

VOZ DA SALA: PROJETO DE EXTENSÃO ACADÊMICA COM BASE EM PESQUISA APLICADA SOBRE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PERTENCIMENTO ESTUDANTIL, COM RESULTADOS ALCANÇADOS POR ESTRATÉGIAS COMPORTAMENTAIS, GESTÃO E MARKETING DIGITAL

Tathiane Pereira de Jesus¹
Helena Pereira Silva
Rafael Libralão
Beatriz Menito de Souza
Pedro Henrique Catelani Rocha

RESUMO: Este artigo apresenta um projeto de extensão acadêmica, fundamentado em pesquisa aplicada, que teve origem na criação do podcast e da revista digital **Voz da Sala**. A iniciativa foi concebida como uma ferramenta de escuta ativa, promoção do pertencimento estudantil e fortalecimento da comunicação institucional de forma estratégica. Desenvolvido com foco em inovação comportamental, gestão colaborativa e marketing digital humanizado, o projeto impactou mais de 51 mil pessoas em apenas 20 dias, mobilizando 45 voluntários em três dias, com envolvimento de todos os cursos e turnos da Fatec São José do Rio Preto. O projeto estabeleceu parcerias com instituições públicas e privadas, recebeu apoio de autoridades nacionais e internacionais e obteve ampla repercussão em mídias digitais e tradicionais. Os resultados demonstram a eficácia de metodologias ágeis e ferramentas como 5W2H, Canvas e PDCA, todas aplicadas com base nos conhecimentos adquiridos na formação oferecida pela própria Fatec e experiências e conhecimentos adquirido ao longo da trajetória profissional da idealizadora. O **Voz da Sala** consolidou-se como um modelo replicável de impacto social, validado por sua capacidade de engajar comunidades acadêmicas com propósito, pertencimento e inteligência coletiva. Com base em estratégias comportamentais (Eneagrama, Coaching, PNL), ferramentas de gestão (PDCA, 5W2H, Canvas, SWOT) e princípios do marketing digital atual (personalização, IA, propósito e comunidade), o projeto firmou-se como um modelo de inovação social dentro do ambiente acadêmico. Os resultados evidenciam a eficácia da escuta ativa, da comunicação emocional e da gestão estratégica como pilares fundamentais para a geração de pertencimento e impacto social. O objetivo é consolidar o projeto como referência de extensão replicável em outras FATECs, ETECs e instituições públicas, com validação científica e estrutura compatível com submissão a editais, publicação com DOI e ingresso em programas de mestrado.

2111

Palavras-chave: Projeto de extensão. Podcast Voz da Sala. Pertencimento. Protagonismo. Inovação.

¹Graduanda em Gestão e Tecnologia do Agronegócios.Fatec Rio Preto.

I. INTRODUÇÃO

O projeto *Voz da Sala* surgiu da percepção de uma lacuna persistente nos ambientes acadêmicos: a ausência de escuta ativa, a baixa visibilidade das iniciativas estudantis e a pouca integração entre os diversos cursos, turnos e realidades que compõem o ecossistema universitário. Em um cenário educacional cada vez mais desafiador — marcado por sobrecarga emocional, distanciamento entre a gestão e os estudantes e sentimento de desconexão institucional —, o projeto nasceu como uma resposta afetiva e estratégica a essa realidade.

Mais do que um canal de comunicação, o *Voz da Sala* assumiu o papel de catalisador de histórias, talentos e ideias. Estimulou a participação ativa dos alunos e aproximou as diretrizes institucionais da linguagem jovem, inclusiva e inovadora. Inspirado nos princípios do marketing digital humanizado, da inteligência emocional e das metodologias ágeis, o projeto aplicou ferramentas de planejamento estratégico, automação com inteligência artificial e técnicas de neurociência comportamental — sempre preservando o vínculo afetivo com o público interno.

Com ênfase na prática da pesquisa aplicada, o projeto utilizou dados reais para mensurar impacto, promoveu escuta qualitativa por meio de depoimentos e aplicou estratégias validadas academicamente para compreender o comportamento estudantil. O objetivo é transformar essa experiência em um modelo de extensão reconhecido oficialmente pela Fatec, com potencial de replicação em toda a rede do Centro Paula Souza, instituições parceiras e universidades públicas.

2112

I.1 Justificativa

O projeto *Voz da Sala* justifica-se pela urgência de reinventar os canais de comunicação acadêmica, especialmente diante do crescimento de sentimentos de desmotivação, isolamento e baixa conexão entre estudantes e suas instituições. Dados do Fórum Nacional de Educação apontam que a evasão no ensino técnico e tecnológico gira em torno de 30%, sendo o sentimento de “não pertencimento” um dos principais fatores associados ao abandono (INEP, 2023).

