das Desigualdades

ODS 4 – Educação de Qualidade

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Complexo da Maré, Rio de Janeiro.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Aumento de credibilidade da ONG, aumentar a visibilidade nos canais de comunicação como o LinkedIn e o site que foram reestruturados e captar investidores para a ONG

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

260 crianças e adolescentes

Foto nº 10



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 11

SOBRE O INSTITUTO DA MARÉ

O Instituto da Maré é um projeto social voltado para crianças e adolescentes e tem objetivo de conectar os jovens por meio da educação, cultura e arte. O programa existe desde 2012 e fornece programas de ballet, literatura, reforço escolar e desenvolvimento sócio emocional.



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 12

FORTELECIMENTO DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL PARA ATRAÇÃO DE INVESTIDORES:

- Construção do LinkedIn
- Pitch Deck B2B
- Vídeo Promocional
- Reestruturação do Site

PROPOSTA

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 13



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 14



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 15



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 16



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 17



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 18



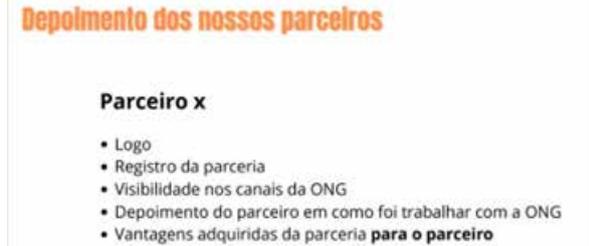
Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 19



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 20



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 21



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 22



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 23

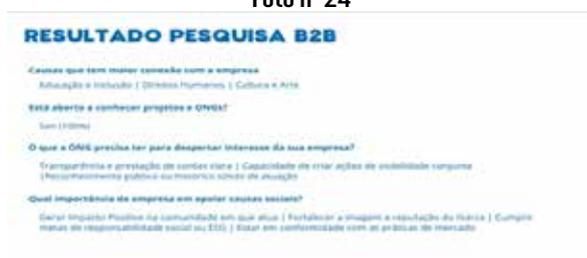
CONTEÚDO ESTRATÉGICO | POSTAGENS

- 01 | 5 Vantagens Reais para Empresas que Apoiam ONGs
- 02 | Por que grandes marcas estão investindo em impacto social?
- 03 | Como sua empresa pode pagar menos impostos e ainda mudar vidas?
- 04 | Como sua empresa pode pagar menos impostos e ainda mudar vidas?
- 05 | O que ganhamos ao apoiar uma ONG? Mais do que você imagina.
- 06 | Qual causa tem mais a ver com o seu negócio?
- 07 | Como encontrar a ONG ideal para sua empresa apoiar?
- 08 | Como as iniciativas sociais funcionam na prática?
- 09 | Patrocinar uma ONG ou fazer filantropia? Entenda a diferença



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 24



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 25

RESULTADO PESQUISA B2B

- Você acredita que apoiar ONGs trará benefícios concretos para sua empresa?**
Sim (100%)
- Onde costuma buscar/buscar ONGs para parcerias?**
Plataformas especializadas em conectar empresas e ONGs (ex: PROSAS, ABCR, Bsocial, etc)
- Quais canais já usou ou usaria para buscar ONGs?**
LinkedIn | Instagram | Pesquisa do Google

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 26



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 27



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 28



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 29



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

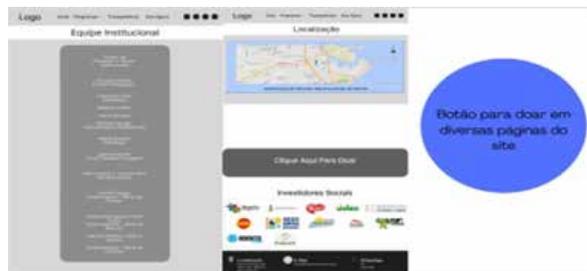


Foto nº 30



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 31



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 32



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 33



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 34



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 35



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 36



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 37

Visualização do site

[link do figma](#)

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 38



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 39



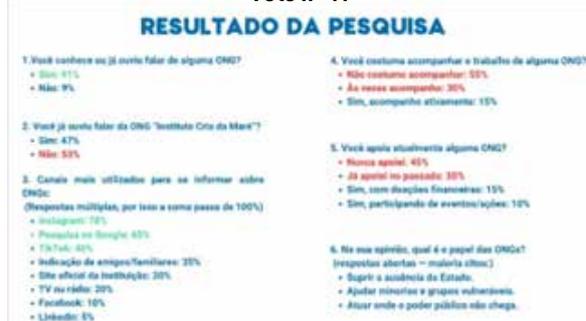
Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 40



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 41



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 42



Fonte: Arquivo pessoal do grupo





GRUPO 5

ONG MAWON

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A ONG desenvolve projetos para integração de migrantes e refugiados, com foco em valorização da multiculturalidade, fortalecimento da autoestima e promoção da autonomia financeira.

Como conteúdo do projeto, criamos peças publicitárias e vídeo institucional.

INTEGRANTES DO GRUPO

Ana Carolina Trigo
Anna júlia Lima
Carolinna Gadelha
Cecília Marini
Deborah Silva
Guita Valera
Iara Albuquerque
Luciana santos
Luna Manes
Maria Luisa Lisboa
Pérola Valente
Rafaela Garcia
Yasmin Faber

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Pessoas interessadas em causas sociais (jovens, universitários, ativistas).

Empresas e patrocinadores que possam apoiar financeiramente.

Imigrantes e refugiados que precisam dos serviços da ONG.

OBJETIVOS

Objetivos gerais: Promover direitos e auxiliar na integração socioeconômica e cultural dos imigrantes e refugiados.

Específicos: Promover um documentário que exponha, traga visibilidade e reconhecimento aos talentos dos imigrantes e toda a cultura da ONG.

JUSTIFICATIVA

Levando em conta todo o repertório cultural da ONG, o projeto parte da necessidade de trazer maior visibilidade aos projetos desenvolvidos, o talento dos imigrantes e a devida valorização das diversas pessoas e culturas

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

Alinhados com as ODS's da ONU:

- 1 - Erradicação da Pobreza
- 8 - Trabalho decente- Desenvolvimento Econômico
- 10 - Redução das Desigualdades

LOCAL DE REALIZAÇÃO

UNIFACHA e redes sociais da ONG

PRINCIPAIS RESULTADOS

Dar visibilidade à atuação da ONG, apresentando seus projetos desenvolvidos desde 2010 e destacando sua relevância na defesa dos direitos e na promoção da dignidade das pessoas imigrantes no Brasil.

Com base na nossa pesquisa:

Mais de 45% tem entre 21 e 26 anos;

83% das pessoas preferem a "midia out of home" como forma de publicidade;

Mais de 80% das pessoas usam o Instagram como rede social principal;

95% do público tem interesse em saber mais sobre uma ONG de refugiados/imigrantes e outras culturas

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

12 mil vidas impactadas

Foto nº 43



Fonte: Arquivo pessoal do grupo



Foto nº 44



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 45



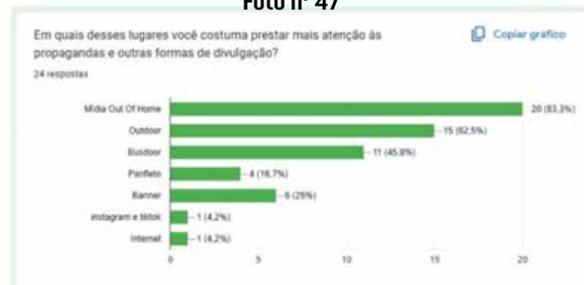
Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 46



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 47



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 48

Você teria interesse em saber mais sobre uma ONG de refugiados/imigrantes e sobre as culturas de outros países?

24 respostas



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 49



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 6

ONG MENINAS E MULHERES DO MORRO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Vamos apresentar a nova identidade visual para os projetos da ONG: Ateliê das Palavras e o Sábado Delas. Além disso, em conjunto com a ONG, organizamos o Instagram, e criamos um site do zero para organização dos projetos, dados e meios de comunicação externa.

INTEGRANTES DO GRUPO

Clara Dias
Eduarda Jung
Eduardo Santos
Giovana Paiva
Giovana Botelho
Karolina Negrão
Maria Eduarda Zurli
Maria Luiza Ferreira
Milena Lopes

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Moradores da Comunidade da Mangueira, (crianças, jovens e adultos, em especial mulheres).

