

The background image shows an outdoor courtyard area with several colorful tables (blue, green, purple) and benches. In the background, there is a white building with windows and a large tree trunk. A blue banner with the text "#ensouFACHA" is visible in the courtyard. The title text is overlaid on a dark blue gradient that covers the upper half of the image.

# A EXTENSÃO CURRICULARIZADA NA FACHA 2023.2

## **ORGANIZADORES:**

Flávia Freitas

Ivana Gouveia

José Augusto Neto

Maria Paulina Gomes

Michele Cruz Vieira

Rafael Melo Pereira

# **FACHA**

## **DIREÇÃO DA FACHA E OS SETORES DE APOIO ACADÊMICO**

### **DIREÇÃO**

#### **Reitora**

Márcia Regina Alonso Pfisterer

#### **Vice-Reitora**

Andréia Alonso

#### **Superintendente Financeira**

Cláudia Alonso

#### **Diretora Acadêmica**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Flávia Maranhão

#### **Gerente de Operações**

Flávio Cavalcanti Barreto

#### **Gerente de Infraestrutura**

Marcio Cardoso Christ

#### **Gerente Comercial e de Marketing**

Mauricio Delayti

### **COORDENAÇÕES DE CURSO**

#### **Coordenadora de Administração e de Marketing**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Flávia Freitas

#### **Coordenador de Cinema e Audiovisual**

Prof. José Augusto Neto

#### **Coordenador de Design Gráfico**

Prof. Me. Renato Medeiros

#### **Coordenadora de Direito**

Prof<sup>a</sup>. Me. Carolina de Aquino Medici

#### **Coordenadora de Jornalismo**

Prof<sup>a</sup>. Me. Ivana Gouveia

#### **Coordenador de Publicidade e Propaganda**

Prof. Renata Nogueira

#### **Coordenador de Relações Públicas**

Prof. Me. Rafael Melo

### **COORDENAÇÕES ACADÊMICAS**

#### **Coordenador Operacional Acadêmico**

Prof. Dr. Leandro Lacerda

#### **Coordenador do Núcleo de EAD**

Prof. Dr. Leandro Lacerda

#### **Coordenadora de TCC e de Iniciação Científica**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Paulina Gomes

#### **Coordenador de Pós-Graduação, Extensão e Intercâmbio**

Marcio Cardoso Christ

## FACHA EDITORA

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

### CONSELHO EDITORIAL

#### Presidência:

Prof. Dr. Daniel Machado Gomes e Prof<sup>ª</sup>. Dra. Maria Paulina Gomes

#### Conselheiros:

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Ana Paula Goulart de Andrade (UFRJ, Rio de Janeiro e FACHA, Rio de Janeiro)

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

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Camila Augusta Alves Pereira (FACHA, Rio de Janeiro)

Prof. Dr. Eduardo Neiva (UAB, Birmingham)

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Flávia Schwartz Maranhão (FACHA, Rio de Janeiro)

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Flávia Freitas (FACHA, Rio de Janeiro)

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

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

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

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

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

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

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Maria Helena Carmo dos Santos (FACHA, Rio de Janeiro)

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Nívea Faria de Souza (FACHA, Rio de Janeiro)

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

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Verônica Lagassi (UFRJ, Rio de Janeiro e IBMEC, Rio de Janeiro)

Dezembro de 2023

ISBN: 978-65-86370-30-0

Revisão: Maria Paulina Gomes

Diagramação: André Cunha

Produção: Maria Paulina Gomes

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/FACHA

E96

A Extensão curricularizada na FACHA / organizadores Flávia Freitas et al.- Rio de Janeiro : Facha Ed., c2023.

79 p.; Livro digital.

ISBN 978-65-86370-30-0

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

CDD: 378

## APRESENTAÇÃO

A extensão universitária é, antes de tudo, um convite à transformação. É a ponte que conecta o saber acadêmico às realidades e necessidades da sociedade, criando um espaço onde estudantes, professores e comunidade podem aprender juntos, trocar experiências e construir soluções para desafios reais. Na FACHA, acreditamos que esse processo vai muito além de uma atividade acadêmica: ele forma cidadãos mais conscientes, comprometidos e capazes de impactar positivamente o mundo ao seu redor. É com esse espírito que apresentamos este e-book, uma celebração das ideias, esforços e conquistas que marcaram os projetos extensionistas da nossa instituição.

Este e-book reúne as atividades de extensão da FACHA, seguindo as diretrizes da Resolução CNE/CES nº 7/2018. Mas mais do que atender a uma norma, acreditamos que a curricularização da extensão proposta pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) realmente amplia o impacto da extensão universitária, integrando ensino, pesquisa e extensão de forma prática e colaborativa. Esse formato permite uma troca rica de saberes entre a FACHA e a sociedade, envolvendo todos os estudantes. Assim, nossos alunos têm a oportunidade de se conectar com a realidade ao seu redor, conhecer diferentes grupos e enfrentar problemas que muitas vezes passam despercebidos, tornando-se adultos mais conscientes, empáticos e preparados para buscar soluções.

Os resultados obtidos com o desenvolvimento dos projetos são sintetizados em e-books dando continuidade à produção que demonstra a criatividade dos estudantes, orientados por seus professores, assim como sua habilidade para descobrir, analisar e buscar soluções para os muitos problemas apresentados no desenrolar dos projetos.

A partir deste segundo e-book, foi proposto pela Coordenação de Extensão, um formulário enviado aos docentes responsáveis pelos projetos das diferentes turmas. O formulário coletou os relatos com os resultados obtidos, assim como algumas evidências, que passaram a compor este livro digital.

O objetivo deste segundo e-book é, portanto, demonstrar de que forma, projetos e subprojetos surgiram, a maneira como os temas foram discutidos em sala de aula, como os trabalhos de campo se desenvolveram e como ocorreu o fechamento das atividades extensionistas, culminando com apresentações orais realizadas em salas de aula, com a participação de todos os envolvidos, membros internos e externos, apresentações essas que permitiram observar o grande interesse dos estudantes, a enorme vontade em ajudar ao próximo, o interesse pelos problemas da comunidade de forma geral e, em particular, a capacidade de empatia, a preocupação em deixar um legado para as comunidades escolhidas e a habilidade em demonstrar os conhecimentos, habilidades e competências adquiridos em seus cursos, em prol de outros seres humanos.



Este E-book contempla 5 grandes projetos, cada um deles sob a responsabilidade de um professor, com encontros semanais para receberem orientação, trocar ideias e se estruturarem em torno de decisões tomadas pelos grupos, sob a supervisão de um professor.

O primeiro projeto, a cargo da professora Ivana Gouveia teve como título Projeto de Extensão em Jornalismo e contempla 13 grupos, cada qual desenvolvendo um projeto específico: Amor em Ação; Bigodes do Bunker; Podcast Papo Diverso; Ajudando a Creche Casa Viva, Projeto Solidário; Doação de Livros para o acervo da Livraria Belle Époque; Projeto Doar; Futebol Feminino RJ; Fake News e Terceira Idade; Projeto Ser: Moradores de Rua; Taekwondo Spartan; Reconstruindo o Serrano: Sou Nós e Moradia Independente: Conhecer para Incluir.

O segundo projeto, sob a responsabilidade da professora Flávia Freitas, tratou especificamente de empreendedorismo, trazendo palestras de pequenos empreendedores da região, que relataram suas experiências, dificuldades encontradas e, ao mesmo tempo, oferecendo a estes os conhecimentos trabalhados dentro da faculdade, sob a forma de Oficinas produzidas pelos próprios estudantes acerca de temas de sua escolha e domínio técnico. O Projeto Empreende na FACHA culminou em um evento realizado nas dependências da instituição, que envolveu empreendedores de Botafogo e os grupos de extensão.

O terceiro projeto, a cargo do professor Rafael Melo, contou com estudantes de Publicidade e Propaganda e Design Gráfico. Subdividiu-se em 5 grupos, assim estruturados em torno de um tema: Conecta Auê; Empreende na FACHA; Puppy Star; Lovely Bee e Projeto Conectar.

Envolvendo alunos de Cinema e Audiovisual, o Projeto de Extensão em Cinema e Audiovisual, ficou sob a orientação do professor José Augusto Neto, o qual se estruturou em 5 grupos, cujas temáticas foram: Cinema e Comunidade; Festival de Cinema Oscarito; Brasil na Tela; Clube Faísca; Mostra Inspiração.

Finalmente o último projeto teve como título A Interdisciplinariedade na Comunicação, agrupando alunos de Jornalismo e esteve a cargo da professora Michele Cruz. Contemplou 4 grupos, cujos temas foram: Consumo de bebidas alcoólicas entre os jovens do Baixo Botafogo; O arco-íris também é Preto; Guerra entre Israel e Hamas; Apoio a Crianças e Adolescentes da ONG ASCAC.

Como se pode perceber, os projetos desenvolvidos pelos nossos estudantes e professores exploraram temas relevantes, atuais e cheios de significado, refletindo a diversidade e o compromisso da FACHA com o impacto social.

Vamos a cada um deles.

***Profª. Drª. Flávia Schwartz Maranhão Ponce de Leon***  
**Diretora Acadêmica**

## SUMÁRIO

<b>Primeiro Projeto</b> Projeto de Extensão em Jornalismo	<b>08</b>
<b>Grupo 1</b> Amor em Ação	<b>10</b>
<b>Grupo 2</b> Bigodes do Bunker	<b>12</b>
<b>Grupo 3</b> Podcast Papo Diverso	<b>14</b>
<b>Grupo 4</b> Ajudando a Creche Casa Viva, Projeto Solidário	<b>16</b>
<b>Grupo 5</b> Doação de Livros para o Acervo da Livraria La Belle Époque	<b>19</b>
<b>Grupo 6</b> Projeto Doar	<b>21</b>
<b>Grupo 7</b> Futebol Feminino RJ	<b>24</b>
<b>Grupo 8</b> Fake News e Terceira Idade	<b>27</b>
<b>Grupo 9</b> Projeto ser: Moradores de Rua	<b>30</b>
<b>Grupo 10</b> Taekwondo Spartan	<b>33</b>
<b>Grupo 11</b> Reconstruindo o Serrano	<b>36</b>
<b>Grupo 12</b> Sou Nós	<b>38</b>
<b>Grupo 13</b> Moradia Independente: Conhecer para Incluir	<b>41</b>



<b>Segundo Projeto</b> Empreende na FACHA	<b>44</b>
<b>Terceiro Projeto</b> Projeto de Extensão em Publicidade e Propaganda e Design	<b>47</b>
<b>Grupo 1</b> Conecta Auê	<b>50</b>
<b>Grupo 2</b> Empreende FACHA	<b>51</b>
<b>Grupo 3</b> Puppy Star	<b>52</b>
<b>Grupo 4</b> Lovelybee	<b>53</b>
<b>Grupo 5</b> Conectar	<b>54</b>
<b>Grupo 6</b> Meu Kantinho	<b>55</b>



**Quarto Projeto**

Projeto de Extensão do Curso  
de Cinema e Audiovisual

**56****Grupo 1**

Cinema e Comunidade

**58****Grupo 2**

Festival de Cinema Oscarito

**60****Grupo 3**

Brasil na Tela

**62****Grupo 4**

Cine Clube Faísca

**64****Grupo 5**

Mostra Inspiração

**66****Quinto Projeto**

A Interdisciplinariedade na Comunicação

**68****Grupo 1**

Consumo de Bebidas Alcoólicas  
entre os Jovens do Baixo Botafogo

**69****Grupo 2**

O Arco-Iris também é Preto

**71****Grupo 3**

Guerra Entre Israel e Hamas

**73****Grupo 4**

Apoio a Crianças e Adolescentes da Ong Ascac  
(Associação Cristã de Apoio à Criança)

**75**

# PRIMEIRO PROJETO

**TÍTULO:**

## Projeto de Extensão em Jornalismo

*Professor Responsável*  
Ivana Gouveia

### CURSOS ENVOLVIDOS

Jornalismo

#### PÚBLICO-ALVO

Diversos públicos, pois a turma foi dividida em 13 grupos e cada grupo trabalhou com um público. São eles:

- Moradores de rua e doadores;
- Organizadores do Bigodes do Bunker e gatos abandonados;
- Pessoas com deficiência;
- A comunidade Belle Époque e seus agregados, amantes de literatura;
- Doadores e receptores de órgãos;
- Pessoas em situação de rua, moradores de comunidades do RJ e interessados em voluntariar e doar;
- Jovens participantes de projeto de esporte em comunidade;
- Torcedores e jogadores de clube de pequeno porte;

- Pessoas com deficiência intelectual e/ou autismo;
- Pessoas da terceira idade;
- Meninas e mulheres interessadas em futebol feminino;
- crianças, funcionários do projeto social da creche e os familiares das crianças.

## OBJETIVOS DO PROJETO

Colaborar para as ações dos diversos grupos comunitários identificados pelos alunos de Jornalismo na divulgação de informações sobre os projetos, criação e manutenção das redes sociais, organização de doações etc.

## JUSTIFICATIVA

Em uma sociedade na qual a informação é um ativo estratégico, os alunos de Jornalismo podem contribuir com seus conhecimentos para ampliar o alcance dos projetos escolhidos.

## RESULTADOS

De acordo com cada um dos projetos, diversos resultados foram alcançados:

- arrecadação de doações como roupas, alimentos, livros, dinheiro;
- criação e/ou impulsionamento das redes sociais dos projetos;
- gravação de podcast sobre e com pessoas com deficiência;
- divulgações de informação sobre doação de órgãos;
- visibilidade para os projetos escolhidos;
- organização de cursos profissionalizantes para jovens;
- início da organização de um livro sobre pessoas com deficiência intelectual e/ou autismo;
- produção de informação sobre desinformação;
- divulgação de informação sobre futebol feminino.





## **PROJETOS DOS GRUPOS**

### **GRUPO 1**

# **Amor em Ação**

#### **PROF. RESPONSÁVEL**

Ivana Gouveia

#### **INTEGRANTES DO GRUPO**

Alunos do Curso de Jornalismo:

Christopher Campos

Enzo Garcia

Felipe Salgado

Julio César

Raul Moraes

#### **PÚBLICO-ALVO**

Moradores de rua que ficam em torno da praça do Largo do Machado.

#### **OBJETIVOS DO PROJETO**

Ajudar a arrecadar mais doações (kits de higiene, roupas, cobertores e dinheiro) para pessoas em situação de rua, através do projeto.

Criar uma conta no Instagram para esse projeto, com o intuito de atrair mais pessoas para ajudar com o custo e doações.

#### **JUSTIFICATIVA**

A importância desse projeto é muito grande, principalmente para quem pode presenciar a situação, porque indo lá e estando realmente com essas pessoas, podemos perceber o quanto elas necessitam de atenção, e de cuidados básicos que todos nós aqui temos no dia a dia, e que para elas é praticamente um luxo.