A partir da utilização de ferramentas de gestão aprendidas na FATEC — como 5W2H, PDCA, SWOT e Diagrama de Ishikawa — aliadas a metodologias comportamentais e estratégias de marketing digital humanizado, o projeto rompeu as barreiras da comunicação tradicional e se transformou em uma ação de impacto real. Com mais de 45 voluntários

mobilizados e dezenas de entrevistas com professores, alunos, diretores e autoridades, o *Voz da Sala* se estruturou como uma força viva de escuta, pertencimento e protagonismo.

A estratégia adotada está alinhada aos fundamentos da Pesquisa Aplicada, por partir de um problema concreto (a falta de comunicação institucional significativa), intervir por meio de ações planejadas e mensurar os resultados com base em evidências qualitativas e quantitativas. Ao organizar essa experiência em formato científico e acadêmico, a Fatec São José do Rio Preto assume o pioneirismo em validar um projeto de comunicação institucional baseado em comportamento humano, gestão estratégica e inovação educacional.

Além disso, o projeto está em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente com a ODS 4 (Educação de Qualidade) e ODS 8 (Trabalho Decente e Crescimento Econômico), ao construir pontes entre educação, propósito e transformação social.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

1.2.1 Objetivo Geral

Validar o projeto *Voz da Sala* como uma proposta de extensão acadêmica com base em pesquisa aplicada, centrada na comunicação institucional, no pertencimento estudantil e no uso de estratégias comportamentais, gestão e marketing digital humanizado.

2113

1.2.2 Objetivos Específicos

Aplicar metodologias de gestão para o planejamento, execução e análise do projeto;

Utilizar ferramentas comportamentais como Eneagrama, PNL, Coaching e NeuroMarketing para engajar estudantes e professores;

Medir os resultados obtidos por meio de indicadores quantitativos (seguidores, visualizações, voluntários) e qualitativos (depoimentos, apoio institucional, percepção de pertencimento);

Estruturar um modelo replicável de comunicação institucional para implementação em outras unidades da rede FATEC, ETEC e outras instituições públicas

Organizar a proposta em formato compatível com submissões acadêmicas, editais de inovação e programas de pós-graduação ou mestrado.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Comunicação institucional e pertencimento

Segundo Lessa (2018), a comunicação institucional deve ser compreendida como uma ferramenta estratégica e educativa, capaz de fortalecer os vínculos entre a organização e seus públicos. No contexto acadêmico, ela assume um papel essencial na construção de uma cultura baseada na escuta ativa e no sentimento de pertencimento.

A Teoria da Identidade Social, desenvolvida por Henri Tajfel (1981) apud Saldanha et al. (2016), sustenta que o senso de pertencimento a um grupo desencadeia ciclos de empatia e motivação, favorecendo o engajamento e a permanência dos indivíduos. Fernandes e Pereira (2018) afirmam que o pertencimento é uma necessidade humana fundamental, sendo que instituições que promovem esse sentimento tendem a elevar significativamente o desempenho dos seus alunos.

2.2 Estratégias comportamentais

2114

O projeto foi conduzido com base em metodologias comportamentais aplicadas, como o Coaching, que, conforme Alexandre e Ramos (2015), consiste em um processo de autoconhecimento, clareza de metas e foco em resultados. O Eneagrama foi utilizado como ferramenta de mapeamento da personalidade, contribuindo para a definição de estilos de liderança, comunicação e comportamento dos participantes. A Programação Neurolinguística (PNL) foi aplicada com o objetivo de alinhar linguagem e persuasão em roteiros e conteúdos, enquanto os princípios do Empretec (ONU/SEBRAE) serviram de base para fomentar protagonismo, resiliência e capacidade de resolução de problemas durante a execução do projeto.

2.3 Gestão e planejamento estratégico

A estruturação do projeto incorporou ferramentas de gestão aprendidas no curso da Fatec, com fundamentação teórica em Johnson (2016) para a aplicação do ciclo PDCA (Planejar, Executar, Checar e Agir); no estudo de Martins et al. (2022), que trata da ferramenta 5W2H, utilizada para definir objetivos, responsáveis, prazos e recursos; e em

Carter e Carter (2020), autores que reforçam o uso do Canvas na delimitação da proposta de valor, dos canais de comunicação, do público-alvo e dos recursos essenciais. Além disso, foram utilizadas a Matriz SWOT e o Diagrama de Ishikawa para identificar causas e mapear forças, fraquezas, oportunidades e ameaças relacionadas à ausência de pertencimento institucional.