OBJETIVOS

Melhorar a presença da ONG na internet, aumentar a quantidade de voluntários e doações, além de expandir a ONG para outros nichos.

JUSTIFICATIVA

O projeto se justifica porque pretende ajudar a ONG a melhorar sua divulgação e acesso nas redes.



Foto nº 50



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 51



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 52



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- 4 - Educação de qualidade
- 10- Redução das desigualdades
- 17- Parceria em prol de metas (17)

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Comunidade da Mangueira.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Aumentar a visibilidade da ONG e também o número de voluntários e doações. Assim como facilitar o acesso das pessoas de fora da ONG.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Mais de 100.

GRUPO 7

ORFANATO SANTA RITA DE CASSIA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nosso projeto consiste em elaborar um e-book didático para instruir o orfanato a criar eventos engajados e com retorno financeiro. Esse ebook contém informações essenciais para planejar e executar um evento, de qualquer temática, para que obtenha um evento bem sucedido.

INTEGRANTES DO GRUPO

Ana Luisa Texeira
Anna Carolina Gomes
Emanuelle Gonçalves
Gabriel Rocha
Gabrielle Garcia
Isadora Ramalho
João Victor Praça
Maria Clara Moraes
Mariana Reis
Milena Ribeiro
Morena Loroza
Pedro Guilherme
Lara Oliveira

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Pessoas engajadas em causas sociais com crianças.

OBJETIVOS

Instruir de maneira organizada os voluntários e responsáveis da instituição a criar um evento bem sucedido.

JUSTIFICATIVA

Ao observar o orfanato, vimos como maior necessidade a obtenção de verba e, com eventos, seria uma oportunidade de oferecer um suporte para estruturar e ajudar, já que com redes sociais, eles já estão mais organizados.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

1 - Erradicação da pobreza,
4 - Educação de qualidade e
10 - redução das desigualdades.

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Praça Seca, Rio de Janeiro

PRINCIPAIS RESULTADOS

Arrecadação de fundos: gerar ao menos R\$ 5.000 líquidos por edição do evento.

Público participante: atrair pelo menos 300 pessoas no evento anual.

Visibilidade: conquistar cobertura em pelo menos 2 veículos de mídia local e engajamento com 5 novos parceiros/apoiadores.

Desenvolvimento das crianças: envolver 100% das crianças do orfanato em atividades artísticas e culturais ligadas ao evento.

Capacitação institucional: deixar um modelo de evento replicável, com materiais e processos documentados, para continuidade anual.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

300 crianças.

Foto nº 53



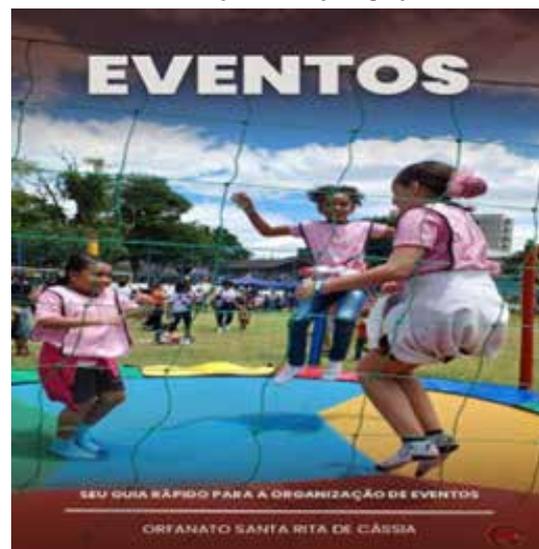
Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 54



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 55 – E-book produzido pelo grupo UNIFACHA



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 56

ÍNDICE

Estrutura do evento	04
Parcerias	06
Logística	09
Captação de imagens e Edição	10
Campanhas e Mídias Sociais	13

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 57

INTRODUÇÃO



Planejar eventos vai muito além de reunir pessoas, é uma oportunidade de criar experiências que conectam, inspiram e transformam vidas.

Este e-book foi criado com carinho para apoiar o **Orfanato Santa Rita de Cássia**, que cuida de crianças em situação de vulnerabilidade, oferecendo um guia prático para estruturar eventos de forma simples, eficiente e cheia de propósito. Que cada página seja um passo a mais para fortalecer laços, mobilizar apoio e espalhar amor.

Página 3

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 58- E-book

Tópico 1 Estrutura de evento EVENTOS

Organização do evento

Organização de Eventos Solidários: Planejamento e Execução
Para garantir o sucesso de eventos beneficentes como festas juninas, bazares ou cafês solidários, é essencial dividir a organização em duas etapas principais: pré-evento (planejamento) e execução (realização). Cada fase exige atenção especial, sempre com foco na arrecadação de recursos para a instituição.

Pré-evento

Um bom planejamento é fundamental para a ONG realizar eventos organizados, com uso eficiente de recursos, evitando imprevistos e garantindo que a ação cause impacto positivo na comunidade.

- ⇒ Levantamento de necessidades e meios.
 - A equipe da instituição deve definir:
 - A meta financeira a ser alcançada;
 - O público-alvo do evento (do bairro, pessoas de fora ou ambos);
 - Os recursos disponíveis (espaço, materiais, equipamentos);
 - Se haverá algum orçamento disponível ou se tudo dependerá de doações;
 - Uma visita ao local ajuda na visualização e reaproveitamento criativo de materiais, reduzindo custos.
- ⇒ Recrutamento de voluntários.
 - Mesmo com equipe reduzida, é possível envolver a comunidade com um formulário simples de inscrição (impresso ou online). A escala deve ser clara, com funções como:
 - Montagem de espaço;
 - Atendimento nas barracas;
 - Organização das brincadeiras;
 - Limpeza/reposição;
 - Recepção do público;
 - Alocar cada pessoa de acordo com seu perfil ajuda no engajamento e evita sobrecarga.
- ⇒ Captação de doações e parcerias
 - Para economizar, é necessário montar uma estratégia organizada de arrecadação. Uma planilha por categorias ajuda a visualizar o que é necessário: Alimentos, estrutura, decoração, mão de obra, brindes/prêmios.
 - Para cada item, deve-se pensar em possíveis doadores: comerciantes locais, feiras, papelarias, pais, Igrejas. Um kit de pedido com logo, objetivo e contatos ajuda a formalizar e profissionalizar o processo.

Página 4

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 59- E-book

Tópico 1 Estrutura de evento EVENTOS

Execução:

Durante o evento, o foco é garantir que tudo funcione bem e que cada atividade contribua para a arrecadação.

Focar em gerar renda: venda de comida, brincadeiras pagas, rifas.

Programação Clara

Exemplo de festa junina:

- Abertura às 14 horas
- 14:30 - Brincadeiras
- 15:00 - Comida
- 16:00 - Quadrilha
- 17:00 - Rifa

Fazer um ponto-começo: Mesa de rifas e tira-tipo de entrada.

Divisão de funções

- Caixa
- Barraca
- Brincadeiras
- Recepção
- Som

Dica: tenha alguém para identificar ninguém fica perdido.

Brincadeiras e lanches pagos

- Pesca, pintura, oficina, corrida do saco, lva fichas.
- Cachorro-quente, pipoca, bolo, suco. Tudo decorado com cartazes.

Varie de R\$3 à R\$8

Extras para arrecadação

- Rifa de cesta simples
- Rifa com QR Code
- Murai com nome dos doadores
- Convite simbólico antecipado

Conclusão
Com organização clara e foco na mobilização comunitária, é possível realizar eventos impactantes com baixo custo e grande potencial de arrecadação. O segredo está no planejamento prévio, uso criativo dos recursos e engajamento dos voluntários e doadores. Cada detalhe conta para transformar solidariedade em ação concreta.

Página 5

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 60- E-book

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 61 - E-book

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 62 - E-book

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 63 - E-book

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 64 - E-book

Tópico 4 Captação de Imagens e Edição EVENTOS

Captação de Imagens

O registro de imagens em instituições sociais, especialmente em espaços que acolhem crianças, exige sensibilidade, atenção aos detalhes e responsabilidade. Mais do que produzir conteúdo, trata-se de respeitar as histórias envolvidas e comunicar com verdade e cuidado. Antes de iniciar qualquer captação de imagem ou vídeo, é essencial garantir autorização prévia dos responsáveis pela criança e pela instituição. A ética e o respeito devem conduzir todo o processo.