A comunidade do Amor em Ação é liderada por Cláudia, que tem esse projeto e é quem faz as quentinhas, os sucos e etc. Normalmente, está acompanhada de algumas poucas

peças, para ajudar no controle e na distribuição dos alimentos. O problema é que a Claudia lida com isso tudo praticamente sozinha, então precisa de ajuda com doações, para aliviar tanto a parte dela, quanto conseguir atender às pessoas em situação de rua em outros dias, já que o projeto só funciona às terças (toda semana) e às quintas (de quinze em quinze dias).

O projeto também se justifica pela falta de estrutura e de preocupação com a ressocialização das pessoas no país, e a consequência acaba se tornando essa, de pessoas que têm que esperar um determinado dia para conseguir comer e ter menos que o mínimo. Além disso, é percebido que as pessoas normalmente não têm tanta empatia

com aquelas em situação de rua, o que torna o trabalho muito mais difícil.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Largo do Machado

### RESULTADOS

Foram arrecadados, neste período de pouco menos de um mês, 34 peças de roupas; durante o ano, mas não temos a contabilização exata.

Já a meta de seguidores na rede social do projeto, não foi batida. A meta era de 250 seguidores na página do Instagram e chegamos a 230 aproximadamente (o número oscila entre 225 e 230).

Foto n°1



Alunos de Jornalismo da Facha participando da distribuição de quentinhas



## GRUPO 2

# Bigodes do Bunker

### PROF. RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO GRUPO

Alunos do curso de Jornalismo

Clara Avidago

Felipe Passos

Gabriela Serrano

Letícia Brazão

Luana Murakami

Lucas Dantas

Luís Gustavo Novais

Natália Albuquerque

Mariana Rios

Mariana Medeiros

### PÚBLICO-ALVO

O projeto tem como público-alvo os gatos abandonados atendidos pela associação Bigodes do Bunker. Essa associação se dedica a cuidar desses gatos, oferecendo abrigo, alimentação, exames médicos, tratamentos e promovendo adoções responsáveis. Além disso, eles também aceitam voluntários com uma ajuda de custo também e lares temporários para os gatos resgatados.

A comunidade atendida pelo projeto consiste em gatos de diferentes idades, incluindo filhotes e gatos mais velhos, tanto fêmeas quanto machos. Alguns desses gatos apresentam deficiências físicas, doenças ou comportamentos antissociais, o que torna o cuidado mais desafiador.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Colaborar com a associação Bigodes do Bunker, fornecendo suporte na captação de recursos, divulgando seu trabalho e envolvendo a comunidade externa à academia no cuidado e proteção de gatos abandonados. Mobilizar as pessoas, principalmente moradores do Rio de Janeiro, uma vez que optamos trabalhar apenas nesse Estado por uma questão de logística, possibilitando uma sensibilização e, por consequência, uma melhoria significativa para essa comunidade.

## JUSTIFICATIVA

Conforme a Organização Mundial da Saúde, cerca de 10 milhões de gatos estão abandonados no Brasil, por isso, escolhemos ajudar a comunidade de gatos abandonados, especificamente, os animais da associação Bigodes do Bunker, localizada no Rio de Janeiro, com o propósito de mudarmos essa problemática ainda existente no País. Temos o objetivo de mobilizar as pessoas, principalmente moradores do Rio de Janeiro, uma vez que optamos trabalhar apenas nesse estado por uma questão de logística, possibilitando uma sensibilização e, por consequência, uma melhoria significativa para essa comunidade.

O impacto social desse projeto é significativo, contribuindo para o bem-estar animal e a redução do número de gatos abandonados nas ruas. Além disso, a associação Bigodes do Bunker oferece a oportunidade de envolvimento da comunidade externa, permitindo que pessoas interessadas façam voluntariado ou forneçam lares temporários para os gatos resgatados. No entanto, a Associação enfrenta desafios como o espaço reduzido, que limita a quantidade de gatos que podem ser resgatados e acolhidos. Para superar essa restrição, é necessário encontrar voluntários dispostos a fornecer lares temporários para os gatos, garantindo que recebam os cuidados necessários até encontrarem um lar permanente.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Redes Sociais e site da ONG

## RESULTADOS

Postagens tanto para o feed e para os story do Instagram fazendo uma parceria entre Bigodes do Bunker e Facha e agora estamos fazendo uma análise contínua dos resultados provenientes da colaboração entre Bigodes do Bunker e Facha no Instagram, crucial para compreender o impacto e a eficácia da parceria. Ao examinar os dados gerados pelas postagens realizadas tanto no feed quanto nos stories, é possível extrair informações valiosas que ajudarão a avaliar o desempenho e a direção futura.





## GRUPO 3

# Podcast Papo Diverso

### PROF. RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO GRUPO

Alunos do Curso de Jornalismo

Clarissa Santos

Andressa Santiago

Thays Souza

Cristal Carvalho

Manuela Bianchi

João Victor Maia

### PÚBLICO-ALVO

O público-alvo abrange pessoas com deficiências físicas, visuais, auditivas, intelectuais, mentais, psicossociais ou múltiplas. Pouco se fala e é feito acerca da inclusão e acessibilidade. E as políticas públicas, mecanismos e iniciativas no Brasil são insuficientes. O projeto podcast Papo Diverso surge para abordar o tema e destacar as vozes, desafios e conquistas desta comunidade. O objetivo geral é discutir o significado de inclusão e conscientização.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Colaborar na formação do aluno como profissional e cidadão trazendo problemas reais para a forma de ensino.

Estabelecer uma relação entre os estudantes e comunidades, não se limitando à sala de aula.

Levantar a pauta de acessibilidade no dia a dia. Elaborar um podcast, trazendo o lado dos portadores de deficiência na questão do acesso a serviços e lugares.

Discutir o capacitismo encontrado dentro da sociedade e no mercado de trabalho.

### JUSTIFICATIVA

Como parte da sociedade, devemos garantir que todos os cidadãos, independente de suas capacidades ou características, possam participar de modo ativo em áreas como o mercado de trabalho e o esporte. O projeto também se justifica porque beneficia a Academia, permitindo que os estudantes aprofundem seu conhecimento, desenvolvam novas habilidades na comunicação, como incluir acessibilidade no jornalismo. Além



disso, contribui para o compromisso da Instituição com a responsabilidade social. Os principais problemas e desafios enfrentados por pessoas com deficiência são: acessibilidade; discriminação; acesso à educação e emprego; capacitismo e objetificação, quando a pessoa é vista e “usada” como exemplo de superação.

Nossa proposta é abordar esses desafios. Oferecer um canal de comunicação, promovendo a conscientização pública e contribuindo para a mudança de atitudes e políticas que garantam uma sociedade mais inclusiva.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

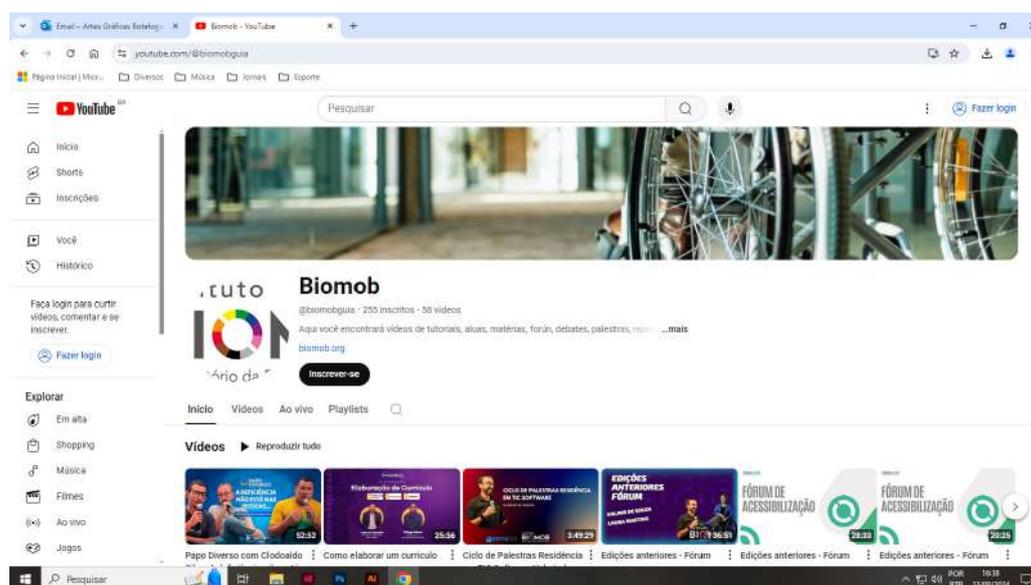
Internet (Associação é de Petrópolis).

## 7 RESULTADOS ALCANÇADOS

Nosso objetivo com o projeto era alcançar pelo menos 1.000 inscritos no canal da Biomob. Com cerca de 3 Podcasts produzidos para o programa Papo Diverso tendo encontros e debates voltados para a conscientização e inclusão de pessoas com diversidade funcional. Realizamos a produção e gravação do episódio piloto, porém não foi publicado. O canal da Biomob conta com 232 inscritos e um episódio do podcast publicado, produzido pela própria Biomob antes da parceria.

Até o momento, o grupo concluiu a gravação de 1 episódio.

Foto nº 2



Print da página do youtube do parceiro BIOMOB



## GRUPO 4

# Ajudando a Creche Casa Viva, Projeto Solidário

### PROF. RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO GRUPO

Alunos do curso de Jornalismo

Gabriel de Melo

João Pedro Lopes

Gustavo Lacerda

Raphael Matheus

Lucas Ribeiro

### PÚBLICO-ALVO

Crianças de famílias carentes entre 1 e 5 anos de idade, que estudam e moram na região do Engenho de Dentro, mais especificamente na Creche Casa Viva, que atualmente conta com 120 alunos matriculados; essa é uma iniciativa da Sociedade Espírita Caboclo Sete Flechas. Esse projeto começou em junho de 2000, e atende gratuitamente as crianças entre 8h e 17h. A creche distribui quatro refeições diárias, além de um trabalho pedagógico dirigido ao desenvolvimento dos aspectos físicos, cognitivos, sociais e emocionais da

criança. Sobre o desejo deles quando foi criado esse projeto é: "Querer oferecer aos menos favorecidos uma oportunidade de fazerem parte de um mundo melhor. Um mundo que ofereça condições mais justas para as crianças da classe social menos favorecida. Acreditamos que a chave para essa transformação é a EDUCAÇÃO". (parte retirada do site da Creche).

Contando mais um pouco sobre as famílias dessas crianças, a maioria mora na região Engenho de Dentro/Méier mas também tem outras localidades como Piedade. Elas possuem uma vulnerabilidade econômica, e majoritariamente são beneficiários de programas sociais (alguns exemplos: Auxílio Brasil. Bolsa Família. Benefício de Prestação

Continuada (BPC) Programa de Erradicação do Trabalho Infantil). A renda dessas famílias é algo em torno de R\$600 até R\$1320 (valor do salário mínimo), e algumas delas possuem entre 5/6 membros. Dito isso, a Creche Casa Viva desempenha um papel fundamental no apoio dessas crianças e suas famílias, fornecendo um ambiente seguro e estimulante, onde elas podem receber educação de qualidade e cuidados adequados.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Nosso objetivo acabou mudando, inicialmente planejamos:

- Implantar e desenvolver as redes sociais da creche para melhor e maior alcance desse projeto social.
- Fazer um evento de visita à creche, proporcionando um dia de diversão para as crianças.
- Promover doações no dia do evento para ajuda com despesas da creche.

Mas infelizmente isso acabou mudando, pois conseguimos ter o controle da rede social, algo que entendemos normalmente e o planejamento de um evento seria algo muito complicado de ser feito ainda nesse ano; sendo assim focamos em apenas ajudá-los na arrecadação de algum dinheiro pra compra de cesta básica para as famílias das crianças

### JUSTIFICATIVA

O Projeto é de grande relevância social, tendo em vista que a região onde a creche se acha inserida possui uma série de problemas como falta de acesso a uma educação de qualidade, falta de recursos para o desenvolvimento dessas crianças e a falta de estímulo adequado em seus ambientes familiares, além de problemas financeiros que influem na alimentação dessas crianças, assim como na aquisição de materiais educativos. Isso pode ocasionar no futuro um "atraso" no desenvolvimento dessas crianças, limitando suas oportunidades futuras. Por isso devemos entender o quão importante e necessário é haver projetos como esse da Creche Casa Viva.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Engenho de Dentro

### RESULTADOS

Realização de atividades recreativas com as crianças da creche.

Arrecadação de fundos via Pix para auxiliar na compra de produtos básicos para as crianças, tais como itens básicos, como alimentos, fraldas, material escolar, e produtos de higiene pessoal para as crianças que dependem da Creche Casa Viva.



Foto nº 3



Alunos da creche Casa Viva (reprodução do site da creche)



Crianças da Creche Casa Viva brincando (Reprodução Site da Creche)



Alunos da Creche Casa Vida durante apresentação de música (Reprodução Site da Creche)



## GRUPO 5

# Doação de Livros para o Acervo da Livraria La Belle Époque

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO PROJETO

Alunos do Curso de Jornalismo

João Pedro Obiler Coutinho

Manuela Neto Claro

Juliane Larissa Rabello

Flávio Alexandre Porto

### PÚBLICO-ALVO

O grupo escolheu trabalhar com a livraria Belle Époque que é a única de rua no Méier, na Zona Norte do Rio. A Belle Époque é um projeto idealizado por Ivan Costa e é manifestação de seu amor pela literatura. Antes mesmo do espaço físico existir, Ivan usava sua bicicleta para vender livros pelo bairro, com preços acessíveis e material de qualidade. Todo o acervo da livraria é oriundo de doações e isso chama a atenção de moradores, estudantes e seguidores on-line. Em julho de 2022, Ivan

teve seu sonho interrompido após um incêndio destruir a Belle Époque e todo seu conjunto de obras. A história do livreiro gerou grande comoção ao redor do país e assim a Belle pôde ressurgir das cinzas, graças à solidariedade de seus admiradores. Hoje reconstruída, mas ainda sobrevivendo de doações, a livraria sofre com problemas de localização por ser afastada do público e é frequentada principalmente por estudantes de escolas públicas da região, que fazem do espaço acolhedor um ponto de encontro onde podem ler e conversar no tempo livre.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Arrecadar livros para uma livraria no Méier, a única de rua no bairro. Realizar um trabalho de divulgação para que mais pessoas conheçam a loja física, virtual e os projetos sociais organizados por eles.

Organizar um evento objetivando uma maior divulgação da Livraria, e para que um número maior de pessoas a visitem e para trazer a livraria até a Universidade.