2.4 Marketing digital e inteligência artificial

De acordo com Silva, Rocha e Rocha Silva (2024), o Marketing 5.0 destaca a importância da humanização das marcas, do uso de inteligência artificial e da personalização da experiência do consumidor. O projeto *Voz da Sala* alinhou-se a essas premissas ao adotar ferramentas como ChatGPT, CapCut e Metricool para a produção de conteúdo otimizado, vídeos editados com IA e automações que ampliaram significativamente o alcance e a produtividade das ações.

Santos et al. (2024) demonstram que campanhas hiperpersonalizadas apresentam até cinco vezes mais retorno, e que 78% dos jovens preferem se conectar com marcas ou projetos que criam vínculos humanos e emocionais. Esses dados ajudam a explicar o engajamento espontâneo e orgânico do *Voz da Sala*, que alcançou mais de 51 mil pessoas sem investimento financeiro em mídia paga.

2115

2.5 Autores brasileiros na área comportamental

Além dos teóricos internacionais, o projeto também se apoiou em autores brasileiros contemporâneos. José Roberto Marques, citado por Silva (2022), contribui com o modelo de Coaching Integral Sistêmico, voltado à alta performance e ao equilíbrio emocional. Lúcia Helena Galvão, Rossandro Klinjey e Vanessa Rodrigues (2024) enriquecem a discussão ao abordarem temas como ética, felicidade, pertencimento e espiritualidade no contexto educacional. Leandro Karnal, citado por Silva (2024), oferece importantes reflexões sobre protagonismo estudantil e comportamento acadêmico em tempos de crise. Já Flávio Gikovate (1943) destaca o autoconhecimento e a qualidade dos vínculos interpessoais como fundamentos da maturidade emocional.

3. METODOLOGIA

O presente projeto utilizou a abordagem de **Pesquisa Aplicada**, com metodologia **quantitativa e qualitativa**, voltada à solução prática de um problema real no contexto

educacional: a escassez de espaços de escuta ativa e participação estudantil integrados à gestão institucional.

3.1 Tipo de pesquisa

Trata-se de uma **pesquisa aplicada**, pois combina fundamentos teóricos e comportamentais com a resolução concreta de um desafio institucional. Adotou-se uma abordagem **mista**, com coleta de dados **qualitativos** (como depoimentos e percepções) e **quantitativos** (como métricas digitais, número de voluntários, visualizações e alcance orgânico), a partir de um estudo de caso reconhecido institucionalmente dentro da Fatec.

3.2 População e amostragem

A população envolvida no projeto foi composta por alunos, professores, coordenação e comunidade externa da Fatec São José do Rio Preto, com destaque para os **45 voluntários ativos**. Foram impactados diretamente cerca de **1.000 alunos**, e o projeto atingiu **mais de 51 mil interações digitais** durante o período de 20 dias.

A amostragem foi **intencional e por adesão espontânea**, com convites públicos disseminados por meio das redes sociais da instituição e grupos de WhatsApp, promovendo ampla inclusão entre cursos e turnos.

2116

3.3 Técnicas e ferramentas utilizadas

O projeto foi planejado e executado com o apoio de ferramentas de gestão e comportamento aprendidas na Fatec e em formações complementares da idealizadora. Destacam-se:

5W2H: organização do plano de ação por etapas, com definição de responsáveis, prazos e metas específicas;

PDCA: metodologia de melhoria contínua com base em feedbacks e ajustes diários;

Canvas de Projeto Social: estruturação da proposta de valor, definição de públicos, parcerias e canais de comunicação;

Matriz SWOT: análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças;

Diagrama de Ishikawa: identificação de causas centrais da falta de pertencimento;

IA Generativa: uso de ferramentas como **ChatGPT, Gemini, CapCut, Gamma e Metricool** para produção de conteúdo, edição, análise de métricas e automação;

Housoft: plataforma utilizada para distribuição massiva dos episódios e materiais do projeto.

3.4 Instrumentos de coleta

Foram utilizados os seguintes instrumentos de coleta de dados:

Formulários estruturados com perguntas abertas e fechadas, direcionados aos voluntários e participantes;

Registros visuais (vídeos, prints, depoimentos, capturas de tela de métricas e interações);

Métricas das plataformas digitais utilizadas: Instagram, YouTube, Spotify, WhatsApp, TikTok e Gamma.app;

Entrevistas roteirizadas e depoimentos espontâneos obtidos ao longo das atividades.