[Clique aqui para obter o doc de Autorização de Uso de Imagem.](#)

Fotografia:
A fotografia é uma ferramenta poderosa para comunicar valores e realidades. Para que esse registro seja de qualidade:

- Prefira a luz natural. Ambientes próximos a janelas ou em áreas externas durante o início da manhã ou final da tarde garantem luz suave e favorecem as expressões.
- Evite construí-la. Sempre posicione a câmera de frente ou lateral à fonte da luz.
- Fotografe na altura das crianças. A imagem feita a partir da perspectiva delas gera empatia e aproximação visual.
- Distinga cenas com elementos em diferentes planos, isso traz contexto do ambiente que está sendo gravado.
- Capture momentos espontâneos. Sorrisos, interações e atividades naturais transmitem verdade e conexão.

Filmagem:
A produção de vídeos nesse contexto é narrativa e à emoção transmitida.

- Utilize iluminação adequada, seguindo os mesmos princípios da fotografia.
- Grave no nível do olhar das crianças.
- Explore enquadramentos com profundidade e contexto.
- Registre interações reais e evite forçar poses ou situações.
- Mantenha o foco na dignidade e na valorização das crianças. Evite registros que exponham ou estigmatizem.




Página 10

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 66 - E-book

Tópico 4 Captação de Imagens e Edição EVENTOS

Chegou a hora dos exemplos na prática!

[Exemplo Foto](#)

[Exemplo Vídeo](#)

Para aproveitar ao máximo o conteúdo deste e-book, incluímos links clicáveis que oferecem uma experiência visual! Clique para acessar os vídeos que nos ajudarão a ajudar e entender melhor o assunto!

⚠ Dica: Tenha uma conexão à internet ativa para garantir que você possa acessar todo o material adicional.

Página 12

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 65 - E-book

Tópico 4 Captação de Imagens e Edição EVENTOS

Edições de Fotos e Vídeos

A edição é a etapa que organiza e valoriza o material captado. Ela ajuda a destacar a mensagem, mantendo o conteúdo leve e acessível.

Fotos:

- Use os ajustes do celular ou Canva;
- Ajuste brilho, contraste e nitidez;
- Corrija exposição e alinhe o enquadramento;
- Use filtros com moderação, para que fique o mais natural possível.

Vídeos:

- Ferramentas como CapCut e InShot são intuitivas e completas;
- Corte partes repetitivas e mantenha a atenção no essencial;
- Adicione trilhas sonoras e insira legendas para melhorar a compreensão;
- Priorize uma abertura marcante que chame a atenção para o conteúdo.



Página 11

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 67 - E-book

Tópico 5 Campanhas e Mídias Sociais EVENTOS

Campanhas e Mídias Sociais

Objetivos da campanha

- Gere máxima visibilidade para o evento e para o Orfanato Santa Rita de Cássia e Casa de Apoio;
- Incentive ativamente a participação da comunidade local na Festa Junina;
- Promova todas as formas de contribuição: entrada, compra de alimentos, rifas e doações;
- Engaje o público com conteúdos emocionantes e relevantes sobre o orfanato e as crianças;
- Atrair potenciais patrocinadores e parceiros para futuras edições.

Estratégias de conteúdo

1. Publique conteúdo emocional:

- Mostre as crianças da Casa de Apoio (sempre com autorização e respeito à imagem);
- Apresente suas atividades, sorrisos e destaque a importância do apoio da comunidade;
- Crie vídeos e fotos que emocionem e inspirem o público a participar e contribuir.

2. Compartilhe bastidores do evento:

- Registre os preparativos, o esforço dos voluntários, a montagem do espaço e a criação das oficinas;
- Mostre que cada detalhe é feito com carinho e dedicação;
- Valorize o trabalho de equipe e incentive novos voluntários.

3. Destaque as atrações:

- Apresente de forma animada as oficinas, as barracas de comida, as brincadeiras e outras atividades que acontecerão;
- Crie posts e stories convidativos, com imagens vibrantes e textos chamativos;
- Desperte o interesse das famílias e amigos para participarem.




Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 68 - E-book

4. Divulgue informações práticas:

- Informe com clareza: data, horário, local, valor da entrada e como chegar;
- Explique todas as formas de contribuição disponíveis;
- Facilite o acesso às informações com posts fixos, destaques e links na bio.



5. Estimule a interação com o público:

- Crie enquetes, caixinhas de perguntas, quizzes e desafios relacionados à festa e a Casa de Apoio;
- Responda rapidamente e engaje nas interações, promovendo uma comunicação próxima e afetiva;
- Estimule que o público compartilhe suas expectativas e experiências.

6. Valorize parcerias e patrocínios:

- Apresente e agradeça publicamente os parceiros e patrocinadores;
- Mostre como cada apoio é essencial para o sucesso do evento.
- Incentive o público a conhecer e prestigiar essas marcas.



7. Faça cobertura ao vivo do evento:

- Publique fotos e vídeos em tempo real, mostrando a alegria, a participação e a solidariedade da comunidade;
- Capte momentos espontâneos, sorrisos e brincadeiras;
- Mostre que o evento está sendo um sucesso, incentivando quem ainda não foi a comparecer;

8. Finalize com agradecimento e resultados:

- Crie posts de agradecimento aos voluntários, doadores, parceiros e à comunidade;
- Compartilhe os resultados: valor arrecadado, quantidade de participantes e impacto positivo na Casa de Apoio;
- Reforce a importância da continuidade desse apoio para futuras ações.



Página 14

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 69 - E-book

Métricas: Monitore e analise

- Acompanhe o crescimento de seguidores no perfil do orfanato.
- Observe o nível de engajamento: curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos.
- Meça o alcance e as impressões: quantas pessoas visualizaram os conteúdos.
- Monitore os cliques no link da bio: redirecione para doações e informações do evento.
- Observe o aumento das menções e marcações do perfil e do evento.
- Avalie o sentimento das interações: busque comentários positivos, responda dúvidas e solucione críticas de forma acolhedora.

Resultados esperados:

Garantir a participação ativa da comunidade local, assegurar a arrecadação de fundos para a Casa de Apoio do Orfanato Santa Rita de Cássia, ampliar a visibilidade e o reconhecimento do orfanato na região e fortalecer o relacionamento com a comunidade e construir novas parcerias para o futuro.



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 8

PROJETO ACOLHER - INCLUSÃO E CIDADANIA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O Projeto Acolher é uma ONG dedicada à transformação da vida de crianças e adolescentes na comunidade do Pavão-Pavãozinho Cantagalo. A ONG promove inclusão social através de atividades esportivas, culturais, pedagógicas e sociais, fortalecendo a cidadania.

Eles oferecem esportes como futsal, judô, ginástica artística, vôlei e basquete, além de oficinas de teatro e reforço escolar.

Apesar dos desafios, como divulgação limitada e falta de recursos financeiros, o impacto na comunidade é positivo.

O nosso grupo teve como objetivo principal ampliar a presença digital da ONG, onde, em parceria com a Claudia, atualizamos a identidade visual, estética, posts no Instagram, interação com os pais, parceria com o evento com o Bar do Adão, ocorrido no dia 23/05 (será mostrado na AV2 - 13/06) através de fotos, vídeos e entrevistas. A conclusão do nosso Projeto fornece a ONG apoio para continuar mudando a vida das crianças e sobretudo, utilizando as redes sociais como apoio para visibilidade.

INTEGRANTES DO GRUPO

Icaro Vendruscolo de Freitas e Silva
Yasmin Sousa de Vasconcelos
Gabriel Marcos Maia Melchiades
Rafael Silveira Lemos
Leonardo Gomes de Almeida Moreira Prado
Felipe Silva Reis
Eduarda Albuquerque
Wagner dos Santos

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Crianças da ONG do Projeto Acolher

OBJETIVOS

O nosso objetivo é ajudar o Projeto Acolher a fortalecer a visibilidade e o impacto da ONG na vida das crianças, bem como, o que eles já têm como objetivo.

Nós fizemos:

- Redesenhamos a identidade visual;
- Criamos ideias de posts para as redes;
- Testamos o post e pedimos a opinião dos pais por meio de um formulário;
- Tiramos fotos e gravamos vídeo no evento da ONG com o Bar do Adão;
- Montamos uma assinatura de e-mail para ajudar a coordenadora Claudia.

JUSTIFICATIVA

Ao redesenhar a identidade visual, criamos uma imagem mais atraente e profissional, que facilita a comunicação e o reconhecimento da ONG.

Os posts no Instagram ajudam a engajar a comunidade e a divulgar as atividades e benefícios do projeto. Testar esses posts nos permite entender o que

funciona melhor para atrair a atenção do público e possíveis voluntários.