## JUSTIFICATIVA

Num país onde pouco se lê e num local, como o bairro do Meier, onde quase não há livrarias desse tipo, a Belle Époque se destaca, sendo sua manutenção e ampliação de enorme relevância social. A livraria é mantida majoritariamente através de doações, por isso o acervo disponível para venda é diretamente proporcional à quantidade e variedade do material doado. A localização da loja também foi apontada como um obstáculo, por ficar em uma rua pouco movimentada o que faz com que a livraria receba pouquíssimos clientes e suas vendas são feitas quase inteiramente online.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

MEIER E FACHA

## RESULTADOS

O Grupo dividiu o trabalho em duas etapas:

**1ª** - Espalhar banners/cartazes juntamente com caixas de papelão pelo campus da Facha. Contamos um pouco a história da comunidade escolhida, explicamos brevemente o projeto, a importância das doações e a caixa será destinada ao depósito de livros doados.

**2ª** - Um evento de arrecadação e venda de livros. Foi montada uma barraca onde foram recebidas as doações e oferecido um brinde simbólico em troca. Também trouxemos alguém da livraria com parte do acervo para venda.



## GRUPO 6

# Projeto Doar

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO PROJETO:

Alunos do Cursp de Jornalismo

Beatriz Soares

Gabriella dos Reis

Júlia Antunes

Luana Valente

Gustavo Leal Marques Fortes

### PÚBLICO-ALVO

O público que irá se beneficiar com o projeto, são os receptores de órgãos e seus familiares, doadores e possíveis doadores e a equipe transplantadora.

### OBJETIVOS DO PROJETO

O objetivo central do projeto é dar destaque aos problemas e benefícios da comunidade escolhida: os doadores e receptores de órgãos. Relacionar o problema ligado à doação de órgãos ao curso de jornalismo; desenvolvendo um jornal com a intenção de sensibilizar e evidenciar os desafios encontrados pelo grupo, conscientizando a sociedade e beneficiando a comunidade escolhida.

### JUSTIFICATIVA

Apesar de ser um assunto conhecido, a falta de aproximação sobre esse tema diante das pessoas gera desinformação acerca dos aspectos que o envolvem, prejudicando diretamente a comunidade. Na maioria dos casos, o transplante de órgão pode ser a única oportunidade de um recomeço na vida de alguém. Devido ao impacto social, o projeto visa desmistificar crenças sobre o transplante, beneficiando não somente a população com informações, mas principalmente os pacientes, que vivem esta luta diariamente.

Por mais que o Brasil tenha o maior programa de transplante público no âmbito mundial, ainda é possível encontrar muitos problemas e desafios. Apesar de muitos transplantes serem realizados, a demora é uma grande problemática. O número de pessoas na lista de espera é exorbitante, podendo levar



anos para ter acesso ao órgão. Além disso, o Governo não faz ações necessárias que promovam o incentivo à doação de órgãos, o que motiva a desinformação e o tabu acerca deste assunto. Em decorrência disso, acontece um atraso na fila de transplantes por parte dos familiares, que muitas vezes não autorizam a doação.

Com isso, a comunidade a ser beneficiada é o Instituto Sou Doador, que é composto por voluntários transplantados, pessoas na fila de espera, profissionais da área e também apoiadores da causa. Eles divulgam e acompanham pessoas que estão passando pelo processo de transplante, com o intuito de fazer as pessoas se sentirem acolhidas.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Internet (O grupo criou um site para divulgar informações sobre doação de órgãos)

## RESULTADOS

Foi realizada uma pesquisa de campo no Hospital São Francisco na Providência de Deus, localizado na Tijuca, e, após a apuração dos resultados dessa pesquisa o grupo conseguiu entrar em contato com pacientes e a equipe médica do local que nos relataram acerca dos problemas vivenciados.

Juntando a relevância do assunto com o Jornalismo, visamos fazer um jornal totalmente focado na doação de órgãos a fim de aumentar a visibilidade do assunto, trazendo matérias, entrevistas, divulgação de projetos, contato de ONGs e informações que ajudarão o público a entender um pouco mais e quem sabe participar ativamente da causa.

O projeto contará com etapas primordiais: a elaboração do conteúdo e a postagem do mesmo.

### Elaboração do conteúdo:

1. Apuração de temáticas importantes dentro do tema - 09/10 até 11/10
2. Desenvolvimento do roteiro dos posts - 12/10 até 16/10
3. Contato com a comunidade, com a finalidade de adquirir material para os posts - 16/10 até dia 20/10
4. Elaboração dos posts - 22/10 até 31/10

## 5. Data das publicações nas redes sociais Instagram e TikTok

- Post 1 - 02/11
- Post 2 - 06/11
- Post 3 - 10/11
- Post 4 - 14/11
- Post 5 - 18/11
- Post 6 - 22/11
- Post 7 - 26/11
- Post 8 - 30/11
- Post 9 - 04/12

Foto nº 4



Foto do Hospital São Francisco da Providência de Deus – Tijuca



## GRUPO 7

# Futebol Feminino RJ

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO PROJETO:

Alunos do Curso de Jornalismo

Bernardo Gomes

Daniel Vidal

Nathan Rosseto

Tomaz Leão

Maria Fernanda Amaral

Matheus Rodrigues

### PÚBLICO-ALVO

O público-alvo são as meninas do Rio de Janeiro interessadas em ingressar em escolinhas ou clubes de futebol feminino.

Apesar das meninas serem o público-alvo principal, com a criação do nosso site, qualquer pessoa poderá acessá-lo e ajudar quem tenha interesse em jogar futebol num clube ou escolinha, mas não sabe como.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Facilitar o acesso aos mesmos através da divulgação, com a criação de um site/plataforma.

Criar um site/plataforma de informações básicas sobre escolinhas e clubes do Rio de Janeiro voltadas para o futebol feminino.

### JUSTIFICATIVA

O Brasil é considerado o país do futebol, sendo este esporte a paixão nacional. No entanto, até alguns anos atrás era impensável que mulheres jogassem futebol, como atletas profissionais.

No entanto, de alguns anos para cá o interesse das mulheres vem aumentando no mundo inteiro, como também no Brasil, sendo bastante significativo o número de meninas que nele ingressam.



Tal fato, por si só, já justifica a importância do projeto e sua relevância social e cultural. Os resultados que podem ser alcançados devido à organização e execução da tarefa, consistem em maior alcance de meninas tendo acesso às escolinhas por orientação das escolas, dos pais, por jogadoras e possivelmente dos grandes times cariocas por questão de investimento ao futebol feminino.

É importante ressaltar que ao incluir mulheres no esporte, mas principalmente no futebol feminino, haverá elevação financeira para aqueles que contratam e para os contratados, mas o maior ganho entre ambas as partes, será o âmbito social, porque ao encorajar meninas e mulheres ao futebol feminino, apresenta-se a capacidade de diminuir o machismo que ainda é representado no futebol e a possibilidade de um futuro igualitário

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Site na Internet

## RESULTADOS

O grupo dividiu suas atividades em 5 etapas;

**Etapa 1** – Criação do projeto e seus objetivos, tendo a equipe do projeto inicial com 6 participantes que durou aproximadamente 3 semanas;

**Etapa 2** – Início da pesquisa do projeto, dando ênfase na criação da pesquisa de mercado através do Google forms que se concluiu em cerca de 2 a 3 semanas;

**Etapa 3** – Criação da plataforma que indicará as informações do projeto e da peça de divulgação, feito pelos próprio integrantes do grupo;

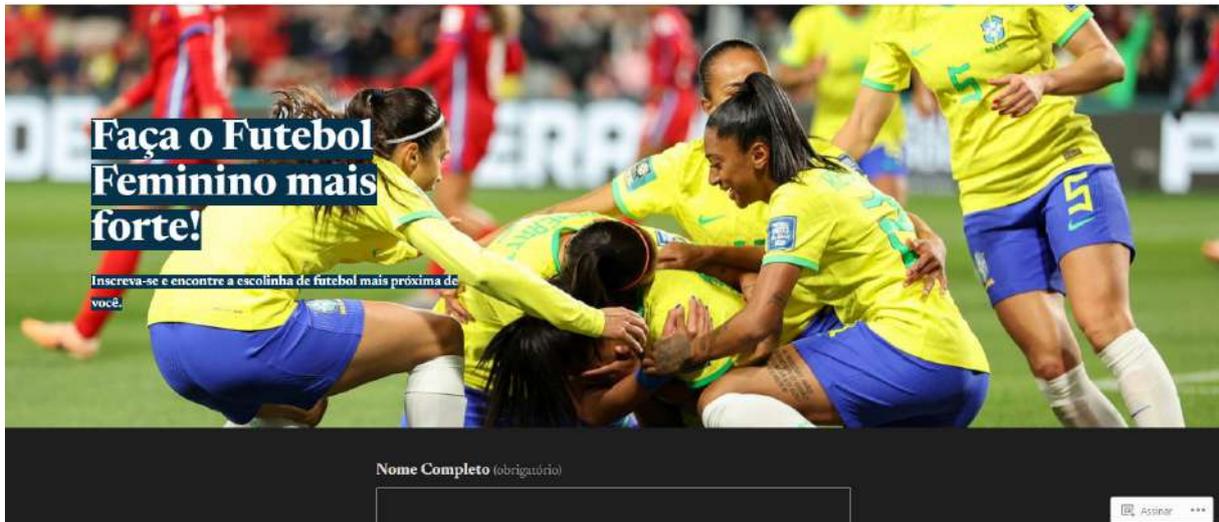
**Etapa 4** – Organização da plataforma e teste, durando pouco mais de 1 semana;

**Etapa 5** – Lançamento e divulgação da plataforma em redes sociais, com um tempo de 2 - 3 semanas para observar os resultados a tempo da última aula do semestre.



## ANEXOS

Foto nº5



Plataforma principal do site

Foto nº 6



Peça de divulgação



## GRUPO 8

# Fake News e Terceira Idade

### PROF. RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO GRUPO:

Alunas do curso de Jornalismo

### INTEGRANTES DO GRUPO

Bianka Rangel  
Beatriz Lima  
Bruna Garcia  
Giovanna Barros  
Luiza Oliveira  
Maria Eduarda Reis  
Mariana Freire  
Milena Canabrava  
Yasmin Anache

### PÚBLICO-ALVO

Escolhemos uma comunidade de idosos que estão sempre na praça Serzedelo Correia, em Copacabana. Todos os idosos possuem idade acima de 65 anos. Não possuem total e correto acesso às notícias do dia a dia. Com isso acabam espalhando Fake News e caindo nelas também, por serem um grupo mais vulnerável devido à falta de familiaridade com a internet como um todo. Esse seria o maior problema dessa comunidade: cair em Fake News.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Conscientizar a terceira idade a respeito dos perigos das Fake News,  
Ensinar maneiras corretas de como acessar sites confiáveis antes de compartilhar uma notícia ou informação



## JUSTIFICATIVA

A importância do projeto é a conscientização da terceira idade a respeito dos perigos das Fake News, além de ensinar maneiras corretas de como acessar sites confiáveis antes de compartilhar uma notícia ou informação. Assim, será possível que o público-alvo aprenda a diferenciar uma Fake News de um fato.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Praça Serzedelo Correa - Copacabana

## RESULTADOS

Realização de Entrevistas com os idosos que frequentam a Praça

Elaboração de um panfleto com orientações sobre a necessidade de checagem de notícias lidas na Internet.

## Distribuição dos panfletos aos idosos

Foto nº 7



Alunos de Jornalismo participantes do Projeto e idosos na Praça Serzedelo Correa

Panfleto distribuído aos idosos

Foto nº 8

## Fake News

Quantas vezes você já se inquietou por alguma notícia duvidosa? E quantas vezes, mesmo sem confirmar a veracidade das fatos, a repassou aos seus contatos? Pois bem, é assim que as fake news se espalham e estão cada vez mais presentes no dia a dia de informação.

As falsas news possuem características, sobretudo quando são divulgadas por amigos e pessoas do círculo de relacionamentos. É comum que as pessoas passem notícias sérias, muitas vezes até mesmo sem se dar conta, por falta de tempo ou por estar acostumado de lidar com pressões. Temos grande responsabilidade sobre o conteúdo que compartilhamos, postamos, e aconselhamos sempre verificar a fonte, se possível, consultando e confirmando a origem da notícia.

Os conteúdos que estão no internet nem sempre são verdadeiros, principalmente nos redes sociais, onde há grande incidência de compartilhamento de informações falsas. Essas são as famosas fake news. Mas você sabe qual o termo fake news é incorreto? Isso porque se a fake não é news, se é news não pode ser fake. Sendo assim, o termo correto seria desinformação ou informação incorreta.

Os conteúdos e notícias falsas são informações fabricadas para imitar o conteúdo de imprensa séria, mas diferentemente de notícias sérias, as desinformações não seguem um padrão de organização e que tem intenção de manipular e não educar. Assim, não há nenhuma garantia sobre a precisão e credibilidade das informações.

## FACHA

Faculdades Integradas  
Helió Alonzo

Esses conteúdos costumam ser cuidadosamente elaborados, a fim de que tenham impacto e consigam ser publicados. Por isso, pode ser difícil identificá-los, e é justamente essa dificuldade que leva a sua divulgação em massa.

Compartilhar informações falsas, fotos e vídeos manipulados e publicações duvidosas, mesmo sem querer, é muito perigoso. Pode causar danos para a saúde pública, influenciar normas de política, incitar a violência, a guerra e até mesmo resultar em mortes por causa da desinformação. Por isso é tão importante compreender os seus mecanismos para não ser mais um armadilha. Sem isso, é fundamental que haja crítica e responsabilidade ao repassar qualquer tipo de informação.

## Tipos de desinformação

**Sátira ou paródia**  
Não tem qualquer intenção de provocar, fazer mal, mas tem potencial para enganar.

**Conteúdo enganoso**  
Na utilização de informações para incitar um problema ou um indivíduo.

**Conteúdo impostor**  
Quando fontes verdadeiras são trocadas com conteúdo falso.

**Conteúdo fabricado**  
Conteúdo novo, 100% falso, criado para enganar e provocar.

**Falsa conexão**  
É quando instituições, autoridades ou agências são citadas, mas não dão suporte para o conteúdo.

**Conteúdo falso**  
Quando o conteúdo verdadeiro é compartilhado com informações falsas.

**Conteúdo manipulado**  
Quando informações ou imagens genuínas é manipulada para enganar.

## Como identificar Fake News

1. Verifique se as fontes são confiáveis, verificando quem são responsáveis pelo conteúdo.
2. Observe se a informação está completa ou se há algo a ser fragmentado de uma única imagem ou um vídeo manipulado.
3. Faça uma busca nos sites locais para verificar se tem mais alguma informação sobre o assunto.
4. Pesquise o assunto no site relacionado ao fontes confiáveis, mesmo de comunicação contidas no relacionamento.
5. Consulte as agências de checagem. Elas são sites de verificação de fatos reais e sempre fornecem as fontes para saber se são verdadeiras ou não.