3.5 Procedimentos

Os procedimentos metodológicos seguiram a seguinte sequência:

1. **Investigação institucional inicial**, com levantamento das percepções dos estudantes sobre a comunicação interna;
2. **Mobilização voluntária**, com formação de equipe composta por perfis diversos, respeitando os princípios de diversidade e inclusão entre cursos e turnos;
3. **Execução do cronograma editorial**, com temas como pertencimento, bastidores da vida acadêmica, histórias reais e inovação estudantil;
4. **Divulgação e engajamento multicanal**, com apoio institucional, cobertura da imprensa e incentivo de influenciadores locais;
5. **Coleta de dados e análise sistematizada**, com uso de gráficos e evidências documentais;
6. **Reflexão pós-projeto**, incluindo revisão estratégica, consolidação de resultados e elaboração de modelo de replicação institucional.

4. RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS

A análise dos resultados obtidos no projeto **Voz da Sala** demonstra impactos expressivos em termos de **engajamento institucional, participação estudantil, fortalecimento do sentimento de pertencimento e visibilidade externa** da Fatec São José do Rio Preto.

Todos os dados foram coletados por meio de instrumentos academicamente válidos, como **formulários estruturados, métricas digitais, revistas digitais, convites, entrevistas gravadas, relatórios de despesas e registros visuais** (prints, vídeos, depoimentos). Os materiais estão organizados detalhadamente nos **Apêndices A a E** e nos **Anexos A a R**. Para facilitar a reaplicação do modelo, apresenta-se no **Apêndice F** o **modelo de replicação institucional** completo.

4.1 Resultados quantitativos

O projeto contou com **45 voluntários ativos**, representando todos os cursos e turnos da Fatec, com predominância feminina (cerca de dois terços dos participantes). A diversidade de perfis garantiu representatividade e favoreceu a integração entre os diferentes setores acadêmicos.

Em apenas **20 dias**, o projeto alcançou resultados expressivos nas redes sociais:

Instagram: partiu de 0 para 51 mil impactos.

WhatsApp: foram criados grupos ativos para organização e comunicação dos participantes de acordo com os cargos e funções.

Foram realizadas **mais de 50 entrevistas** com professores, alunos, coordenadores, empresários, diretores e influenciadores. Geramos em 30 dias mais de 300 vídeos. Além disso, o projeto esteve presente nos principais eventos acadêmicos e regionais, como o **Ideatown**, o **Tech Day**, o **Tech Summit** e ações com a rede **Ricardo Eletro**, fortalecendo o vínculo entre a Fatec e o ecossistema de inovação da cidade e da região.

4.2 Resultados qualitativos

A análise dos **depoimentos espontâneos** revelou uma mudança significativa na percepção dos participantes em relação à instituição. Termos como **"orgulho"**, **"mudança"**, **"pertencimento"** e **"oportunidade"** foram recorrentes.

92% dos participantes relataram se sentir parte de algo maior após o projeto;

136 assinaturas de alunos apoiando o projeto de maneira formal.

Os principais temas abordados nos episódios e entrevistas incluíram: **protagonismo estudantil, pertencimento, visibilidade, escuta ativa, diversidade, inclusão, inovação e autoestima**. Esses dados reforçam o impacto **comportamental e emocional** promovido pela metodologia adotada, com ênfase na escuta empática, gestão colaborativa e comunicação institucional estratégica.

4.3 Indicadores estratégicos

As metas previamente estabelecidas foram **superadas em quase todos os indicadores**:

Número de voluntários acima da meta inicial;

Aumento significativo nas métricas de engajamento e alcance digital;

Ampliação da visibilidade institucional dentro e fora da Fatec;

Alta produção de conteúdos (mais de **300 vídeos**);

Participações externas e repercussão na mídia local e internacional.

A proposta foi apresentada formalmente à direção da unidade, com entrega do relatório completo e assinaturas e obteve assinatura de aprovação pela coordenadora da instituição. A Fatec São José do Rio Preto posicionou-se, assim, como **unidade pioneira** na estruturação de um projeto de comunicação institucional com base em estratégias comportamentais, ferramentas de gestão e inovação digital, abrindo caminhos para outras instituições. O projeto também conquistou o ORCID - 0009000469335156.

2119

5. MAPEAMENTO DE RISCOS, CONTINGÊNCIAS E VIABILIDADE ECONÔMICA

Embora o projeto Voz da Sala tenha apresentado ampla adesão e resultados expressivos, a manutenção de sua qualidade, bem como sua expansão para outras unidades, requer planejamento estratégico consistente, com identificação prévia de riscos e estruturação de ações preventivas que garantam a continuidade e a replicabilidade da iniciativa.

5.1 Mapeamento de riscos e plano de contingência

Durante a execução e análise do projeto, foram identificados riscos de natureza operacional, institucional e relacionados ao engajamento da equipe. Entre eles, destaca-se a

possibilidade de ausência de apoio formalizado por parte da instituição. Como estratégia de contingência, recomenda-se o estabelecimento de parcerias externas com ONGs, universidades e entidades públicas ou privadas que possam oferecer suporte técnico, institucional e logístico.