As fotos e vídeos do evento com o Bar do Adão mostram o impacto real do projeto, criando uma conexão emocional com os seguidores. A assinatura de e-mail personaliza a comunicação da Claudia, facilitando o contato com os pais, parceiros e apoiadores. Isso é importante para fortalecer a imagem institucional, captar novos parceiros e voluntários, aumentar o envolvimento comunitário, garantindo a continuidade e extensão do Projeto Acolher.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 3: Saúde e Bem-estar - As atividades esportivas e pedagógicas promovem a saúde física e mental das crianças;

ODS 4: Educação de Qualidade - O reforço escolar e as oficinas culturais contribuíram para uma educação mais completa e inclusiva;

ODS 11: Cidades e Comunidades Sustentáveis - Ao fortalecer os vínculos comunitários e promover a cidadania, o projeto contribui para a construção de comunidades mais inclusivas e sustentáveis;

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Na sede da ONG - Projeto Acolher e em sala de aula. Nós fizemos algumas reuniões com a Claudia de alinhamento na ONG e no shopping Botafogo.

PRINCIPAIS RESULTADOS

O Instagram foi atualizado e a identidade visual da ONG foi enaltecida pelos pais e apoiadores. Criamos um formulário para os pais avaliarem as mudanças

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

298 participantes ativos

Foto nº 70



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 71



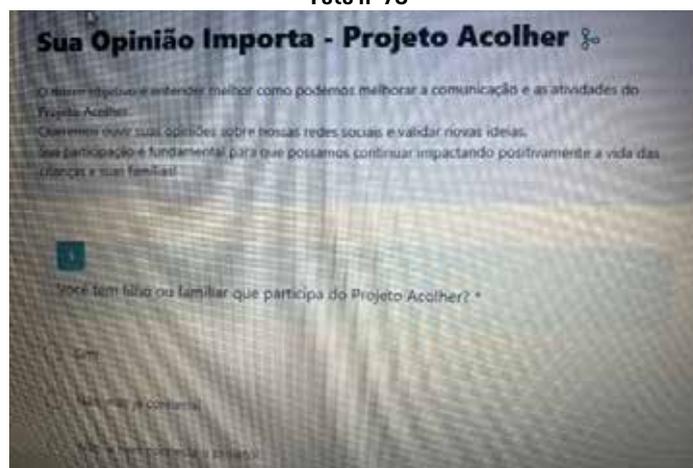
Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 72



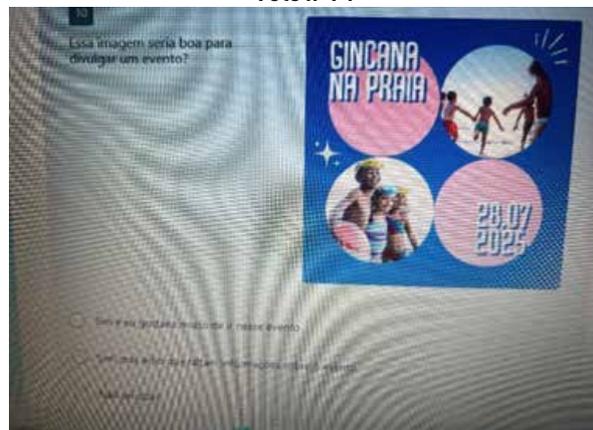
Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 73



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 74



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 75



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 9

PROJETO CASA DE APOIO A CRIANÇAS COM CÂNCER SÃO VICENTE DE PAULO

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto foi pensado em direcionar e planejar o conteúdo das redes sociais da ONG

INTEGRANTES DO GRUPO

Sabrina Fassin
 Marceley Pinheiro
 Eliza Lucas
 Carolina Escovino
 Halani Stele
 João Tinoco
 Amanda Roloff

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Casa de Apoio à Crianças com Câncer São Vicente de Paulo
 Segmento de saúde, oferta de alimentos e oficinas para as crianças e suas famílias.

OBJETIVOS

O projeto foi feito para divulgar e engajar as redes sociais da ONG. O objetivo é apresentar projetos e ações para arrecadar doações e verba

JUSTIFICATIVA

Devido a nossa conversa com o responsável da ONG, analisamos que as redes sociais precisavam de um reposicionamento na comunicação.

A comunicação não estava clara e objetiva e não existia um planejamento de publicações

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

3 - saúde e Bem-estar
 10 - Redução das desigualdades
 16 - Paz, justiça e instituições fortes

LOCAL DE REALIZAÇÃO

ONG localizada em Irajá - Rio de Janeiro.
Campanha de arrecadação nos comércios que estão localizados nos arredores da ONG.
Projeto de planejamento realizado na UNIFACHA.

Foto nº 76



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 77



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 78



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 79



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

PRINCIPAIS RESULTADOS

Cronograma de postagem para 3 meses.
2 posts de carrossel, 3 estáticos, 1 story e 1 reels para as redes sociais.
Manual criativo para a criação de artes para as redes sociais da ONG (contendo identidade visual: paleta de cores, tipografia e templates).
Campanha para arrecadação de doações nos comércios locais de Irajá.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

100 pessoas

Foto nº 80



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 81



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 10

PROJETO DE EMPREGABILIDADE PARA REFUGIADOS

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Criação de uma trilha de empregabilidade para imigrantes e refugiados, com foco em propiciar trabalho decente e reduzir desigualdades, visto que essas pessoas são marginalizadas e têm pouco acesso a empregos formais. A trilha conta com material de apoio (ebook, vídeos-aulas e modelos de currículo) e um workshop presencial com uma psicóloga sobre desenvolvimento pessoal.

INTEGRANTES DO GRUPO

Izadora Marchi
Nicolas Berenger
Karine dos Santos
Erick Amora
Júlia Baltasar
Ana Luiza Mascarenhas
Leonardo Aguiar
Lucas Salvatore
Bruna Pires
Laís Martins
Weronica da Silva

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

DEMOGRÁFICO

Faixa etária: 25 a 40 anos (idade laboral)

Gênero: homens e mulheres

Formação: ensino médio ou superior, completo ou incompleto

Classe social: D

GEOGRÁFICO

Nacionalidade: refugiados e imigrantes oriundos, em sua maioria, de países hispano-hablantes e lusófonos, como Venezuela, Colômbia, Argentina, Bolívia, Peru e Angola

Localização: residentes no Estado do Rio de Janeiro

OBJETIVOS

O objetivo do projeto é entregar os materiais finais que serão produzidos e entregues ao longo do projeto. Eles têm como finalidade oferecer suporte direto aos refugiados e imigrantes na criação de currículos e na preparação para o mercado de trabalho brasileiro.

JUSTIFICATIVA

Este projeto de extensão surge como uma iniciativa social em parceria com o Centro de Atendimento aos Refugiados, instituição que acompanha de perto as dificuldades enfrentadas por refugiados ao buscar colocação profissional no Brasil. Entre os principais obstáculos estão as barreiras linguísticas e culturais, além da validação de diplomas estrangeiros e da adaptação dos currículos aos padrões do mercado local.

Foto nº 82



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 83



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

8 - Trabalho decente e Desenvolvimento Econômico

10 - Redução das desigualdades

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Centro de Atendimento aos Refugiados - Rua Muniz Barreto 100, Botafogo, Rio de Janeiro.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Participação de 20 pessoas no workshop com mais de 90% de satisfação. Além da entrega do material de suporte (e-book, vídeo-aulas e modelos de currículo)

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

8.000 pessoas assistidas

Foto nº 84



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 11

PROJETO ONG JOÃO E MARIA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Nós escolhemos uma ONG chamada João e Maria localizada no bairro Cabral, em Nilópolis que oferece terapias, aulas para as crianças da comunidade, como foco voltado para crianças atípicas (crianças com transtornos globais do desenvolvimento, como autismo, TDAH, etc), atendendo também crianças típicas. Eles nos contataram a fim de melhorarmos a rede de comunicação deles, incluindo a identidade visual deles e suas mídias sociais, para darmos maior visibilidade a eles. Assim, criamos uma logo nova, com uma nova paleta de cores, lhes dando uma marca única, adicionando-a na sua nova conta do Instagram. Como também criamos melhores estratégias de publicações para eles com a nossa equipe de publicidade e propaganda.

INTEGRANTES DO GRUPO

Simone Dias
Júlia Virginio
Júlia Paes
Júlia Mello
Jéssica Araújo
Astrid Rangel
Lucas Maia
Flávio Galiza
Maria Vitória Ferreira
Ludmyla Reis

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

ONG João e Maria que atendem crianças neurodivergentes.