## Agências de checagem sediadas no Brasil

**AFP Checamos**  
**Agência Lupa**  
**Ass Fatos**  
**Batalha**  
**Comprova**  
**E-farsas**  
**Estados Verifica**  
**Fato ou Fake**  
**UOL Confere**

Panfleto distribuído aos idosos





## GRUPO 9

# Projeto Ser: Moradores de Rua

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO GRUPO

Alunos do Curso de Jornalismo

Rodrigo Zattar,

Raphael Nunes,

Max Vitorino,

Dan Voldman

### PÚBLICO-ALVO

Em agosto de 2016 nasceu no coração de Arnaldo, recém-batizado na Igreja Adventista do Sétimo dia (Iasd) de Vila Isabel, o desejo de criar um projeto que preparasse refeições a serem distribuídas à população em situação de rua às terças-feiras e que inicialmente foi chamado de Terça Solidária. Juntou doações com seus vizinhos e iniciou timidamente com 25 "quentinhas" produzidas na Iasd de Vila

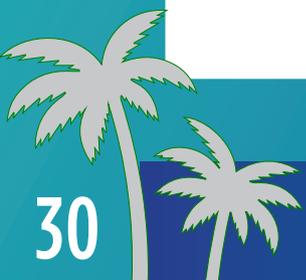
Isabel com a ajuda dos irmãos; estas eram distribuídas na 28 de setembro.

O projeto foi desenvolvido para auxiliar esse grupo (homens adultos em situação de rua) pois existem muitos poucos projetos voltados para esse tipo de gente. Esses homens após tomar banho, se alimentar e terem roupas novas podem tentar procurar empregos, pois a aparência influencia bastante nesse sentido.

Assim, o público-alvo é constituído de Moradores de rua da região, que usufruem dos alimentos, das doações de roupas e dos banhos, providenciados pelos responsáveis pelo projeto, todos voluntários.

### OBJETIVOS

Produzir e distribuir quentinhas a moradores de rua da Rua 28 de Setembro em Vila Isabel. Criar estratégias para, com o uso das redes sociais, angariar fundos para o Projeto.



## JUSTIFICATIVA

Ao nos aprofundarmos mais na comunidade, vimos diversas dificuldades que eles enfrentam e o que mais nos tocou dentre todos esses problemas foi que a maior dificuldade é mostrar para a sociedade que essas pessoas não são invisíveis, apenas precisam de ajuda e que essa é a maior intenção do projeto SER. A ajuda com alimentos, banhos e roupa limpa é o mínimo que qualquer pessoa deveria ter e esses homens precisam do básico para viver e tentar sair das ruas.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Vila Isabel

## RESULTADOS

Identificamos que o projeto enfrenta uma escassez significativa de recursos e uma divulgação inadequada e para solucionar essa questão. Assim, propusemos duas medidas. Em primeiro lugar, planejamos reativar as redes sociais (Instagram, Twitter, Facebook e TikTok) em torno de Agosto, visto que elas já estiveram ativas anteriormente. Acreditamos que essa reativação ampliaria a divulgação do projeto, aumentando sua visibilidade. Além disso, pensamos em fazer a realização de rifas em Setembro, o que também contribuiria para aumentar a visibilidade do projeto.

Acreditamos que, por meio de uma divulgação mais efetiva, o projeto poderá expandir, e conseqüentemente, atender a um número maior de moradores de rua.

**Agosto:** visto que elas já estiveram ativas anteriormente. Acreditamos que essa reativação ampliaria a divulgação do projeto, aumentando sua visibilidade.

**Setembro:** Realização de rifas, o que também contribuiria para aumentar a visibilidade do projeto

**Outubro:** preparar postagens, divulgações e estruturar os meios de arrecadações.

**Novembro:** estar com o Instagram mais engajado, permitindo a comunicação com um número maior de pessoas e com isso arrecadar suprimentos e o todo que eles tanto precisam.

17/12: a meta seria ter alguém já para ficar responsável pelas redes sociais e se possível ter novas redes, que aumentem a visibilidade. Além disso, conseguir fazer a entrega do todo para o espaço deles e algumas peças de roupas e coisas do tipo.

### Até o momento da confecção deste relato, o grupo conseguiu:

Arrecadações: financeira: 150 reais

Roupas: 26 peças

Redes Sociais: instagram: 600 seguidores

Facebook: 720 seguidores

Tiktok: 0 seguidores

ANEXOS

Foto nº 9



*Distribuição de quentinhas aos moradores de rua*



## GRUPO 10

# Taekwon-do Spartan

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### INTEGRANTES DO GRUPO

Alunos do Curso de Jornalismo

João Mesquita Martins

Yago Souza

Júlia Rosenthal

Clara Martins

Pedro Cândido

Victor Busch

### PÚBLICO-ALVO

O Público-Alvo do nosso projeto, se encontra no núcleo da Vila Olímpica, na Ilha do Governador, e é formado por crianças e jovens de 6 a 21 anos de idade. Eles são pessoas de classe social baixa que frequentam escolas públicas de baixa qualidade e com estruturas inadequadas de ensino. Moram em uma região violenta com o crime à espreita, e em uma situação econômica mal desenvolvida com uma predominância do emprego informal. No geral, são pessoas sem perspectiva clara de um futuro próspero, empurradas pelo sistema para um emprego mal remunerado que impossibilita tirá-las e a sua família de uma zona de risco.

### OBJETIVOS DO PROJETO

- Desenvolver ações que levem os estudantes a se tornarem mais capacitados e terem mais chance de ingressar em uma faculdade ou emprego.
- Desenvolver determinados conhecimentos através de cursos híbridos selecionados pelos alunos da Associação para ajudá-los a reforçarem o currículo estudantil e profissional e assim terem mais chances de ingressar em uma faculdade de qualidade e um emprego formal com salário digno



## JUSTIFICATIVA

O projeto de extensão escolhido foi com o foco de atingir os participantes do “Tae-kwon-do SPARTAN”, uma associação fundada pelos irmãos Leonardo e Leocadio que tem como intuito inserir o esporte na vida das pessoas, apresentar outros conhecimentos, seja conselhos sobre a vida ou não, além de afastá-los de ambientes ilegais.

Esse projeto é de extrema importância porque afeta diretamente e indiretamente a vida de várias pessoas e pode ser uma oportunidade deles começarem a mudar suas vidas. Conhecimento é poder no mundo e ao disponibilizá-lo estamos participando da formação de cidadãos mais poderosos no mundo com senso crítico mais situado e com a consciência de que é possível ser mais.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Ilha do Governador

## RESULTADOS

A partir de reuniões com os fundadores do Projeto o grupo analisou as principais dificuldades dos jovens, qual era o motivo para eles fazerem as aulas de luta de tae-kwon-do, o que eles buscavam como pessoas, como era a vida deles, o que queriam fazer quando crescer, quais eram os medos, inseguranças, sonhos. Foi feita pelo grupo uma reunião presencial para debater de que forma as necessidades deles poderiam ser atendidas da melhor forma possível.

A partir daí, o grupo elaborou um planejamento contendo as seguintes atividades: definição dos cursos a serem criados e divulgação dos mesmos, junto à Comunidade. Criação dos roteiros, gravações e edição dos vídeos dos cursos; e sua liberação.

Alcançamos em números, com 4 cursos criados e 12 vídeos publicados ao todo, a marca de 306 visualizações, 76 comentários, e 61 likes no facebook. E os mestres do projeto, após uma reunião à distância com os membros do projeto ressaltaram a importância da concretização de todo o material e revelaram que muitos alunos de fato assistiram os vídeos

e os usaram como porta de entrada para conhecer mais sobre primeiros currículos, redações, mídias sociais e fotografia.

Por fim, o grupo realizou uma reunião à distância com os 2 mestres do projeto SPARTAN, e eles revelaram a boa recepção dos vídeos para com os alunos. Muitos se entusiasmaram com o universo da

fotografia, outros começaram a criar os próprios currículos e assim por diante. Ao final, foi realizada uma troca de conhecimento acadêmico produzido pela faculdade para o público-alvo, além da oportunidade dos integrantes do grupo colocarem em prática a teoria do que é ensinado no curso de jornalismo.

Foto n° 10



Alunos de Jornalismo da Facha e alunos de Taekwondo



## GRUPO 11

# Reconstruindo o Serrano

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### CURSOS ENVOLVIDOS

Alunos do Curso de Jornalismo

### INTEGRANTES DO GRUPO

Gabriel Machado

João Paulo Sampaio

Luiz Eduardo Rebouças

Victor Apicelo

### PÚBLICO-ALVO

Tendo em vista que o clube Serrano situa-se na cidade de Petrópolis, esta cidade acaba se constituindo no público-alvo do projeto escolhido pelo grupo.

A grande dificuldade do clube é a questão financeira por se tratar de um clube pequeno da terceira divisão carioca que não tem jogos transmitidos na televisão, o que impede o clube de ganhar dinheiro, também existe o fato dos jogadores terem contratos reduzidos, porque não existe janela de transferências pelo fato do clube não ter calendário.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Atrair visibilidade a um clube da região, movimentando o comércio local, contribuindo para o desenvolvimento do turismo local e também para ampliar o número de sócios e torcedores do clube.



## JUSTIFICATIVA

A grande dificuldade do clube é a questão financeira por se tratar de um clube pequeno da terceira divisão carioca que não tem jogos transmitidos na televisão, o que impede o clube de ganhar dinheiro. Também existe o fato dos jogadores terem contratos reduzidos, porque não existe janela de transferências pelo fato do clube não ter calendário. O grupo escolheu a causa por acreditar que é um

projeto promissor e também por se tratar de futebol que é algo que todos os integrantes do grupo gostam e gostariam de ajudar na reconstrução de um clube.

O projeto pretende trazer 10 mil visualizações ao Serrano, dando visibilidade a um clube que não possui mídia alguma, que disputa a terceira divisão estadual. Estimular principalmente a população local para que abrace o clube, vá aos jogos, compre ingressos para aumentar a receita do clube e ajudar nessa reconstrução.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Petrópolis

## RESULTADOS

O grupo viajou a Petrópolis no dia 8 de novembro para acompanhar um jogo do Serrano e gravarem um vídeo final, lançado no dia 9 de novembro, no Tik Tok e no perfil do Instagram de João Pedro Sampaio

O Vídeo principal alcançou 13 mil visualizações no Instagram com 465 curtidas e 9 comentários. No Tik Tok, o vídeo teve 6400 visualizações, 545 curtidas e 11 comentários. Em outro vídeo ligado ao Serrano, alcançamos 453 mil visualizações com 24 mil curtidas e 149 comentários.





## GRUPO 12

# Sou Nós

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### CURSOS ENVOLVIDOS

Alunos do Curso de Jornalismo

### INTEGRANTES DO GRUPO

João Victor Grave

Carlos Felipe Retamera Palermo

Bruno Doubs Correa

Joubert Júnior

Manuela Pittzer

Isabelli de Aragão

Rafaella Azevedo

### PÚBLICO-ALVO

População de rua e comunidades do Rio de Janeiro. A identificação precisa desses grupos é essencial para direcionar os esforços e recursos de forma eficaz, maximizando o impacto do projeto.

Apesar de um enfoque maior na população do Rio de Janeiro, temos como comunidade as pessoas que estão interessadas em contribuir com a causa de forma geral e indo além do espaço físico. Nosso público-alvo é conectado por quem tem como objetivo ajudar o próximo sem esperar nada em troca.

### OBJETIVOS DO PROJETO

- Aumentar a visibilidade para o trabalho que vem sendo feito e para a causa de forma geral.
- Aumentar o número de doadores para o Projeto.
- Divulgar o projeto, por meio de panfletos e através das redes sociais, e apresentando a iniciativa na faculdade e outros espaços.

## JUSTIFICATIVA

O Projeto “Sou Nós” é de grande importância para a sociedade, considerando o grande número de pessoas na cidade do Rio de Janeiro, vivendo em condições precárias. Compreendemos que reter doadores mensais é um desafio crucial para o nosso projeto. A consistência nas doações é essencial para manter as operações sociais de forma eficaz. Para abordar isso, consideramos melhorar as estratégias de engajamento, como atualizações regulares sobre o impacto das doações, mostrando como cada contribuição faz a diferença. Além disso, a transparência na gestão financeira e relatórios detalhados podem ajudar a construir a confiança das pessoas que buscam contribuir de alguma forma. Outro desafio é a obtenção de uma sede fixa e a formalização do CNPJ, porém sabemos que isso envolve custos e burocracias que ainda estão fora de nosso alcance. Uma opção é buscar parcerias com organizações

locais para que compartilhem espaços ou utilizar instalações temporárias para reduzir despesas.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Cidade do Rio de Janeiro

## RESULTADOS

O grupo resolveu atuar em duas frentes:

**Rede Social:** Aumentar o engajamento em publicações e buscar páginas parceiras para contribuir com doações, além de criação de posts com intenção de incentivar o apadrinhamento das crianças do projeto.

**Nas ruas:** O grupo confeccionou panfletos (imagem no slide) e espalhou pelas ruas, a fim de divulgar o projeto e, conseqüentemente, aumentar a arrecadação

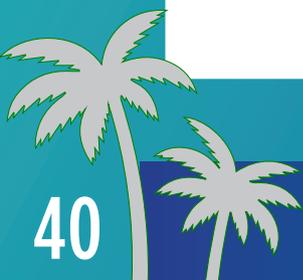
Embora tenhamos tido pouco tempo para avaliar os “resultados”, nossa contribuição nas postagens proporcionou uma maior consistência à página e manteve o número de acessos. Em relação aos panfletos, a responsável pelo projeto mencionou ter recebido algumas ligações demonstrando interesse em apadrinhar crianças, indicando que a estratégia está produzindo efeitos positivos.



Foto nº 11



Encontro dos atendidos pelo Projeto Sou Nós





## GRUPO 13

# Moradia Independente: Conhecer para Incluir

### PROF RESPONSÁVEL

Ivana Gouveia

### CURSOS ENVOLVIDOS

Alunos do Curso de Jornalismo

### INTEGRANTES DO GRUPO

Lucas Alves de Holanda

Luisa Alves de Sousa

Marcela de Gouvea Liserre Garcia

Rafaela Boza de Carvalho Leal

Rodrigo Saracista de Melo Gomes

Walter Carlos de Oliveira Farias

### PÚBLICO-ALVO

Após escolher o Instituto JNG como foco do projeto, o grupo se juntou aos responsáveis pela Organização da Sociedade Civil (OSC) para compreender suas necessidades e elaborar propostas que culminarão em bons ganhos para todos.