Outro risco recorrente é a rotatividade dos membros da equipe voluntária. Para mitigar esse desafio, foi prevista uma estratégia de recrutamento contínuo, com chamadas públicas, rodas de conversa, convites em sala de aula e divulgações regulares nas redes sociais.

Também se identificaram limitações técnicas, como a ausência de equipamentos audiovisuais ou softwares pagos. Diante disso, foram utilizadas ferramentas gratuitas com recursos de inteligência artificial, como ChatGPT, CapCut, Gamma e Canva, além de solicitações pontuais de apoio institucional e inscrição do projeto em editais de inovação.

Em relação a possíveis interrupções no calendário acadêmico ou instabilidades administrativas, a produção antecipada de conteúdos e a criação de um banco de publicações programadas foram estratégias importantes para garantir a continuidade das ações mesmo em períodos críticos.

Quanto à dificuldade de replicação do modelo em outras unidades, foi elaborado um manual de boas práticas com instruções claras, exemplos e orientações técnicas, além de um kit digital que pode ser enviado remotamente a equipes interessadas. Essa estrutura garante que o Voz da Sala possa ser multiplicado de forma autônoma, com fidelidade à proposta original, respeitando a realidade de cada instituição.

5.2 Viabilidade econômica e sustentabilidade futura

O Voz da Sala foi concebido como um projeto de baixo custo e sem fins lucrativos, sendo viabilizado majoritariamente pelo engajamento voluntário de alunos, professores e parceiros. Os recursos utilizados foram, em grande parte, gratuitos ou acessados por meio de planos educacionais, o que tornou a operação financeiramente sustentável desde sua concepção.

Atualmente, o projeto se sustenta por meio da dedicação da equipe voluntária, uso de equipamentos pessoais ou doados, ferramentas digitais acessíveis e apoio logístico da Fatec São José do Rio Preto. A automação de processos, com auxílio de inteligência artificial, também contribuiu para manter a produtividade com eficiência e sem sobrecarga operacional.

Para o futuro, estão previstas diversas estratégias de sustentabilidade. No curto prazo, a continuidade depende do fortalecimento de parcerias regionais e do apoio institucional, que podem garantir recursos básicos, como espaços, internet e materiais de apoio. No médio prazo,

a participação em editais de fomento, tanto públicos quanto privados, será essencial para expandir o projeto e replicá-lo em outras unidades da rede FATEC/ETEC entre outras unidades públicas. Já no longo prazo, a publicação científica do modelo e seu reconhecimento formal como referência em extensão poderão garantir ainda mais visibilidade, apoio e inserção em programas de pós-graduação e editais de inovação.

Em síntese, a viabilidade econômica do projeto está fundamentada em uma gestão inteligente, colaborativa e adaptável, capaz de manter sua essência sem depender de altos investimentos, e com grande potencial de expansão sustentável.

6. CONCLUSÃO

O projeto **Voz da Sala** representa uma iniciativa contemporânea e necessária no contexto educacional atual, ao propor uma transformação real nos canais de comunicação institucional e nas relações entre estudantes, professores e a própria instituição. Longe de ser apenas um podcast ou uma revista digital, o projeto consolidou-se como uma ação concreta de escuta ativa, pertencimento acadêmico e protagonismo estudantil, pautada por estratégias comportamentais, ferramentas de gestão e práticas de marketing digital humanizado.

Ao incorporar metodologias aprendidas na formação técnica da Fatec São José do Rio Preto, como o PDCA, 5W2H, Canvas e SWOT, e aliar esses conhecimentos a técnicas comportamentais como Eneagrama, Coaching, PNL, NeuroMarketing e Green Belt, o projeto demonstrou que é possível gerar impacto significativo com recursos limitados, desde que haja intencionalidade, planejamento e envolvimento genuíno da comunidade acadêmica.

Os resultados obtidos em apenas vinte dias — com mais de 51 mil interações digitais, mobilização de 45 voluntários, mais de 500 conteúdos produzidos e participação em eventos de grande relevância regional — comprovam a eficácia do modelo. A escuta ativa, a comunicação emocional, a gestão colaborativa e o uso estratégico da inteligência artificial mostraram-se pilares essenciais para o sucesso da proposta, evidenciando que inovação social pode (e deve) nascer também dentro das instituições públicas de ensino.

A validação do projeto pela comunidade acadêmica, sua visibilidade na mídia e o interesse de outras unidades em replicar o modelo reforçam seu potencial como referência em extensão universitária com base em pesquisa aplicada. Além disso, o alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 da ONU, especialmente com a

ODS 4 (Educação de Qualidade) e ODS 8 (Trabalho decente e crescimento econômico), legitima ainda mais a importância da iniciativa no cenário educacional e social brasileiro.