OBJETIVOS

Nessa organização há uma carência de uma identidade visual tanto para o reconhecimento dela nas mídias sociais, como a apresentação de elementos visuais e gráficos que representam aquela instituição em si. Dessa forma, com as nossas habilidades de design, vamos colaborar de modo positivo para a fundação, fazendo com que ela tenha maior alcance do público-alvo e auxiliá-la a obter sua marca própria.

Conforme o desenvolvimento de sua identidade visual (logo, paleta de cores, fontes exclusivas da ONG), poderemos produzir cartazes, cartões de visita, design de produtos (uniforme, cadernos...) e, eventualmente, se o projeto estiver antecipado, um site para eles.

JUSTIFICATIVA

A escolha da ONG João e Maria partiu de uma integrante do grupo (Simone Dias) que teve a ideia de ajudar uma colega (parente da presidente da ONG) em desenvolver e ajustar as redes sociais, com o objetivo em colaborar positivamente no crescimento do projeto, dar maior visibilidade para as crianças neurodivergentes que residem em comunidades para que todas essas crianças possam usufruir da educação com qualidade.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 4 – Educação de Qualidade

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rua João Rodrigues da Cunha, 1126 Nilópolis

PRINCIPAIS RESULTADOS

Com a nova identidade visual, a ONG receberá um crescimento de 60% de seguidores, aumentando positivamente no acolhimento de novas crianças neurodivergentes e serviços ofertados através da ONG a fim de ajudar mais de 30 famílias de comunidades de Nilópolis.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Em torno de 60 crianças.

Foto nº 85

Foto nº 85 ONG João e Maria



Créditos: Simone Dias

2- Identidade Visual e Tipografia



Créditos: Júlia Paes

3- Paleta de Cores



Créditos: Simone Dias

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 12

PROJETO TEAR

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O presente relatório destina-se a documentar e analisar as ações implementadas e os resultados decorrentes do Projeto de Extensão. A iniciativa, voltada para o apoio a ONGs de pequeno porte comprometidas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, apresenta a seguir a identificação dos principais obstáculos e as recomendações que os estudantes orientam para a ONG selecionada.

INTEGRANTES DO GRUPO

Anna Lyvia Barboza
Luciana Mendes
Gabriella Ruy
Natália Moretz-sohn
Lucas Lopes
Paulo Henrique
Marcelo Martins
Mariana Granato
Aryanne Rodrigues

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Crianças (6 a 18 anos) e adultos (formação educadores)

OBJETIVOS

Tem como objetivo promover projetos e atividades do Instituto de Arte Tear, nas redes sociais, para mais visibilidade e capital.

JUSTIFICATIVA

Auxiliar no engajamento da comunidade (Tijuca - RJ) e promover profissionalismo em seus canais de comunicação.

Foto nº 86



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 87



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 88



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 89



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 90



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 91



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 92



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 93



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

4- Educação de qualidade

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rio de Janeiro - RJ

FACHA - Botafogo

Tear – Tijuca

PRINCIPAIS RESULTADOS

Não tem. O objetivo era criar estratégias de comunicação.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

37 pessoas



GRUPO 13

REDE QUE ABRAÇA

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

“Rede Que Abraça” é um projeto de comunicação e mobilização digital criado por estudantes universitários para a Rede Abrigo, com o objetivo de fortalecer o acolhimento institucional de crianças e adolescentes. Estruturado em quatro frentes – “Histórias que Acolhem” (série de posts com histórias reais e imagens simbólicas), “Adote um Dia” (microcampanha de doação com selo digital), “Retratos do Acolhimento” (posts com dados acessíveis da ONG) e “ComunicAcolhe” (proposta de capacitação para abrigos) – o projeto busca sensibilizar o público, engajar nas redes e promover o impacto direto. Através de narrativas humanas, dados visuais e ações práticas, o projeto amplia o alcance e a sustentabilidade da Rede Abrigo.

INTEGRANTES DO GRUPO

Iury Santiago
Nicole Novaes
Carolina Dias
Elson de Souza
Bárbara Mello
Matheus Mello
Marcella Moraes
Priscila Cadete
Ingrid Matos
Yan Guilherme
Flavia Fortuna
Isabel Maneschy
Sarah Lindes
Igor Lindoso
João Pedro Almeida

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Pessoas entre 18 e 45 anos conectadas digitalmente, sensíveis a causas sociais, potenciais doadores e apoiadores. Inclui educadores, estudantes, voluntários, parceiros institucionais e profissionais do terceiro setor.

OBJETIVOS

Humanizar o acolhimento institucional, sensibilizar a sociedade, fortalecer a comunicação da ONG e estimular o engajamento e as doações via ações digitais estratégicas.

JUSTIFICATIVA

Apesar do trabalho essencial realizado por instituições de acolhimento, essa causa ainda é invisível para grande parte da sociedade. A Rede Abrigo atua diretamente no suporte a abrigos, mas precisa ampliar sua presença digital, sensibilizar novos públicos e atrair recursos. "Rede Que Abraça" responde a esse desafio, usando criatividade, afeto e estratégia para conectar pessoas à causa do acolhimento e gerar impacto real por meio da comunicação.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- ODS 1 – Erradicação da Pobreza
- ODS 10 – Redução das Desigualdades
- ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Estado do Rio de Janeiro, com alcance nacional via plataformas digitais da Rede Abrigo.

PRINCIPAIS RESULTADOS

1 arte criada para a série "Histórias que Acolhem" com mockup para lançamento

- 1 carrossel informativo da série "Retratos do Acolhimento" com dados da ONG
- 1 carrossel visual + selo digital para campanha "Adote um Dia"
- Estruturação da oficina "ComunicAcolhe", com plano de capacitação em comunicação para abrigos

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Cerca de 220 crianças e adolescentes acolhidos em 88 instituições apoiadas pela Rede Abrigo no Estado do Rio de Janeiro.



Foto nº 94



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 95

Quem somos?

Rede Abrigo

Desenvolvemos e promovemos soluções para a melhoria do acolhimento institucional de crianças e adolescentes.



"Uma rede que cuida de quem cuida."



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 96

Nasce o projeto: Rede Que Abraça

- Histórias que Acolhem: minissérie emocional nas redes
- Observa Visual: dados acessíveis em forma de infográfico;
- Adote um Dia;
- Capacitação: formação digital para os abrigos parceiros.



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

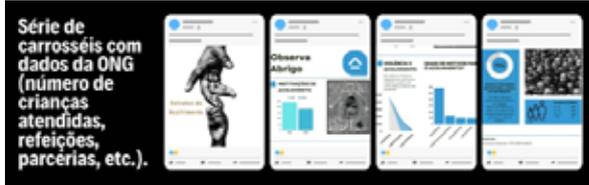
Foto nº 97



Série de posts com histórias reais, imagens simbólicas (sem exposição de rostos)

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 98



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 99

Proposta de carrossel para Instagram



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 100



"Comunic@colhe"
Oficina de capacitação para os abrigos aprenderem a criar posts, reels e se comunicarem melhor nas redes.

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 101



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 102

REDE ABRIGO NINGUÉM CRESCE SOZINHO



redeabrigo.org



@redeabrigo



@redeabrigo



Rede Abrigo

Fonte: Arquivo pessoal do grupo

GRUPO 14

SERMENTE

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto SERMENTE é comandado pela empresária Rafaela Castro Beauty, também conhecida como @rafaelacastrobeauty no Instagram profissional. Especialista em tranças, entrelaçamento e visagismo afro, Rafaela é reconhecida por seu trabalho criativo e por promover o autocuidado como um ato de empoderamento feminino. SERMENTE, é um projeto voltado para o enaltecimento e reconstrução da autoestima de mulheres pretas. Decorre como um movimento de acolhimento, autocuidado e valorização cultural, com a crença de que cuidar de si é um ato político e ancestral. Muito mais além do que promover representatividade, o projeto busca e foca em criar espaços seguros e férteis para que essas mulheres possam florescer, se fortalecer e inspirar transformações em suas trajetórias e comunidades.

O projeto está sendo desenvolvido pelo grupo e cada integrante ficou responsável por uma parte para a entrega final, assim podemos distribuir melhor as tarefas e o andamento do trabalho, dividimos a equipe com a habilidade de cada um.