O público-alvo atendido pelo projeto é constituído por pessoas com deficiência intelectual e autistas, que buscam uma vida independente. A sociedade carrega conceitos capacitistas, como a crença de que pessoas com deficiência não podem ter sua individualidade e precisam de cuidados constantes de seus familiares. Com isso, muitos deles sofrem com a falta de autonomia, privacidade, apoio profissional e educacional.

O Instituto JNG buscou dar mecanismos para seis adultos deficientes experimentarem uma vida autônoma, enfatizando que é possível desfrutar de um cotidiano independente e funcional sozinhos. Por meio de um experimento que lhes proporcionou moradia individual e personalizada, o Instituto estimulou a privacidade e individualidade para que, gradativamente, esses adultos conquistem a sua independência. O que impacta diretamente nos conceitos impostos pela sociedade.



## OBJETIVOS DO PROJETO

- Desenvolver e atuar diretamente na criação de um e-Book, a partir da elaboração de entrevistas, textos e pesquisas.
- Relatar os resultados das ações implantadas pelo instituto até o momento.
- Atrair visibilidade para as ideias do instituto, colaborando para a desconstrução da cultura do capacitismo.
- Enfatizar a importância da ação voluntária para o funcionamento da OSC.
- Criar conteúdo personalizado para a divulgação da causa.

## JUSTIFICATIVA

Buscamos trazer visibilidade para o projeto, para que cada vez mais pessoas com deficiência possam se interessar e ter acesso à moradia independente. Com isso, receber também atenção da esfera pública, pois é ideal que o Governo entenda o seu papel e relevância no modelo proposto. É importante que, futuramente, a moradia independente se torne mais acessível e possível para todas as classes sociais. Ademais, ao sensibilizar as pessoas, novos voluntários

devem ser atraídos. No momento, eles são imprescindíveis nos setores de administração e comunicação do instituto.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Instituto JNG - Praia do Flamengo

## RESULTADOS

A busca pela inclusão social é o principal pilar do projeto. Sendo assim, concordamos também em colaborar na criação de um e-Book, para muito além da faculdade, contando e escrevendo as histórias que moldaram o Instituto JNG. Acreditamos na importância de compartilhar os resultados desse modelo de moradia independente, que é pioneiro no Brasil.

O grupo realizou entrevistas com os envolvidos no projeto:

- Entrevistas com 2 moradores concluída, as demais seguem agendadas.
- Um dos moradores se recusou a dar entrevista e uma nova data será marcada.
- 3 Componentes da equipe do Instituto JNG entrevistados.
- Entrevistas com familiares e vizinhos seguem agendadas.

Foto nº 12



Moradores atendidos pelo Projeto JNG



## SEGUNDO PROJETO

**TÍTULO:**

**Empreende na Facha**

*Professor Responsável*  
Flávia Freitas

### **CURSOS ENVOLVIDOS**

Administração

Marketing

Publicidade e Propaganda

Relações Públicas

### **PÚBLICO-ALVO**

MICROEMPREENDEDORISMO

### **OBJETIVOS DO PROJETO**

Elaborar uma feira para empreendedores nas Faculdades Integradas Hélio Alonso: a empreende na facha. O projeto foi idealizado pensando em uma dor em comum dos pequenos empreendedores: a dificuldade com marketing, comunicação e gestão de seus negócios.

### **JUSTIFICATIVA**

Na feira, foram desenvolvidas oficinas e palestras que serviram de auxílio para que esses microempreendedorismo pudessem se aperfeiçoar em ferramentas e estratégias necessárias para alavancarem seus negócios, com foco em comunicação e gestão.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

O evento ocorreu no dia 07/12 de 15:00 às 20:00, na FACHA. No primeiro horário, todos participaram da “seu próximo passo para a incompetência e o valor que isso tem no empreendedorismo” ministrada pela empreendedora Bianca Dhel. Em seguida 19 oficinas foram oferecidas em 3 horários

## PRINCIPAIS RESULTADOS

69 microempreendedores se inscreveram no evento e 58 estiveram presentes no dia do evento.



Peça de divulgação do Evento

Fotos nº 14



Fotos dos alunos e convidados durante as palestras

Foto nº 15

Horário	Título	Sala
15:00 às 16:00	Palestra	Auditorio
	Workshop de Mobgrafia (fotografia com colarar)	Biblioteca
16:00 às 17:00	Programas de incentivo a Cultura	1
	Seu cliente não quer só comprar. Ele quer viver: uma experiência incrível	26
	Pitch Digital	2
	Gestão de Crise	36
	Produção e edição de vídeos pelo celular	27
	Storytelling aplicado para suas empresas. (Como vender sua marca?)	32
18:00 às 19:00	SIMPLIFICA Aí! Excel Básico e direto	CPP1
	As oportunidades e desafios do público PCD no mercado de trabalho	Biblioteca
	Sistemas de recompensas	34
	Trafego Pago	26
	Conhecendo os formatos do Instagram	32
	Visual Merchandising	27
	Você sabe precificar corretamente o seu produto/serviço?	CPP1
19:00 às 20:00	Desenvolvendo sua proposta de valor: um workshop prático	33
	Um bazar papo sobre liderança feminina e os desafios no mercado de trabalho	Biblioteca
	A importância da gestão de imagem no mundo dos negócios	35
	Produzindo conteúdo através de Inteligência Artificial	36
	Da Venda ao Encantamento	26

Programação das Oficinas

## TERCEIRO PROJETO

### TÍTULO:

## Projeto de Extensão em Publicidade e Propaganda e Design

*Professor Responsável*

Rafael Melo Pereira

### CURSOS ENVOLVIDOS

Publicidade e Propaganda

Design Gráfico

### PÚBLICO-ALVO

Os projetos desenvolvidos na aula "Projeto de Extensão em publicidade e Propaganda e Design" tiveram como público-alvo empresas de pequeno porte que apresentavam dificuldades nas áreas de publicidade e propaganda e design

### OBJETIVOS DO PROJETO

#### Objetivo geral

Integrar os conhecimentos dos alunos das áreas de Publicidade e Propaganda e Design Gráfico às demandas da sociedade, representadas aqui por empresas de pequeno porte e ONGs.

#### Objetivos específicos:

- a) Analisar o projeto de comunicação da empresa;
- b) Elaborar um projeto de comunicação e design que solucionasse parte ou todo o problema

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

FACHA

## PRINCIPAIS RESULTADOS

**1. Projeto "Conecta aê!":** O evento teve como foco central a área de comunicação e buscou conectar estudantes e o mercado de trabalho. Através de rodas de conversa buscou-se promover o aprendizado de maneira leve e espontânea. O que motivou os alunos a desenvolver este trabalho foi o fato de identificar que o mercado de trabalho é muito competitivo, tornando essencial integrar-se ao setor desejado o mais rápido possível. Dessa forma, os estudantes entenderam a importância de proporcionar um espaço de troca entre indivíduos que atingiram seus objetivos profissionais e aqueles que estão no início da sua jornada.

**2. Projeto Empreende FACHA, da Prof Flávia Freitas:** o projeto O projeto foi idealizado pensando em uma dor em comum dos pequenos empreendedores: a dificuldade com marketing, comunicação e gestão de seus negócios. Na feira, foram desenvolvidas oficinas e palestras que serviram de auxílio para que esses micro empreendedores pudessem se aperfeiçoar em ferramentas e estratégias necessárias para alavancarem seus negócios, com foco em comunicação e gestão. O evento ocorreu no dia 07/12 de 15:00 às 20:00, na FACHA. No primeiro horário, todos participaram da "seu próximo passo para a incompetência e o valor que isso tem no empreendedorismo" ministrada pela empreendedora Bianca Dhel. Em seguida 19 oficinas foram oferecidas em 3 horários

**3. Puppy Star:** O projeto Puppy Star buscou evidenciar a necessidade dos animais de rua, promovendo a adoção para que estes recebam os devidos cuidados e a atenção merecida. O projeto teve como foco facilitar a adoção de animais, e para isso criou uma feira de adoção, bem como ações em prol do bem- em conjunto dos animais e de seus possíveis donos. O projeto aconteceu através da parceria com o abrigo Ajude Pets, que forneceu a estrutura para a feira e trouxe os animais para adoção.

**4. Lovelybee:** ajudaram a cliente a estar mais presente nas redes sociais da marca Lovelybee. Para isso criaram conteúdos que tinham como ponto focal promover a autoestima feminina, destacando a beleza das idades e todos os tipos de corpos. Os conteúdos se configuram em *reels*, stories e posts na plataforma Instagram, e vídeos foram criados para o TikTok.

**5. Projeto "Conectar":** foi criado com o intuito de levar mais conhecimento e ensinamentos de Marketing Digital para as pessoas que não têm um fácil acesso a esse tipo de informação. A partir de parcerias com ONGs e escolas públicas, foram realizados 3 dias de workshop com participação de membros da equipe e convidados especialistas sobre o assunto para transformar a visão dos estudantes sobre o tema e conectá-los com

o projeto a fim de prepará-los para o mercado digital. Fechamos uma parceria com o Solar Menino de Luz, uma instituição filantrópica localizada na Comunidade Pavão-Pavãozinho. Por motivo de datas corridas de fim de ano escolar, como provas, apresentações, formaturas e outros, a Instituição optou por realizarmos nosso evento nos dias 9 e 23 de março de 2024. O projeto aconteceu e teve a participação de crianças do 1º ano do ensino médio (adolescentes entre 14 e 16 anos). Todas receberam treinamento sobre a área de marketing digital.

**6. Projeto Meu Kantinho:** os alunos desenvolveram o projeto de rede social para a ONG Meu Kantinho. Neste projeto o foco foi evidenciar ações no TikTok e Instagram. O grupo desenvolveu a programação mensal, trazendo sugestões de posts, conteúdos diversos, vídeos, etc. Todo conteúdo foi inspirado nas premissas da ONG, que tem como objetivo ensinar música e práticas socioambientais. A ONG completou 25 anos em 2023.

Foto nº 16



Alunos do Projeto



## **PROJETOS DOS GRUPOS**

### **GRUPO 1**

# **Conecta Auê**

#### **PROFESSOR RESPONSÁVEL**

Rafael Melo

#### **CURSOS ENVOLVIDOS**

Publicidade e Propaganda

#### **PÚBLICO-ALVO**

Estudantes em busca de Profissionalização

#### **OBJETIVOS**

Conectar estudantes e o mercado de trabalho

#### **JUSTIFICATIVA**

O que motivou os alunos a desenvolver este trabalho foi o fato de identificarem que o mercado de trabalho é muito competitivo, tornando essencial integrar-se ao setor desejado o mais rápido possível.

#### **LOCAL DE REALIZAÇÃO**

FACHA

#### **PRINCIPAIS RESULTADOS**

Evento dentro da FACHA reunindo alunos e atividades de workshop sobre o mercado de comunicação, em especial, como conduzir suas carreiras.





## GRUPO 2

# Empreende FACHA

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Flavia Freitas e Rafael Melo

### CURSOS ENVOLVIDOS

Administração  
Marketing  
Publicidade e Propaganda  
Relações Públicas

### PÚBLICO-ALVO

Micro-empresendedores

### OBJETIVOS

Elaborar uma feira para empresenedores nas Faculdades Integradas Hélio Alonso: a empreende na facha. O projeto foi idealizado pensando em uma dor em comum dos pequenos empresenedores: a dificuldade com marketing, comunicação e gestão de seus negócios.

### JUSTIFICATIVA

Na feira, foram desenvolvidas oficinas e palestras que serviram de auxílio para que esses microempresenedores pudessem se aperfeiçoar em ferramentas e estratégias necessárias para alavancarem seus negócios, com foco em comunicação e gestão.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

FACHA

### PRINCIPAIS RESULTADOS

69 microempresenedores se inscreveram no evento e 58 estiveram presentes no dia do evento.





## GRUPO 3

# Puppy Star

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Rafael Melo

### CURSOS ENVOLVIDOS

Publicidade e Propaganda

### PÚBLICO-ALVO

Pessoas querendo adotar animais

### OBJETIVOS

Evidenciar a necessidade dos animais de rua, promovendo a adoção para que estes recebam os devidos cuidados e a atenção merecida.

### JUSTIFICATIVA

O grupo identificou que a instituição "Ajude Pets" estava com dificuldades de desenvolver um evento para adoção e buscou ajudar neste tópico.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

FACHA

### PRINCIPAIS RESULTADOS

Evento de adoção na FACHA com participação da "Ajude Pets".





## GRUPO 4

# Lovelybee

### CURSOS ENVOLVIDOS

Publicidade e Propaganda

### PÚBLICO-ALVO

Empreendedora: dona da Empresa

### OBJETIVOS

Ajudar a empreendedora a estar mais presente nas redes sociais da marca Lovelybee

### JUSTIFICATIVA

O grupo identificou que empresas de pequeno porte têm maior necessidade por exposição em redes sociais para crescer, logo desenvolveram um projeto com este foco.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

FACHA

### PRINCIPAIS RESULTADOS

Conteúdo em reels, stories e posts na plataforma Instagram, e vídeos foram criados para o TikTok.





## GRUPO 5

# Conectar

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Rafael Melo

### CURSOS ENVOLVIDOS

Publicidade e Propaganda

### PÚBLICO-ALVO

Alunos de Ensino Médio

### OBJETIVOS

Treinar alunos do ensino médio em técnicas de marketing digital.

### JUSTIFICATIVA

os alunos identificaram que muitos jovens tentam uma posição no mercado de trabalho e não conseguem emprego. Esta questão associada à grande necessidade de profissionais da área de Marketing Digital, os alunos da FACHA buscaram treinar mais pessoas para que elas possam se inserir neste mercado.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Ong Menino de Luz

### PRINCIPAIS RESULTADOS

Crianças do 1º ano do ensino médio (adolescentes entre 14 a 16 anos) receberam treinamento na área de marketing digital





## GRUPO 6

# Meu Kantinho

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Rafael Melo

### PÚBLICO-ALVO

Responsáveis da ONG Meu Kantinho

### OBJETIVOS

Desenvolver o Projeto de Rede Social

### JUSTIFICATIVA

O grupo identificou que ONGs têm grande necessidade de divulgar o seu trabalho em redes sociais para crescer, logo desenvolveram um projeto com este foco.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

FACHA

### PRINCIPAIS RESULTADOS

Ações no Tik Tok e Instagram  
Material de Reposicionamento da ONG em rede Social.



## QUARTO PROJETO

**TÍTULO:**

### **Projetos de Extensão do Curso de Cinema e Audiovisual: A Extensão em Cinema e Audiovisual**

*Professor Responsável*  
José Augusto Neto

## **CURSOS ENVOLVIDOS** Cinema e Audiovisual

### **PÚBLICO-ALVO**

Comunidades do Entorno da Facha, estudantes e pesquisadores de Cinema e Audiovisual

### **OBJETIVOS DO PROJETO**

#### **Objetivo Geral:**

Mobilizar os saberes adquiridos pelos estudantes durante o percurso formativo do curso em perspectiva do desenvolvimento de projetos que contemplem a comunidade acadêmica e externa e oportunizem a aplicação dos conceitos e técnicas apreendidos através de ações correlacionadas transversais às demandas da sociedade.