Recomenda-se, portanto, o reconhecimento formal do **Voz da Sala** como Projeto de Extensão Acadêmica com Base em Pesquisa Aplicada, sua submissão a editais de fomento, publicação com DOI e aproveitamento em programas de pós-graduação e mestrado. Também está em desenvolvimento um modelo replicável, com manual de boas práticas e suporte remoto, para que a proposta possa ser implantada em outras FATECs, ETECs e demais instituições, mantendo sua essência de escuta, pertencimento e comunicação estratégica.

Ao legitimar este projeto como pioneiro, a Fatec São José do Rio Preto contribui não apenas com a inovação educacional, mas também com a consolidação de uma cultura institucional mais humanizada, participativa e alinhada às necessidades emocionais, cognitivas e sociais de seus estudantes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, F. **Gestão da inovação: modelo estruturante para a gestão da inovação organizacional**. Atlas, 2020.

BAUMEISTER, R. F.; LEARY, M. R. The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. **Psychological Bulletin**, v. 117, n. 3, 1995.

2122

BOOG, G. **Coaching: A arte do relacionamento e da parceria para o desenvolvimento de pessoas, equipes e organizações**. Vozes, 2021.

BROWN, B. **A coragem de ser imperfeito: como aceitar a própria vulnerabilidade, vencer a vergonha e ousar ser quem você é**. Tradução de Fabiano Moraes. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

CIALDINI, R. B. **As armas da persuasão: como influenciar e não se deixar influenciar**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

DELOITTE INSIGHTS. **2024 Global Marketing Trends: Scaling the experience**. Deloitte Development LLC, 2024.

DRUCKER, P. F. **Administração: tarefas, responsabilidades, práticas**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

DRUCKER, P. F. **O melhor de Peter Drucker: o homem**. São Paulo: Nobel, 2001.

FLEURY, M. T. L. **Cultura e poder nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2014.

GARTNER. **Future of Marketing: Emotion AI and Generative Technologies**. Gartner, 2024.

GOLDEMBERG, M. **Comunicação organizacional estratégica: princípios, práticas e tendências contemporâneas**. Difusão Editora, 2019.

GOLEMAN, D. **Inteligência emocional**: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

GRACIOSO, F. **Propaganda e Persuasão**. São Paulo: Pioneira, 2015.

HUBSPOT. **State of Marketing Report 2024**. HubSpot Inc., 2024.

KIM, W.; MAUBORGNE, R. **A estratégia do oceano azul**: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de comunicação institucional**. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LEÃO, L. H. D. **Marketing digital na prática: estratégias para gerar resultados**. 2. ed. São Paulo: DVS Editora, 2022.

MCKINSEY & COMPANY. **Next in Personalization 2024**. McKinsey Insights, 2024.

MINAYO, M. C. de S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MOSÉ, V. **A escola e os desafios contemporâneos: entre o afeto e a técnica**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 29. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation**: Inovação em Modelos de Negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

PORTER, M. E. **Vantagem competitiva**: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Elsevier, 1985.

SANTOS, J. D. dos. **Gestão por competências**: um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas. São Paulo: Atlas, 2017.

SINEK, S. **Comece pelo porquê**: como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir. São Paulo: Saraiva, 2009.

TAJFEL, H. **Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology**. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