INTEGRANTES DO GRUPO

Lívia Alves
Ingrid Ramos
Fernanda Malta
Maria Eduarda Camelo
Rachel Garcia
Alessandra Moret
Monique Rodrigues
Nicole Miranda
Enrico Monzo
Ana Beatriz Teixeira
Rafaela Viana de Castro
Breno Bragança Ferreira
Melyssa Sena

PROFESSOR

Rafael Melo

PÚBLICO-ALVO

Mulheres negras de 18 a 35 anos



OBJETIVOS

Promover o fortalecimento da autoestima, do autocuidado e da valorização da identidade de mulheres pretas por meio de vivências coletivas que integrem bem-estar físico, emocional, espiritual e cultural.

JUSTIFICATIVA

O Projeto SerMente busca promover a autoestima e o bem-estar de mulheres pretas por meio de vivências que valorizam a identidade, a ancestralidade e autocuidado. O grande alcance nas redes sociais — como o Reels com 70 mil visualizações, mesmo com apenas 333 seguidores — demonstra o interesse do público e a relevância do tema. A participação de 32 pessoas na pesquisa e o apoio de dois patrocinadores reforçam a necessidade e o potencial de impacto do projeto.

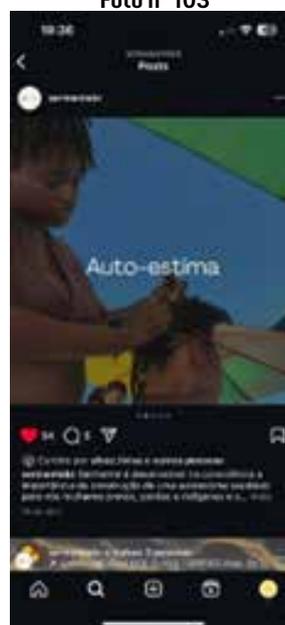
QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

ODS 03 - Saúde e Bem-estar O SERMENTE viabiliza o autocuidado e a valorização da saúde mental e emocional de mulheres pretas.

ODS 05 - Igualdade de Gênero. O SERMENTE atua diretamente na promoção da autonomia e autoestima das mulheres, concebendo espaços de acolhimento e protagonismo feminino.

ODS 10 - Redução das Desigualdades. Valorizando culturas, histórias e identidade que foram historicamente silenciadas, o SERMENTE embate as desigualdades raciais, sociais e econômicas, promovendo representatividade e inclusão.

Foto nº 103



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

LOCAL DE REALIZAÇÃO

QueerCarioca - Travessa do comércio, 16 -
Arco do Teles

PRINCIPAIS RESULTADOS

Temos 333 seguidores no Instagram - o reels do último evento teve 70 mil visualizações - 32 pessoas responderam nossa pesquisa - 2 patrocinadores do evento

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

de 30 a 40 pessoas

Foto nº 104



Fonte: Arquivo pessoal do grupo

Foto nº 105



Fonte: Arquivo pessoal do grupo



PROJETO DE EXTENSÃO EM DIREITO

PROFESSORA
Kícia Carvalho

EDUCAÇÃO CIDADÃ: FORTALECENDO O DIREITO ELEITORAL

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

O projeto visa promover a conscientização sobre temas fundamentais do Direito Eleitoral, como a importância do voto consciente, a transparência no processo eleitoral e o combate a fraudes. Em um contexto local, onde a desinformação e o desinteresse pelo processo eleitoral são desafios significativos, o projeto busca educar e engajar eleitores para que participem ativamente e de forma informada nas eleições. A capacitação da cidadania é essencial para o fortalecimento da democracia local e a integridade das eleições.

INTEGRANTES DO GRUPO

Breno Lucas Baptista
Camila Bezerra da Silva
Cynthia dos Santos de Oliveira
Harrison Figueiredo Lima
Inês Cristina Fernandes e Camilo Rosa
Juliana Arminda Sales do Couto
Julio Silva de Barros Vasserstein
Jullia Eduarda Araújo Brito
Laís Marins
Leonardo Júnior da Costa Lima
Lucas Pinheiro de Vasconcelos Romeiro da Silva
Luiz Alberto Martins Silva
Maria Thais de Souza Rodrigues
Mayara Ferreira de Sousa
Rayane Sousa Laudadio da Silva
Renata Rayana Marques Pereira
Samara Silva Medeiros
Sarah de Jesus Rodrigues
Thiago Ferreira De Oliveira

PROFESSOR

Kícia Carvalho

PÚBLICO-ALVO

Eleitores, estudantes de Direito e comunidades locais.

OBJETIVOS

- Promover a conscientização sobre direitos eleitorais.
- Incentivar a participação ativa no processo eleitoral.
- Educar sobre a importância do voto consciente.
 - Identificar os crimes eleitorais
 - Fornecer uma cartilha simplificada sobre Direito Eleitoral

JUSTIFICATIVA

A democracia depende de eleitores informados e engajados. A desinformação no processo eleitoral pode causar danos irreparáveis à integridade das eleições e à confiança pública. Este projeto atua diretamente na educação eleitoral, buscando conscientizar eleitores e fortalecer a democracia.

QUAL (QUAIS) ODS TEM ADERÊNCIA COM O PROJETO (ATÉ 3 ODS)

- ODS 4: Educação de Qualidade
- ODS 10: Redução das Desigualdades
- ODS 16: Paz, Justiça e Instituições Eficazes

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Pátio da Instituição – UNIFACHA

PRINCIPAIS RESULTADOS

O projeto pretende alcançar cerca de 250 (duzentos e cinquenta) eleitores, melhorando sua compreensão sobre o processo eleitoral e incentivando uma participação mais ativa e consciente. Espera-se também que os integrantes do grupo aprimorem suas habilidades em comunicação e engajamento comunitário.

NÚMERO DE BENEFICIADOS PELO PROJETO

Aproximadamente 250 (duzentos e cinquenta) pessoas diretamente, impactando indiretamente famílias e a comunidade local.



CARTILHA PRODUZIDA PELO GRUPO



SUMÁRIO

- O que é o Direito Eleitoral?.....2
- O Direito Eleitoral no Brasil.....3
- Quais são os direitos?.....4
- Quem pode ou não votar?.....5
- Quais são os órgãos da Justiça Eleitoral?.....6
- Princípios do Direito Eleitoral.....7
- Princípios do Direito Eleitoral.....8
- Classificação dos Direitos Políticos.....9
- Inelegibilidade e Inelegibilidade.....10
- Direitos Políticos.....11
- O que é um Partido Político?.....12
- Procedimentos para a criação de um Partido Político.....13
- Fontes do Direito Eleitoral.....14
- Fontes do Direito Eleitoral.....15
- Eleições de 2024.....16
- Política pública o que é?.....17
- #Fica a dica.....18
- Você sabia?.....19
- Considerações finais.....20

O Direito Eleitoral

O que é Direito Eleitoral?

O Direito Eleitoral é um ramo especial do Direito Público, responsável por regular os processos eleitorais, a garantia e a realização do sufrágio popular.



O Direito Eleitoral é uma área do Direito Público que regula as eleições e a participação política, a sua função principal é garantir que o processo eleitoral ocorra de forma justa, permitindo que a vontade popular seja respeitada.

Além disso, assegura o cumprimento de normas e procedimentos para a eleição dos nossos representantes, sendo assim, uma grande sustentação para a democracia como conhecemos hoje.

Há um ditado popular que diz: "Três coisas não se discutem: política, futebol e religião". Será mesmo que compreender quem são nossos representantes, o que fazem, quais são nossos direitos e deveres, o que podemos ou não fazer, não deve ser um assunto do nosso interesse?

Atual, conforme a Lei n.º 4.732, de 15 de julho de 1965, diz em seu artigo 1º: "Toda pessoa maior de 16 anos, e não excluído no seu nome por mandamento expedido direta e secretamente... dentre candidatos, indicados, etc... partidos políticos nacionais, registrada a situação eleitoral nos seus arquivos na Constituição e leis específicas". Ou seja, é de suma importância entendermos os nossos direitos e deveres para essas eleições. A presente cartilha, tem como finalidade abordar sobre o Direito Eleitoral e a sua relevância na sociedade brasileira.

01

02

O Direito Eleitoral no Brasil

No Brasil, o Direito Eleitoral possui uma história rica e complexa, marcada por transformações que refletem a evolução social, política e jurídica do país. Desde a Proclamação da República em 1889, o sistema eleitoral passou por diversas fases, incluindo a introdução do sufrágio universal, a criação da Justiça Eleitoral e a implementação de leis que regulamentam as eleições e os direitos políticos.

Evolução do direito eleitoral no Brasil



VOCE SABIA?