#### **Objetivos Específicos:**

1. Promover a reflexão sobre temas relevantes para a comunidade através das exposições, seguidas de mesas de debates, de filmes brasileiros no Cine clube "Faísca";
2. Apresentação semestral de filmes autorais dos estudantes do curso de Cinema e Audiovisual da FACHA, em intercâmbio com alunos realizadores das comunidades próximas, na Mostra de Cinema;
3. Compartilhar as experiências de produção dos estudantes com os jovens de baixa renda dos ensinos médio e/ou iniciantes em cursos de Cinema e Audiovisual, através da Oficina "Cassiopéia";
4. Promover o compartilhamento de conhecimentos de produção e estimular a criação por intermédio do Festival de Cinema "Oscarito".

## JUSTIFICATIVA

Notadamente vivemos em uma sociedade imagética, consumidora e geradora de milhares de horas de conteúdos audiovisuais. Promover ambientes nos quais os estudantes de Cinema e Audiovisual, se conscientizem e sensibilizem-se, de modo ético, quanto aos temas históricos e urgentes da comunidade, faz-se mister para a formação responsável dos futuros realizadores. A formação de público para o Cinema Brasileiro também é relevante e urgente para a elaboração e desenvolvimento dos projetos de extensão inseridos no Curso de Cinema e Audiovisual da FACHA.

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Botafogo

## RESULTADOS

Os projetos estão sendo pré-produzidos ou implementados

Foto nº 17



*Estudantes de Cinema assistindo às apresentações orais dos projetos*

Foto nº 18



*Professores de Cinema prestigiando as apresentações dos estudantes*

Foto nº 19



*Prof. de Cinema Daniela Pfeiffer comentando as apresentações orais*

Foto nº 20



*Prof. Rico Cavalcante prestigiando as apresentações*

Foto nº 21



*Cineasta Patricia Niedermeier proferindo palestra para os estudantes de Extensão*

Foto nº 22



*Estudantes do curso de cinema, Gabriel Augusto e Matheus Fortuna, criadores do Projeto de Extensão Cineclub Faisca*

Foto nº 23



*Fabricio Duque, crítico de Cinema, prestigiando as apresentações dos estudantes*

Foto nº 24



*Prof. Guto Neto (Coordenador do Curso de Cinema), Músico Ricardo Vilas prestigiando as apresentações, Prof. Oscar Colombo e prof. David Tygel*



## **PROJETOS DOS GRUPOS**

### **GRUPO 1**

# **Cinema e Comunidade**

#### **PROFESSOR RESPONSÁVEL**

José Augusto Neto

#### **PÚBLICO-ALVO**

Lojistas e Comerciantes do entorno da FACHA

#### **OBJETIVOS:**

Despertar nos demais estudantes a capacidade crítica para a identificação de problemas relevantes da sociedade, e desenvolver suas habilidades na busca de soluções, para que possam provocar mudanças positivas, começando por pequenas comunidades onde estão inseridos.

#### **JUSTIFICATIVA**

##### **ASSALTOS**

A insegurança com a região foi o problema mais citado. Segundo eles, o abandono público, a falta de policiamento e ruas desertas e escuras contribuem para esse cenário.

##### **MUITAS PESSOAS EM SITUAÇÃO DE RUA**

O segundo problema relatado é a presença constante de pessoas em situação de rua, que na visão deles afasta a clientela e representam maior risco para a região.

##### **ABASTECIMENTO DE ÁGUA**

Outras demandas menos comuns como o problema crônico de falta d'água foram mencionadas.

Segundo depoimento, a região sofre há muitos anos com um abastecimento irregular.

#### **LOCAL DE REALIZAÇÃO:**

Botafogo



## PRINCIPAIS RESULTADOS

Criação do observatório da violência

Coleta de Dados através de entrevistas

1. Irineu Jerônimo de Melo, 58 anos. Sócio e vendedor de floricultura.
2. Elisabeth, 53 anos. Vendedora de banca de jornal.
3. Tânia Aragão, 43 anos. Gerente de farmácia.
4. Willian Rosa de Souza, 28 anos. Servidor em lavanderia
5. Maria Teresa Gomes de Almeida, 62 anos. Fundadora e cozinheira de restaurante

### Slides nº 1 - Cinema e Comunidade

PROJETO DE EXTENSÃO EM CINEMA  
professor Guto Neto

#### INTRODUÇÃO

Nosso principal objetivo é despertar nos demais estudantes a capacidade crítica para a identificação de problemas relevantes da sociedade, e desenvolver suas habilidades na busca de soluções, para que possam provocar mudanças positivas, começando por pequenas comunidades onde estão inseridos.

#### A COMUNIDADE

A COMUNIDADE

#### ENTREVISTAS

##### COM LOJISTAS E COMERCIANTES DO ENTORNO DA FACHA

- Entrevistas de pessoas que compõe o comércio no entorno da FACHA;
- Buscamos a perspectiva dessa comunidade sobre os problemas que enfrentam e nossa possível contribuição enquanto comunidade acadêmica.

#### ENTREVISTAS

1. Irineu Jerônimo de Melo, 58 anos. Sócio e vendedor de floricultura.
2. Elisabeth, 53 anos. Vendedora de banca de jornal.
3. Tânia Aragão, 43 anos. Gerente de farmácia.
4. Willian Rosa de Souza, 28 anos. Servidor em lavanderia.
5. Maria Teresa Gomes de Almeida, 62 anos. Fundadora e cozinheira de restaurante.

#### CARACTERÍSTICAS GERAIS

<b>GERAL</b> Pessoas que sobrevivem de atividades econômicas formais ou não no entorno da FACHA. Feitantes, Vendedores Ambulantes, Floristas etc.	<b>PERFIL</b> Idade entre 40 e 60 anos, pertencentes as classes econômicas B, C e D.
<b>MORADIA</b> Bairros geralmente distantes, geralmente da Zona Norte ou da Baixa de Fiumeças;	<b>TRAJETÓRIA</b> Geralmente são pessoas que trabalham muito tempo no mesmo ponto em Botafogo. Observa-se uma estabilidade de função e local onde estão estabelecidos.

#### PRINCIPAIS PROBLEMAS

**ASSALTOS**  
A comunidade com a região foi o problema mais citado. Segundo eles, o abandono público, a falta de policiamento e ruas desertas e escuras contribuem para esse cenário.

**MUITAS PESSOAS EM SITUAÇÃO DE RUA**  
O segundo problema relatado é a presença constante de pessoas em situação de rua, que se visam além afetar a limpeza e representação mais cuida para a região.

**ABASTECIMENTO DE ÁGUA**  
Outro problema mais citado como o problema crítico de falta d'água foram associações. Segundo Irineu, a água acaba de muito cedo com um abastecimento irregular.

**ABASTECIMENTO DE ÁGUA**  
Também foi mencionado a questão do tamanho das comércio e a dificuldade de estruturação econômica do pequeno comércio.

#### CONSEQUÊNCIAS

- Minimização de clientela;
- Prejuízo financeiro para os lojistas;
- Fechamento de pontos tradicionais de comércio na região.

**CAUSAS**

- Falta de policiamento;
- Falta de segurança privada para os lojistas;
- Grande número de moradores de rua.

**PESSOAS AFETADAS**

- Toda a comunidade de lojistas e clientes da região do entorno da FACHA.

**ASSALTOS - PROBLEMA DE PARTIDA**

#### APROFUNDANDO

O PROBLEMA É CHAVE E ESTÁ NA MÍDIA

**Bar em Botafogo, Zona Sul do Rio, fecha as portas no fim de ano após dois assaltos em uma semana**  
01 - OUTUBRO DE 2023

**Pai do governador tem celular roubado em rua movimentada de Botafogo**  
02 - MARÇO DE 2023

**Homem sofre duas tentativas de assalto em menos de uma semana em Botafogo**  
03 - MARÇO DE 2023

**Assaltos assustam moradores de Botafogo**  
04 - MARÇO DE 2023

#### QUESTÕES A EXPLORAR

**VISIBILIDADE** → **ABAIXO ASSINADO** → **OK SAZIMAR UM MOVIMENTO** → **ENTRAR EM CONTATO COM AUTORIDADES COMPETENTES**

A comunidade acadêmica pode contribuir para solucionar esse problema com ações que deem visibilidade do problema para autoridades competentes. Produção de materiais audiovisuais, abaixo assinados, um movimento organizado que redes emite ou qualquer outra coisa que ajude a evidenciar tais dificuldades enfrentadas por essa comunidade.

## INTEGRAR

### MEDIDA 1 - INTEGRAÇÃO

Criar entre lojistas e Faculdade a fim de estabelecer uma comunicação para organizar abaixo assinados, manifestos etc.

## ORGANIZAR

### MEDIDA 2 - OBSERVATÓRIO DA VIOLÊNCIA

Criar estratégias para reunir dados e tudo que comprove a existência do problema no entorno da faculdade. Desenvolver uma metodologia científica para ter o embasamento necessário a fim de cobrar a resolução das autoridades.

## DAR VISIBILIDADE

### MEDIDA 3 - SOLUÇÃO A PARTIR DOS DADOS

Organizar manifestos em nome dos lojistas e da faculdade para buscar soluções para o problema de violência no entorno da faculdade.

## PROPOSTA

### AÇÕES QUE TRAZAM MAIS VISIBILIDADE PARA O TEMA

- Organização de debates, rodas de conversa e palestras;
- Parceria institucional com o FACHAHUB, através da criação de conteúdo exclusivo nas redes sociais da FACHA.

## DEBATES, RODAS DE CONVERSA E PALESTRAS

- CONVIDADOS ESPECIALISTAS NO ASSUNTO
- INCENTIVAR A PARTICIPAÇÃO DOS DOCENTES
- TRAZER PERSONALIDADES DA PRÓPRIA COMUNIDADE DE BOTAFOGO

## PARCERIA COM O FACHAHUB

criação de conteúdo exclusivo nas redes da FACHA

planejamento de conteúdo

- Continuação e aprofundamento da pesquisa;
- Criação de artes;
- Produção de conteúdo audiovisual.

## CONSIDERAÇÕES

- Entendemos este enquanto um projeto ousado e importante para a faculdade;
- É fato que a construção dessa relação com a sociedade precisa ser constante, logo, deve ser cuidadosa e respeitosa;
- Se conseguirmos um caminho eficiente nessa relação, teremos um vasto material a ser trabalhado do ponto de vista acadêmico e, quanto antes o debate for mobilizado, mais rápido virão os efeitos benéficos da contribuição acadêmica na sociedade.

## CRONOGRAMA

NOVEMBRO 2023

- engajamento de estudantes para vídeos curtos para redes sociais da FACHA (Reels);
- gravação de vídeos com Thays Goretti para vídeo da campanha em parceria com o FACHA Hub;

FEVEREIRO 2024

- aprofundamento e suporte de pesquisas para desenvolvimento de conteúdo que produza audiovisuais (vídeos curtos para redes sociais e vídeo para campanha em parceria com o FACHA Hub);

MARÇO 2024

- criação e desenvolvimento de roteiro para o vídeo da campanha em parceria com o FACHA Hub;
- criação e desenvolvimento de roteiro para vídeos curtos em redes sociais da FACHA;
- início e conclusão da produção para filmagem do vídeo.

## CRONOGRAMA

ABRIL 2024

- planejamento e criação de conteúdo para as redes sociais da FACHA via plataformas (TikTok);
- programação de postagens através da plataforma Meta Business Suite.

MAIO 2024

- filmagem do vídeo para campanha em parceria com o FACHA Hub;
- filmagem dos vídeos curtos para redes sociais da FACHA;
- movimentação nas redes sociais da FACHA, com postagens de stories em tempo real para sustentar o engajamento orgânico para o projeto.

JUNHO 2024

- publicação do vídeo da campanha em parceria com o FACHA Hub em redes sociais da FACHA e outras estratégias de distribuição do material audiovisual produzido.

## OBRIGADO

ALVOS:

- Alex Carolina Nascimento
- Polina Helene Neumann
- Jaqueleine Amorim
- Cláudia Helena Chaves
- Mariana Mendes Salles
- Yolana Victor Silveira

## GRUPO 2

# Festival de Cinema Oscarito

### PROFESSOR REPONSÁVEL

José Augusto Neto

### CURSOS ENVOLVIDOS

Cinema e Audiovisual

### PÚBLICO-ALVO

Comunidades Acadêmicas

Público em Geral

### OBJETIVOS

- Celebrar e reconhecer as produções realizadas em nosso ambiente acadêmico.
- Divulgação das obras criadas por nossos talentosos estudantes, contribuindo para o fortalecimento de uma valiosa rede de contatos dentro da instituição

### JUSTIFICATIVA

Oscarito, nome artístico de Oscar Lorenzo Jacinto de la Imaculada Concepción Teresa Dias, foi um renomado ator brasileiro nascido em 1906, no Rio de Janeiro. Conhecido por seu carisma e humor marcante, ele brilhou nos palcos e nas telonas. Suas atuações em filmes como "Matar ou Correr" e "Carnaval Atlântida" o tornaram um ícone do cinema nacional. Com sua autenticidade e talento, Oscarito deixou um legado duradouro na cultura brasileira, sendo lembrado com carinho e admiração até os dias de hoje.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO:

FACHA

### PRINCIPAIS RESULTADOS

O Festival foi projetado, mas só será realizado em 2024.1



## Slides nº 2 - Festival de Cinema Oscarito

**\*\*Festival de Cinema "Oscarito" - Escopo\*\***

### GRUPO:

Breno Ramoa - 20216910  
 Felipe Haringer - 20216903  
 Hugo Mello - 20216920  
 Lara Kelvia - 20216916

### \*\*1. Introdução:\*\*

#### 1.1 - Breve histórico de Oscarito

Oscarito, nome artístico de Oscar Lorenzo Jacinto de la Imaculada Concepción Teresa Dias, foi um renomado ator brasileiro nascido em 1906, no Rio de Janeiro. Conhecido por seu carisma e humor marcante, ele brilhou nos palcos e nas telonas. Suas atuações em filmes como "Matar ou Correr" e "Carnaval Atlântida" o tornaram um ícone do cinema nacional. Com sua autenticidade e talento, Oscarito deixou um legado duradouro na cultura brasileira, sendo lembrado com carinho e admiração até os dias de hoje.