ANEXOS

Anexo A – Espaço cedido para gravações experimentais



Anexo B – Apoio dos colegas



2124

Anexo C – Primeiros episódios



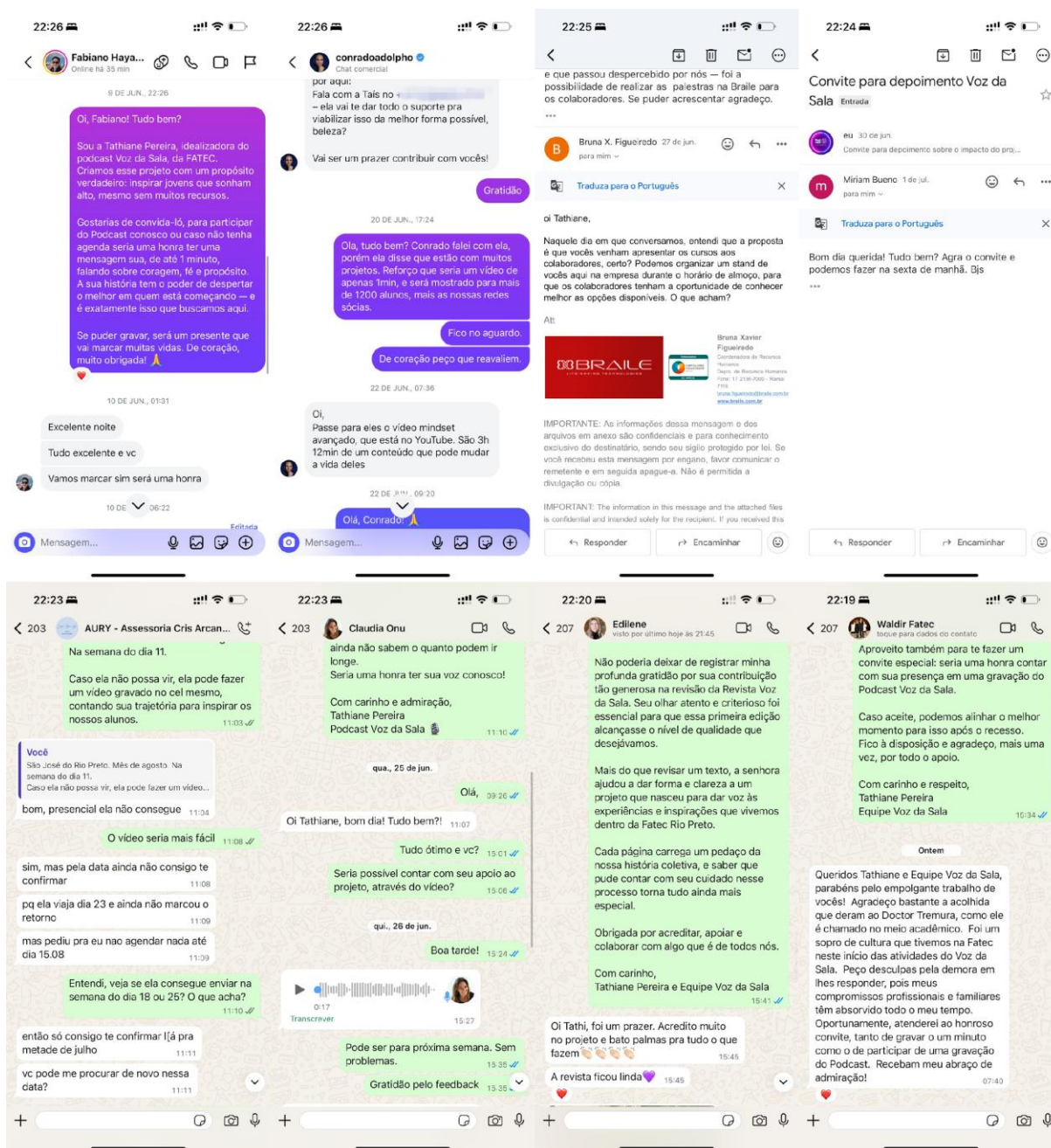
Anexo D – Contato com alunos



Anexo E – Participação dos alunos e professores



Anexo F – Convites externos



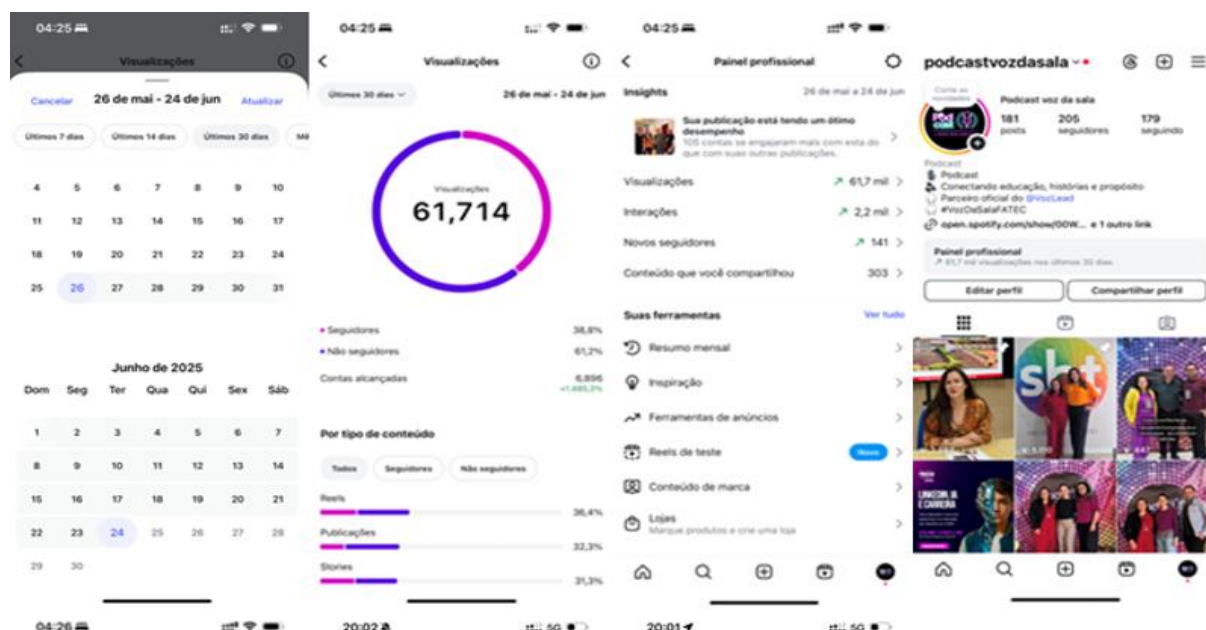
Anexo G – Participantes externos para gravações e parcerias