O Brasil em relação a diversos países, tem a democracia como alicerce, e visa direito e secreto, por aqui a uma liberdade já realizada desde 1930, em contraponto a muitos mais desenvolvimento tecnologicamente como os EUA, ainda utilizam o voto impresso.

Não é só um voto, é seu direito.

03

Quais são os direitos?

Direito ao Voto: art. 2º do Código Eleitoral Brasileiro: "Todo poder emana do povo e será exercido em seu nome, por mandatários escolhidos, direta e secretamente, dentre candidatos indicados por partidos políticos nacionais, resultando a eleição indireta nos casos previstos na Constituição e em leis específicas."

Capacidade Política: art. 3º do Código Eleitoral Brasileiro: "Qualquer cidadão pode pretender investidura em cargo eletivo, respeitadas as condições constitucionais e legais de elegibilidade e incompatibilidade."

Capacidade para o voto: art. 4º do Código Eleitoral Brasileiro: "São eleitores os brasileiros maiores de dezoito anos que se alistarem na forma da lei."

A soberania popular: Artigo 14 da Constituição Federal de 1988: "A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos, e, nos termos da lei, mediante: plebiscito; referendo; e iniciativa popular."

Saiba mais dos seus direitos através das fontes do direito acessível na página 14 da presente cartilha.



04

Como fazer o alistamento Eleitoral?

Requisitos: ser brasileiro, ter pelo menos 16 anos para votar e não ter sido declarado ineligible.

O alistamento pode ser realizado em cartórios eleitorais, postos de atendimento da Justiça Eleitoral ou pela internet, durante períodos específicos.

Além disso, quem não se alistou a tempo, pode solicitar o alistamento para votar e deverá regularizar sua situação em um cartório eleitoral.

O **cadastroimento biométrico eleitoral**, é um processo em que a Justiça Eleitoral coleta os dados biométricos dos eleitores (como impressão digital e foto) e os incorpora ao cadastro eleitoral. Esse sistema permite a identificação única dos eleitores durante a votação.

Domicílio eleitoral: é o local onde o eleitor exerce seu direito de voto. Esse local deve ser onde o cidadão mantém vínculos permanentes, como residência, trabalho ou interesses locais.

O eleitor deve estar registrado no lugar onde reside ou onde mantém uma relação estável, bem como pode solicitar a transferência do seu domicílio eleitoral ao mudar de cidade ou estado, desde que cumpra os seguintes requisitos: reside no novo domicílio há pelo menos seis meses, não ter sido transferido a transferência nos últimos 12 meses e não ter em dia com as obrigações eleitorais.



04

Quem pode votar ?

Quem tem voto facultativo (não obrigatório):

- Jovens entre 16 e 17 anos
- Maiores de 70 anos
- Analfabetos

Voto Obrigatório:

Brasileiros com idade entre 18 e 70 anos. Todos os cidadãos dessa faixa etária são obrigados a votar nas eleições municipais, estaduais e federais.



Quem não pode votar?

- **Estrangeiros:** Pessoas que não têm nacionalidade brasileira, mesmo que residem no Brasil, não têm direito ao voto.
- **Conscritos:** Cidadãos brasileiros que estão prestando o serviço militar obrigatório nas Forças Armadas (Exército, Marinha ou Aeronáutica) em seu estado político respectivo enquanto estão em serviço, o que inclui o direito de voto.
- **Incapacitados legalmente:** Pessoas que foram declaradas incapazes por decisão judicial devido a limitações mentais ou intelectuais graves, e que, por isso, não têm plena capacidade civil, podem ser privadas do direito de voto.

Obs: Os "conscritos" referem-se aos cidadãos que estão prestando o serviço militar obrigatório, ou seja, aqueles que foram convocados para as Forças Armadas (Exército, Marinha ou Aeronáutica).

05

Quais são os órgãos da Justiça Eleitoral?

A Justiça Eleitoral é um órgão de jurisdição especializada que integra o Poder Judiciário e cuida da organização do processo eleitoral (abastecimento eleitoral, instalação, apuração dos votos, diplomação dos eleitos, etc.)

TSE-Tribunal Superior Eleitoral: Responsável por regulamentar, administrar e julgar questões relacionadas ao processo. É o órgão que cuida da execução de todo o fluxo do processo eleitoral.

TRE-Tribunal Regional Eleitoral: Órgão da Justiça Eleitoral no nível estadual que responde diretamente ao TSE. Cada estado do país mais o Distrito Federal tem um TRE, e estes "TRES" são responsáveis pelas eleições a nível estadual, pelo cadastro e organização dos eleitores, distribuição e organização de urnas e materiais, registro e cancelamento de candidaturas estaduais, pela apuração dos resultados e fora de período eleitoral, também são responsáveis por organizar o Colegiado Eleitoral junto com o TSE.

Júzes eleitorais: Primeira atuação em urnas eleitorais e são responsáveis por organizar as eleições em suas respectivas jurisdições.

Juntas Eleitorais: São responsáveis na fiscalização e na apuração dos votos em uma urna eleitoral, incluindo fiscalização e atuação.



06

Principais Princípios do Direito Eleitoral



Democracia
É o princípio que garante a participação ativa do cidadão (soberania popular) na vida política, pelo exercício do direito de voto na escolha de um representante, e a legitimidade do sistema político.



Democracia Partidária
O papel dos partidos políticos na representação popular é essencial para o funcionamento da democracia representativa, permitindo que os cidadãos se organizem e expressem suas ideias.



Estado Democrático de Direito
O Estado Democrático de Direito garante os direitos e deveres de todos os cidadãos incluindo o direito de votar e ser votado e a proteção contra a violação desses direitos.

07

Princípios do Direito Eleitoral



Moralidade Eleitoral
O princípio da moralidade exige que o mandato eletivo seja obtido de maneira lícita, honesta, legítima, sem abusos econômicos, funcionais, conexões ou favores.



Autonomia Partidária
Étna disciplinado no artigo 17 da CF/88, em que assegura os partidos políticos a liberdade para se organizarem internamente e definirem suas estruturas, programas e estratégias.



Celeridade Eleitoral
Relaciona-se com a rapidez que se exige na Justiça Eleitoral para a solução dos casos em tempo razoável. Como os eleitores são naturalmente curiosos, os procedimentos devem ser realizados com a maior celeridade possível.

08

Classificação do Direito Político

Você já ouviu falar em sufrágio universal? É simplesmente o direito do povo de ter seus interesses e vontades representados, ou seja é o instrumento de legitimação para entrega do poder da população aos seus representantes.

Em nosso país, a soberania popular é exercida pelo sufrágio universal, voto direto e secreto, sendo facultativo para os maiores de 16 anos e menores de 18, assim como para os maiores de 70 anos e analfabetos. Contudo, o voto é obrigatório para os eleitores que tenham entre 18 e 70 anos.

Direitos Políticos Positivos Ativos:
É a possibilidade de exercer direitos políticos, desde de votar, participar eleitoral, voto facultativo e obrigatório.

Direitos Políticos Positivos Passivos:
É o direito de concorrer a cargos públicos através mediante aos requisitos estabelecidos.

Direitos Políticos Negativos:
São as limitações e impedimentos ao exercício dos direitos políticos, onde o cidadão tem seus direitos políticos restringidos ou suspensos.

Voto no Exterior e em Território:
Residentes que estão fora do país ou fora da zona eleitoral podem exercer seu direito de voto.



09

Elegibilidade e inelegibilidade

Elegibilidade
A elegibilidade, refere-se às condições que permitem a um cidadão se candidatar a cargos eleivos, como idade mínima, nacionalidade e domicílio eleitoral.

Inelegibilidade
A inelegibilidade, diz respeito às situações que impedem um cidadão de se candidatar a cargos eleivos, como condenação criminal ou por outras razões legais.

Lei da Ficha Limpa
A Lei da Ficha Limpa, é uma lei complementar que estabelece restrições e condições para a elegibilidade, visando garantir a probidade e a moralidade na política.



10

Direitos Políticos

Os direitos políticos no Brasil são as garantias que permitem aos cidadãos participar ativamente da vida política do país. Tm sido previstos na Constituição Federal de 1988 e tm, desde sua promulgação através do sufrágio universal, sua função que os cidadãos podem tanto exercer seus representantes quanto concorrer a cargos públicos, desde que cumpram certos requisitos.

Além do voto, existem outras formas de participação política, sendo entre as áreas mencionadas anteriormente, por exemplo: o plebiscito e o referendo, que são consultas diretas à população sobre temas de grande relevância, além da iniciativa popular, que permite que os cidadãos apresentem projetos de lei à Câmara dos Deputados.