#### 1.2 - Objetivos do festival

O Festival Oscarito de Cinema FACHA nasce com o propósito de celebrar e reconhecer as produções realizadas em nosso ambiente acadêmico. Além de promover a interação entre estudantes de diferentes períodos e cursos, o evento visa também a divulgação das obras criadas por nossos talentosos estudantes, contribuindo para o fortalecimento de uma valiosa rede de contatos dentro da instituição.

### \*\*2. Categorias de Premiação:\*\*

- Melhor Filme de Ficção
- Melhor Documentário
- Melhor Direção
- Melhor Roteiro
- Melhor Atuação (Ator e Atriz)
- Melhor Atuação Coadjuvante (Ator e Atriz)
- Melhor Fotografia
- Melhor Edição
- Melhor Design de Som
- Melhor Filme (Voto Popular)

### \*\*3. Regulamento:\*\*

#### 3.1 - Elegibilidade dos Filmes

- Filmes produzidos para disciplinas da FACHA com no máximo dois anos desde sua produção.
- Filmes produzidos por alunos da FACHA com no máximo 12 meses de lançamento e mais de 50% da equipe formada por estudantes da instituição.

#### 3.2 - Critérios de Seleção

- Originalidade e Criatividade: Avaliar a capacidade do filme em apresentar uma abordagem única, inovadora e autêntica ao tema escolhido. Projetos que demonstram uma narrativa ou estética distintiva serão valorizados.

- Relevância Temática e Mensagem: Considerar a pertinência e a profundidade da temática abordada. Filmes que abordam questões atuais, sociais, culturais ou políticas de maneira impactante e envolvente serão avaliados de forma positiva.

- Qualidade Técnica e Execução: Analisar a excelência na produção, incluindo a cinematografia, direção de arte, edição, som e atuação. A competência técnica na execução do filme é fundamental para criar uma experiência envolvente e de alta qualidade para o público.

#### 3.3 - Processo de Inscrição

- As inscrições deverão ser feitas através de um formulário disponibilizado pela organização do evento.

- A obra inscrita deverá conter um link para a reprodução da mesma.

- Links para download tornam **automaticamente** a obra inapta para inscrição.

#### 3.4 - Prazos Importantes

- 2 semanas para o período de inscrições.

- 2 semanas para avaliação do material recebido e divulgação dos finalistas.

### \*\*4. Cronograma do Festival:\*\*

- O Festival deverá ser realizado **sempre** no começo ou final do ano letivo.
- A Cerimônia de Premiação deverá ser realizada no mesmo dia.

### \*\*5. Comitê de Seleção e Julgamento:\*\*

#### 5.1 - Composição do Comitê

- Guto Neto (Coordenador do curso de cinema)
- Rico Cavalcanti (Professor do curso de cinema e idealizador do festival)
- David Tygel (Professor do curso de cinema)
- Convidados

#### 5.2 - Critérios de Avaliação

- Originalidade e Criatividade: Avaliar a capacidade do filme em apresentar uma abordagem única, inovadora e autêntica ao tema escolhido. Projetos que demonstram uma narrativa ou estética distintiva serão valorizados.

- Relevância Temática e Mensagem: Considerar a pertinência e a profundidade da temática abordada. Filmes que abordam questões atuais, sociais, culturais ou políticas de maneira impactante e envolvente serão avaliados de forma positiva.

- Qualidade Técnica e Execução: Analisar a excelência na produção, incluindo a cinematografia, direção de arte, edição, som e atuação. A competência técnica na execução do filme é fundamental para criar uma experiência envolvente e de alta qualidade para o público.

### \*\*6. Programação do Festival:\*\*

- Projeções de Filmes

### \*\*7. Local do Evento:\*\*

- Auditório da FACHA



## GRUPO 3

# Brasil nas Telas

### CURSOS ENVOLVIDOS

Cinema e Audiovisual

### PÚBLICO-ALVO

Plateias do cinema brasileiro

### OBJETIVOS

Estimular o consumo de filmes nacionais;

- Divulgar produções nacionais;
- Conscientizar para o mercado cinematográfico nacional
- Criar uma marca para ser usada por produtores brasileiros

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Rio de Janeiro

### PRINCIPAIS RESULTADOS

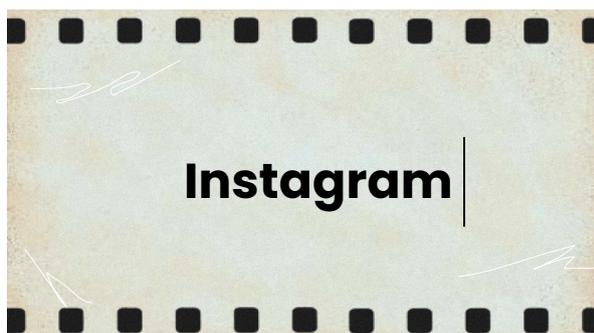
O Projeto está em fase de implementação.

### JUSTIFICATIVA

O Cinema Brasileiro sofre os efeitos das dificuldades com a distribuição e propagação e necessita de estratégias para estimular exibidores e público para a ampliação da audiência nas salas de projeção e demais mídias.



## Slides nº 3 – Brasil nas Telas





## GRUPO 4

# Cine Clube Faísca

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

José Augusto Neto

### CURSOS ENVOLVIDOS

Cinema e Audiovisual

### PÚBLICO-ALVO

Estudantes de Cinema

### OBJETIVOS

O Cineclube FAÍSCA é uma iniciativa dos estudantes de cinema da FACHA - Faculdades Integradas Hélio Alonso - para promover a troca de conhecimento e networking entre nós, estudantes, e outros profissionais, além de ser um investimento valioso para nosso aprimoramento e divulgação da instituição

### JUSTIFICATIVA

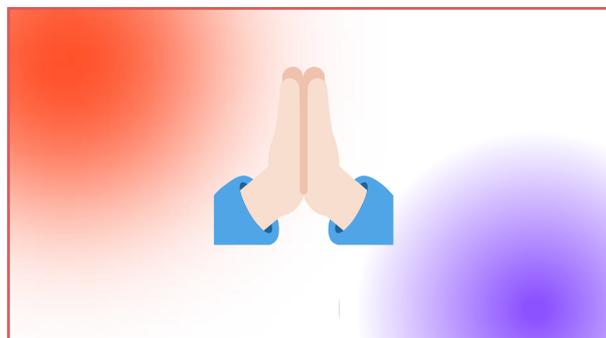
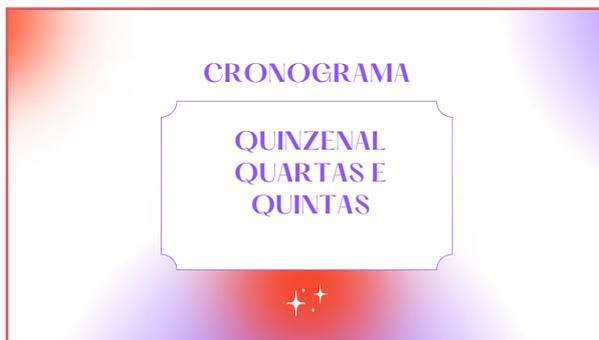
Com as Mostras de filmes cada vez mais lotadas no Estação Botafogo, lugar já consagrado pelos cinéfilos cariocas, o cineclubismo é o principal ponto de encontro que mistura entretenimento e fonte de inspiração e motivação para futuros realizadores.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Estação Botafogo e Facha



## Slides nº 4 - Cine Clube Faisca





## GRUPO 5

# Mostra Inspiração

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

José Augusto Neto

### CURSOS ENVOLVIDOS

Cinema e Audiovisual

### PÚBLICO-ALVO

Comunidades Acadêmicas

### OBJETIVOS

A Mostra CineFACHA Inspirações visa, principalmente, divulgar o Cinema independente realizado pelos universitários, mas também abordar um assunto do interesse do nosso público-alvo: a produção cinematográfica acessível. Nossa ideia gira em torno de realizar mostras de curtas produzidos por alunos de todos os períodos da faculdade com filmes de baixo orçamento.

### JUSTIFICATIVA

Acreditamos que a mostra INSPIRAÇÕES, além de divulgar os trabalhos mais recentes dos alunos da cadeira de cinema da FACHA, pode incentivar outros novos realizadores e estudantes de cinema, além do público que frequenta o espaço e também estará habilitado a assistir às sessões. Com esta iniciativa, acreditamos que todos saem ganhando. Seja a própria faculdade, o corpo docente e os estudantes. Hoje em dia, promover eventos presenciais que reúnam o maior número de pessoas fora das redes sociais, já é um ganho.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Cine-Estação

### PRINCIPAIS RESULTADOS

O Projeto será executado em 2024.



## Slides nº 5 - Amostra Inspiração



### Resumo do Projeto

A Mostra CineFACHA Inspirações visa, principalmente, divulgar o Cinema independente realizado pelos universitários, mas também abordar um assunto do interesse do nosso público-alvo: a produção cinematográfica acessível. Nossa ideia gira em torno de realizar mostras de curtas produzidos por alunos de todos os períodos da faculdade com filmes de baixo orçamento.

A parceria com o Estação NET Rio nos ajudará a expandir o projeto a uma comunidade que aprecia o cinema independente e universitário, ao mesmo tempo em que irá ajudar a divulgar o cinema produzido de forma independente.

### Problemas

- Limitação do Tempo
  - Quanto tempo terá a sessão?
  - Quais horários e dias o Estação nos disponibiliza?
  - Dia e horário a serem escolhidos ainda.
- Dinheiro
  - A amostra será paga? O dinheiro irá todo para o Estação?
- Documentação
  - Quais os documentos que precisamos providenciar?

### Divulgação

- Atendo ao trabalho de divulgação, junto com a produção alinhamos as datas para o primeiro passo do nosso departamento:
- Perfil no Instagram - A conta dedicada à amostra foi estabelecida em 19 de Setembro, com o propósito de informar os interessados sobre a criação da amostra e iniciar o envolvimento com o perfil, de modo a ampliar o alcance quando as postagens sobre os filmes iniciarem. Em 25 de Setembro, a primeira publicação foi feita, com o intuito de apresentar a amostra em primeira mão.
- Divulgação dos curtas:
  - organizar através de artes digitais, posts abordando a sinopse com trechos do filme e breve depoimento da equipe realizadora.

### Curadoria

Durante o dia (Ainda a ser escolhido) a Mostra INSPIRAÇÕES vai ocupar uma das salas do ESTÁÇÃO BOTAFOGO - espaço já consagrado na agenda cultural da cidade do Rio de Janeiro, exibiremos os seguintes curtas seguidos de debates com os realizadores e professores da FACHA logo após a exibição

Os curtas escolhidos foram:

01. Milla - 05:07
02. Henrique e o Fantocho - 05:17
03. Fibras - 11:25
04. Marina Skatepark - 09:06
05. Calores - 05:55
06. Destampe - 08:46
07. Mar Doce - 10:00
08. Motoboy - 13:34
09. VINTE VINTE - 10:34
10. Gasto - 04:51

### Conclusão

Acreditamos que a mostra INSPIRAÇÕES, além de divulgar os trabalhos mais recentes dos alunos da cadeira de cinema da FACHA, pode incentivar outros novos realizadores e estudantes de cinema, além do público que frequenta o espaço e também estará habilitado a assistir às sessões.

Com esta iniciativa, acreditamos que todos saem ganhando. Seja a própria faculdade, o corpo docente e os estudantes. Hoje em dia, promover eventos presenciais que reúnam o maior número de pessoas fora das redes sociais, já é um ganho.

As etapas estão divididas em:

- Captação dos curtas
- Formato das sessões
- Exibição

## QUINTO PROJETO

**TÍTULO:**

### A Interdisciplinariedade na Comunicação

*Professor Responsável*  
Michele Cruz

### CURSOS ENVOLVIDOS

Jornalismo

**PÚBLICO-ALVO**

ONGs e Comunidades de Botafogo

**OBJETIVOS**

Discutir questões relevantes para os jovens e grupos minoritários.

**JUSTIFICATIVA**

O projeto é de grande relevância no sentido de promover uma discussão e conscientização dos alunos e pessoas da comunidade do entorno a respeito do consumo de álcool, preconceito, guerras atuais e temas caros a alguns grupos minoritários

**LOCAL DE REALIZAÇÃO**

Botafogo/ Internet e Baixada Fluminense

**PRINCIPAIS RESULTADOS**

Conscientização dos jovens sobre Problemas Sociais. Compreensão sobre como as ações de comunicação são ferramentas importantes para conscientização de temáticas sociais



## **PROJETOS DOS GRUPOS**

### **GRUPO 1**

# **Consumo de Bebidas Alcoólicas Entre os Jovens do Baixo Botafogo**

#### **PROFESSOR RESPONSÁVEL**

MICHELE CRUZ

#### **CURSOS ENVOLVIDOS**

Jornalismo

#### **PÚBLICO-ALVO**

Jovens de idade entre 18 e 28 anos, chegando do trabalho ou da faculdade, começam a lotar os bares do local chamando Baixo Botafogo.

#### **OBJETIVOS DO PROJETO**

Conscientização sobre o consumo de álcool.

#### **JUSTIFICATIVA**

É necessário conscientizar que por mais “saudável” que pareça ser, por mais sociável que possa aparentar, o quão relaxante tende a se sentir, qualquer nível de consumo de bebida alcoólica que fuja, conforme o Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (CISA), de uma dose padrão que corresponde a 350 ml de cerveja, 150 ml de vinho ou 45 ml de destilado, está sujeitando seu corpo a inúmeras doenças, e até mesmo, a uma morte precoce.

## RESULTADOS

A maioria dos jovens que foram entrevistados, consomem essa quantidade ao longo de apenas duas horas, e os mesmos não têm noção do prejuízo que pode ocasionar com o tempo.

### Slides nº 6 – Slides sobre o consumo de álcool pelos jovens

**PROJETO DE EXTENSÃO**

O consumo elevado de álcool por jovens

SÃO MARCOS CORRÊA  
LARYSSA LEITE  
NATÁLIA MESTREIRO CARREIRO  
ROMAN AZEVEDO TEIXEIRA

A SUA COMUNIDADE

QUEM SÃO?  
PROBLEMAS E DESAFIOS.

- 1- Jovens entre 18 e 25 que consomem bebida alcoólica acima da quantidade indicada pela medicina nos diversos bares espalhados no Baixo Botafogo.
- 2- O impacto latente pelo alto consumo de bebidas alcoólicas causando vícios e danos severos à saúde de jovens adultos que frequentam os bares do Baixo Botafogo.

**Problemas e Alternativas:**

PROBLEMA	ALTERNATIVA
Foram explorados o qual prejudicial e esse tipo de hábito, tanto nos pontos físicos e mentais, convívio social além do âmbito profissional.	Fizemos uma reportagem escrita onde apontamos todos os malefícios causados pelo uso excessivo de álcool e evidenciar possíveis galhos que despertam a vontade de beber.
Nas pesquisas feitas foram indicados por jovens uma fuga de uma realidade repleta de pressão e ansiedade causados muitas vezes por trabalho.	Além de trazer informações, propor novas hábitos menos prejudiciais e mais saudáveis para uma melhor qualidade de vida aos jovens adultos que frequentam o Baixo Botafogo.