Dentre as funções dos Direitos Políticos no Brasil, podemos ressaltar:

- 1) As pessoas participam diretamente das decisões do país. Ao votar e participar de consultas populares, os cidadãos têm voz ativa na escolha de governantes e nas decisões sobre assuntos públicos.
- 2) O poder seja regido pelo povo. As eleições são uma forma de garantir que os políticos sejam responsáveis e responsáveis às necessidades da população, já que ele tem o poder de mandatos ou substituições.
- 3) A democracia seja fortalecida. Quando todos podem votar e concorrer a cargos, o sistema político se torna mais justo e representativo, dando espaço para diferentes ideias e ideias.



11

O que é um Partido Político?

Partido político pode ser definido como uma entidade formada para fins associação de pessoas, com uma ideologia em comum, cujas finalidades são assegurar, no interesse do regime democrático, a autoridade do sistema representativo e defender os direitos humanos fundamentais. Cada filiado encontra-se ligado a outro por princípios filosóficos, sociais e doutrinários, os quais promete respeitar, constituindo esses preceitos a lealdade partidária.

O requerimento de registro de partido político, deve ter a assinatura de no mínimo 101 fundadores, com domicílio eleitoral em (também no mínimo) um terço dos estados; ele é encaminhado ao cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas no local de sua sede com a seguinte documentação:

- 1 - Cópia autêntica da ata da reunião de fundação do partido;
- 2 - Exemplares do Diário Oficial que publicou, no seu inteiro teor, o programa e o estatuto;
- 3 - Relação de todos os fundadores com o nome completo, naturalidade, número do título eleitoral com a Zona, Seção, Município e Estado, profissão e endereço da residência.



12

Procedimentos para criação de um Partido Político

O requerimento indicará o nome e a função dos dirigentes provisórios e o endereço da sede do partido no território nacional. Após isso, o Oficial do Registro Civil efetuará o registro na lista correspondente, expedindo certidão de inteiro teor e dando a respectiva personalidade jurídica. Logo o próximo passo é a direção nacional do partido entrar com o pedido de registro do estatuto no Tribunal Superior Eleitoral, com toda a documentação necessária.

1. Exemplos autênticos do programa e do estatuto partidários, inscritos no registro civil;
2. Certidão do registro civil da pessoa jurídica;
3. Certidão dos cartões eleitorais que comprovem o apoio mínimo de eleitores (através de assinaturas) dado ao partido.

Com tudo OK, o TSE registrará o estatuto do partido, concluindo o processo de criação do partido político (arts. 8º e 9º da Lei nº 9.096/1995). Somente o partido que tenha registrado seu estatuto no TSE pode participar do processo eleitoral, receber recursos do fundo partidário e ter acesso gratuito ao rádio e à televisão (art. 2º, § 2º, também da Lei nº 9.096/1995).



13

Fontes do Direito Eleitoral

Constituição Federal: Estabelece os princípios fundamentais e as diretrizes gerais do processo eleitoral.

Leis Ordinárias e complementares: Regem as normas, eleições, direitos políticos e atuação da Justiça Eleitoral.

Resolução do TSE: Regulamento por meio de resoluções calendário eleitoral e normas de propagandas eleitorais.

Tratados internacionais: Os tratados internacionais sobre os direitos humanos e democracia possuem impacto no Direito Eleitoral brasileiro.



14

Fases do processo Eleitoral

1. **Alistamento eleitoral:** O cidadão faz sua inscrição como eleitor.
2. **Convenções partidárias:** Partidos escolhem seus candidatos.
3. **Registro de candidaturas:** Os candidatos devem registrar-se na Justiça Eleitoral.
4. **Campanha eleitoral:** Divulgação das propostas dos candidatos.
5. **Propaganda eleitoral:** Conjunto de ações permitidas para divulgar candidaturas.
6. **Votação:** Eleição por voto direto, secreto e facultativo a partir dos 16 anos.
7. **Apuração e totalização:** Contagem e divulgação dos votos.



15

Não é só um voto, é seu direito!

VOTE!

Depende de VOCÊ!
 votar com consciência
 e escolher bem seus candidatos.

Lembre que o seu VOTO faz toda a diferença, e que no futuro você colherá os frutos quando descobrir que fez uma boa escolha.

16

O que é política pública?

ELEIÇÕES 2024
POLÍTICA PÚBLICA - O QUE É?

LEMBRA DOS DIREITOS QUE VOCÊ TEM COMO CIDADÃO? SAÚDE, SEGURANÇA, EDUCAÇÃO, TRANSPORTES... TUDO ISSO DEVE SER CUIDADO PARA A POPULAÇÃO ATRAVÉS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS GOVERNAMENTAIS.

NÃO É FÁCIL E NÃO É RÁPIDO PARA ISSO PRECISAMOS DE POLÍTICOS QUE TENHAM INTERESSE EM SERVAIR, NÃO A SI MESMO.

ELEIÇÕES 2024
 VOCÊ É UM CIDADÃO PROGRESSISTA
 COMECE A PENSAR EM COMO É IMPORTANTE A SUA PARTICIPAÇÃO!

COMO CIDADÃO VOCÊ NÃO PODE EXERCER O PODER QUE ENTRA EM TERMO E FAZER O QUE QUISER SEM NENHUM, VOCÊ DEVERIA FAZER BOM USO DA RESPONSABILIDADE.

17

Fica à dica

Esqueceu de votar?

Procure estar sempre em dia com a Justiça Eleitoral. Se você estiver fora da sua cidade no dia da eleição, compareça no local destinado ao recebimento de justificativas na região onde você se encontra e justifique na hora a sua ausência.

SE NO DIA DA ELEIÇÃO VOCÊ ESTIVER NO EXTERIOR, DEVE JUSTIFICAR A SUA AUSÊNCIA NO PRAZO EM ATÉ 30 DIAS AO RETORNAR PARA O PAÍS.

Se deixar de votar ou não justificar por três vezes consecutivas...

O seu Título será cancelado se você não comparecer para regularizá-lo, e como consequência, você não vai poder tirar passaporte, emitir carteira de identidade, realizar empréstimos, participar de concurso público, etc.

SE ESTE É O SEU CASO, PROCURE A SUA ZONA ELEITORAL E OBTENHA INFORMAÇÕES SOBRE COMO REGULARIZAR A SUA SITUAÇÃO ELEITORAL.

18

Curiosidades

Você sabia?

- 1- O Brasil foi o primeiro a utilizar uma urna eletrônica. Somos atualizados, viu só?
- 2- A propaganda Eleitoral é gratuita porém com regras estabelecidas. Fique ligado aí em!
- 3- Voto nulo x voto branco, você sabe qual diferença? Voto em branco: É quando o eleitor não manifesta interesse em nenhum dos candidatos tocando o botão "branco" na urna. Voto nulo: Ocorre quando o eleitor digita o número 00 e aperta "confirmar" anulando assim o seu voto. Além disso, os votos nulos e brancos não cancelam a eleição e muito menos são transferidos para o vencedor.
- 4- O direito do voto feminino ocorreu em 1932, mas não era obrigatório.
- 5- Presos provisórios podem exercer seu direito de votar.



19

Considerações finais

O Direito Eleitoral é de suma importância, sendo este um pilar fundamental da democracia, assegurando que a vontade popular seja expressa de forma justa e transparente nas eleições.

Deste modo, a cartilha trouxe informações valiosas sobre o funcionamento da Justiça Eleitoral. Além disso, a educação política e o esclarecimento sobre o processo eleitoral são indispensáveis para a construção de uma sociedade mais informada e engajada.

É essencial que todos os cidadãos conheçam suas responsabilidades, não apenas no ato de votar, mas também no acompanhamento e na fiscalização do processo eleitoral, contribuindo assim para a integridade das eleições e no exercício de seus direitos.

Por fim, a cartilha visa estimular o interesse pelo Direito Eleitoral, promovendo a reflexão sobre a importância da participação política e a necessidade de um sistema eleitoral justo e representativo. A democracia depende da conscientização e do empenho de cada cidadão, fazendo com que o voto não seja apenas um direito, mas uma ferramenta de transformação social.



20



***Administração | Cinema | Design Gráfico | Direito | Jornalismo | Marketing
Publicidade e Propaganda | Radialismo | Relações Públicas***


UNIFACHA

www.unifacha.edu.br

Informações: 2102-3222
Rua Muniz Barreto, 51 / Botafogo, Rio de Janeiro