**planos de ação!**

- CRIAR UMA REPORTAGEM ESCRITA DE CONCIÊNCIAÇÃO CONTRA O ALCOOLISMO E DIVULGAR EM BARES ESPALHADOS NO "BAIXO BOTAFOGO".
- RECEBER O FEEDBACK DE PESSOAS QUE FORAM DIRETAMENTE AFETADAS E IMPACTADAS PELA CAMPANHA.





## GRUPO 2

# O Arco-Íris também é Preto

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Michele Cruz

### CURSOS ENVOLVIDOS

Jornalismo

### PÚBLICO-ALVO

População preta LGBTQIAPN+

### OBJETIVOS DO PROJETO

O Arco-Íris também é preto tem como objetivo de dar visibilidade através de arte, cultura e educação para a população Preta LGBTQIAPN+

### JUSTIFICATIVA

Dia 04 de Janeiro de 2021 nasce O Arco Íris Também é Preto. Em meio à pandemia começou a fazer Webnários com temas que atravessam o assunto do projeto. Buscou-se fazer algumas lives temáticas. Em um primeiro momento houve um grupo de Whatsapp que se dissolveu. Em 2022 iniciou se alguns eventos de formas presenciais.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Baixada Fluminense



## RESULTADOS

Diversidade: Um evento Diverso para Potencializar Arte. O evento foi elaborado com o objetivo de trazer artistas negros LGBTQIAPN+ e trazer suas potências principalmente por estar sendo feito no dia da consciência negra e de Zumbi dos Palmares.

Slides nº7 – Apresentação de O Arco-Íris também é preto



### Qual o objetivo do Projeto?

O Arco Íris também é preto tem como objetivo de dar visibilidade através de arte, cultura e educação para a população Preta LGBTQIAPN+



### Um pouco da História...

Dia 04 de Janeiro de 2021 nasce O Arco Íris Também é Preto

Em meio a pandemia começou a se fazer Webnários com temas que atravessam o assunto do projeto

Buscou se a fazer algumas lives temáticos

Em um primeiro momento houve um grupo de Whatsapp que dissolveu

em 2022 iniciou se alguns eventos de formas presenciais

### Análise de Problemas

Em análise nas redes sociais e a perceber a história do Projeto, foi verificado que mesmo depois da pandemia o fator de desenvolver eventos presenciais foi muito lento, o que alancaria o nome do projeto. No final de 2022 houve a perda de Patrick Sweiv da Silva que era grande apoiador que veio por falecer e que acabou fazendo com que no primeiro semestre de 2023 o projeto ficasse parado em luto.

### Solução do Problema

Buscou se a fazer parcerias e pesquisar qual parceiro teria um grande peso para iniciar o primeiro evento presencial com um grande protagonismo.

### Decisão tomada pelo Grupo

Depois de ampla pesquisa, conseguimos contato para o projeto, uma parceria com o Grupo Arco-Íris que tem 35 anos de militância LGBTQIAPN+ e lançou no dia 18 de Novembro de 2023 a exposição Amor e Luta que conta os 35 anos do grupo através de uma exposição que está até 20 de dezembro no metro da Carioca no Rio de Janeiro.

Negociamos para o dia 20 de Novembro fazer o evento Slam diversidade que é um evento organizado com o falecido Patrick Sweiv da Silva e assim construímos o evento e montamos o evento.

### O Evento



### Slam Diversidade: Um evento Diverso para Potencializar Arte



O evento foi elaborado com o objetivo de trazer artistas negros LGBTQIAPN+ e trazer suas potências principalmente por está sendo feito no dia da consciência negra e de Zumbi dos Palmares.

### Jaqueline Gomes de Jesus



Jaqueline Gomes de Jesus Mulher, Preta, Trans, Psicóloga e Professora sua fala nos lembra que além da Consciência negra também é dia da memória Trans o dia 20 de Novembro

## Lélia Luther



Lélia Luther como a personagem diz é a entidade de Wallace Nascimento que é uma existência preta, LGBTQIAPN+ e Cultural que traz através de sua arte potencializar as existências pretas LGBTQIAPN+

## Allan Rosas



Allan Rosas traz através da poesia a representatividade negra em suas declamações. Cria da Comunidade da Maré no Rio de Janeiro

## Orquídea Fernanda



Orquídea Fernanda mulher, trans periférica e Poetisa. Através do poder da palavra vai como uma flecha para atingir a quem a escuta.

## Luiz Henriques e a Ya Massemba



Luiz Henriques design de moda Gay, Negro e Periférico. Através da moda, proclama nossas raízes ancestrais através da sua arte que é falar sobre os tecidos a cultura e arte de África e assim se constitui a sua marca Ya massemba. Que nos honrou com um belo desfile....

## Thayná Santosco



Thayná é baiana de Feira de Santana Mulher, Preta e Lésbica. Trouxe em sua bagagem seu poder nas palavras e através de suas poesias traz a força da mulher preta e lésbica que versa a potência de seu ser

## Marcio Thadeu



Marcio Thadeu é poeta, escritor e radialista. Casado com Juvenal a mais de 15 anos mostra através de sua arte o poder da sua existência e das vivências que teve em sua vida.

## Ororo Ivy



Ororo Ivy que é a Drag de Rafael Cruz. Mostrou arte drag e artes plásticas na mesma apresentação. Tendo como Inspiração a personagem negra Tempestade dos X-Men

## Lucas Mugnõez e Igor Dionísio



Lucas Mugnõez e Igor Dionísio representam a juventude do samba carioca, negra e LGBTQIAPN+. Lucas é porta bandeira sendo um homem gay e tendo como mestre Igor que é um homem preto e Bi O Samba trazendo Representatividade na avenida

## Foto Final





## GRUPO 3

# Guerra Entre Israel e Hamas

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Michele Cruz

### CURSOS ENVOLVIDOS

Jornalismo

### PÚBLICO-ALVO

Jovens interessados em assuntos internacionais.

### OBJETIVOS DO PROJETO

Aumentar a visibilidade do problema;  
Melhorar o entendimento do assunto entre jovens estudantes; Disseminar informações acerca do acontecimento histórico e sua importância para diminuir o preconceito.

### JUSTIFICATIVA

O tema é muito complexo, histórico, e precisa de novas formas de explicação para os jovens se interessarem pela História.

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Redes Sociais - Internet

### RESULTADOS

Realização de um podcast, com divulgação nas redes sociais



## Slides n° 8 Guerra Israel e Hamas



# Plano de Projeto

**GUERRA ENTRE ISRAEL E HAMAS**

**APRESENTADO POR:** ENRICO MONZO, ANNA CLARA JANA, MARIA CLARA MONTANHA, CAIO RIBEIRO, SHARON PRAIS E MICHELL SOUTINHO

### Problemas



1	ASSUNTO COMPLEXO
2	EXPLICAÇÕES ENVIADAS
3	POUCO ENTENDIMENTO PÚBLICO
4	PROPAGAÇÃO PRECONCEITOS

### Objetivos



- 1 Aumentar visibilidade do problema
- 2 Melhorar o entendimento do assunto entre jovens estudantes
- 3 Disseminar informações acerca do acontecimento histórico e sua importância para além de diminuir a propagação do preconceito

### Como? Por onde? Por que?



**PODCAST INTERATIVO**  
Perguntas e dúvidas dos estudantes serão respondidas no podcast embasado em fontes confiáveis como profissionais e estudiosos da área. O podcast terá uma caixa de perguntas onde será possível enviar as dúvidas.

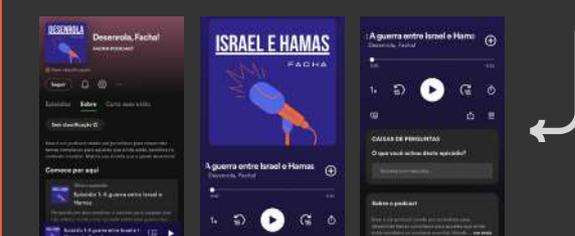
**DIVULGAÇÃO NO PERFIL DA FACHA**  
Com grande número de seguidores em grande maioria jovens e alunos, o podcast alcançará o público-alvo previsto.

**ACESSO À INFORMAÇÃO**  
Para além da interatividade, o podcast terá um maior acesso e informação acerca da guerra, um problema contemporâneo e iminente sobre o qual todos deveriam saber.

**FAQ**



### o podcast



## GRUPO 4

# Apoio a Crianças e Adolescentes da Ong Ascac (Associação Cristã de Apoio à Criança)

### PROFESSOR RESPONSÁVEL

Michele Cruz

### CURSOS ENVOLVIDOS

Jornalismo

### PÚBLICO-ALVO

Crianças e adolescentes da ONG ASCAC

### OBJETIVOS DO PROJETO

Trabalhar formas de integrar e ilustrar para estes jovens as possibilidades do mercado de trabalho.

### JUSTIFICATIVA

Muitas destas crianças têm dificuldades financeiras e difícil acesso à educação.

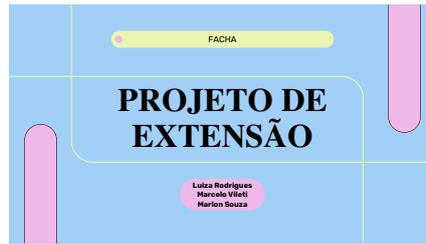
### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Baixada Fluminense

### RESULTADOS

A ideia final foi uma visita dessas crianças e adolescentes da associação na FACHA, para que eles tenham um contato direto com o ensino e vejam de perto a sua importância. Visitações e palestras. Uma Van foi levá-los e buscá-los. Toda experiência tem a colaboração da coordenação de Jornalismo da Facha.

## Slides nº 9 – Apoio a Crianças e Adolescentes da ONG ASCAC



### 1. A sua comunidade

**1.1 Quem são as pessoas?**

- Crianças e adolescentes da ong ASCAC (Associação Cristã de Apoio à Criança)

**1.2 Descrição da comunidade**

- Crianças e adolescentes carentes das comunidades de caxias e entorno

### 1. A sua comunidade

**1.3 Principais problemas e desafios**

- Muitas destas crianças têm dificuldades financeiras e difícil acesso à educação. Nosso maior desafio será trabalhar formas de integrar e ilustrar para estes jovens as possibilidades do mercado de trabalho.

### 1. A sua comunidade

**1.4 Sua comunidade em imagens**

### 2. Problemas de partida

**2.1 Causas**

- As causas que nos levam ao ponto de partida são a escassez de oportunidades e falta de recursos para estas crianças

**2.2 Consequências**

- A maior consequência desse contexto é uma falta de perspectiva por parte destas crianças, que não conseguem explorar todo o seu potencial pessoal e profissional.

### 2. Problemas de partida

**2.3 Pessoas afetadas**

- As pessoas mais afetadas são as crianças, suas famílias e suas comunidades que ficam estagnadas à um nível social e educacional.

### 3. Pesquisa sobre o problema encontrado

**3. Questões a explorar**

- Podemos explorar as questões a respeito da falta de oportunidades e amplitude limitada de opções acadêmicas e profissionais para esses jovens e adolescentes.

**3.2 Fontes de informação**

- <https://www.semesp.org.br/wp-content/uploads/2020/04/Mapa-do-Ensino-Superior-2020-Instituto-Semesp.pdf>

### 4. Descobertas da Pesquisa

**4.1 Barreiras na comunidade**

- Assim como todo bairro periférico, o Parque Barão do Amapá, em Duque de Caxias não é contemplado por muitos dos privilégios que as localidades mais próximas ao centro usufruem. Tudo que for relacionado à cultura e educação chega depois e de uma forma empobrecida para as pessoas dessas comunidades. Com pai e mãe que trabalham muitas vezes o dia inteiro, longe de casa, para ganhar o suficiente para manter o sustento do lar, a maioria das crianças e adolescentes crescem sem perspectivas ou sonhos que propõem a ascensão social dentro dessa estrutura das cidades. A tendência é que se mantenha o status que os pais tiveram

### 4. Descobertas da Pesquisa

**4.2 Recursos da comunidade**

- Quanto mais distante do centro, menos recursos estatais chegam às comunidades. São raros os casos de municípios bem administrados e com serviços públicos de qualidade que atenda à população. Muitas vezes, as comunidades ficam dependentes do investimento privado e de organizações não governamentais para ter acesso a determinados serviços.
- Como o caso da ASCAC, que tem por trás o incentivo de uma organização religiosa e tem a premissa de reforçar a educação sociocultural das crianças e adolescentes do bairro do Amapá, em duque de caxias.

### 4. Descobertas da Pesquisa

**4.3 Ideias para resolução do problema**

- A resolução dos problemas de uma comunidade é algo ilusório diante da capacidade e alcance que as iniciativas privadas tem, mas levando em conta que toda ajuda é válida, entendemos que o estímulo à criatividade e ampliação dos horizontes para estas crianças sem perspectiva dentro do mercado de trabalho e da educação é uma forma de potencializar o desenvolvimento desses jovens.

### 5. Solução

**5.1 Qual o melhor caminho para encontrar a solução do problema de partida?**

- O melhor caminho para ampliar as opções e possibilidades acadêmicas e profissionais é mostrar a esses jovens outras alternativas que talvez não sejam naturais para eles, como profissões diferentes, cursos e mercados fora do óbvio dentro dessa comunidade.

**5.1 Justifique a sua proposição**

- Muitos jovens nos setores periféricos não tem contato ou acesso ao mercado de trabalho em diferentes setores além do serviço e indústria. E a pouca penetração desses jovens em setores diferentes do mercado pouco tem a ver com a capacidade deles, mas muito mais com a falta de perspectiva e pouco suporte para fugir do óbvio quando se escolhe uma carreira.

### 5. Solução

**5.3 Quais pessoas vão se beneficiar com esta solução?**

- As crianças e adolescentes do Amapá, Duque de Caxias

**5.4 Qual pode ser o impacto desta solução para a comunidade?**

- Gerar ainda mais o interesse pelo estudo e pela importância de sempre ir atrás do conhecimento. Dando valor a pesquisa.

### 6. Plano de execução

**6. Etapas e recursos, tempo de duração da execução da Solução**

- A ideia final foi uma visita dessas crianças e adolescentes da associação na FACHA, para que eles tenham um contato direto com o ensino e vejam de perto a sua importância.
- Visitação e palestras.
- Uma van irá levá-los e buscá-los
- Toda experiência tem a colaboração da coordenação de Jornalismo da Facha



**FACHA**

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

**FACHA**

[www.facha.edu.br](http://www.facha.edu.br)

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