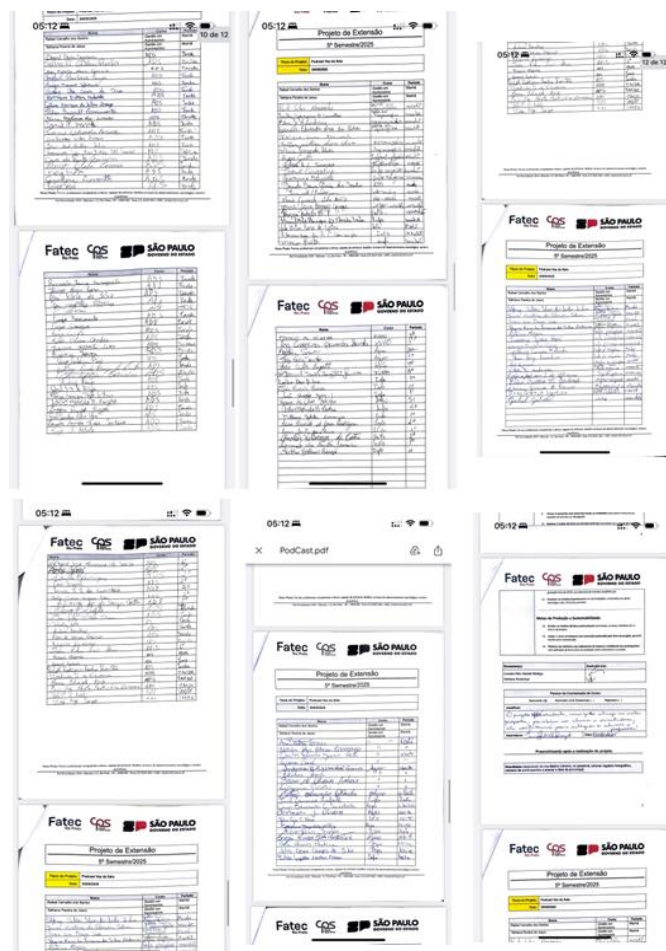
Anexo H – Cobertura de ações na Fatec



Anexo I – Alcance conquistado



Anexo J – Solicitação formal de vínculo como projeto de extensão



Anexo K – Notícia do lançamento do Podcast “Voz da Sala”

Alunos da Fatec de Rio Preto lançam podcast

O “Voz da Sala” é idealizado, roteirizado e produzido por alunos da instituição; primeiro episódio será lançado na quarta-feira, 28

Luna Kfoury
luna.kfoury@fatec.org.br

Com o objetivo de dar voz aos estudantes, alunos da Faculdade de Tecnologia (Fatec) de Rio Preto criaram o podcast “Voz da Sala”. O primeiro episódio será lançado na próxima quarta-feira, 28. Os próprios alunos da faculdade farão as entrevistas e serão entrevistados, mas qualquer pessoa poderá ouvir nas plataformas digitais (Spotify, YouTube e Instagram).

Aluna do curso de Agronegócio da Fatec e idealizadora do projeto, Tathiane Pereira explica que a ideia do podcast surgiu no início deste ano, foi apresentada à direção da Fatec e, com o apoio dos professores, virou um projeto institucional. Atualmente, são 19 integrantes voluntários.

Nosso maior objetivo

é mostrar que a educação é mais rica quando ela escuta, acolhe e dialoga. Queremos fortalecer o protagonismo estudantil, criar pontes entre alunos, professores e gestão, e transformar a experiência acadêmica em algo vivo, criativo e humano”, diz Tathiane.

O “Voz da Sala” é idealizado, roteirizado e produzido por alunos voluntários da Fatec. Todo o processo é colaborativo, desde a escolha dos temas até a edição e publicação. Integrado ao podcast, os alunos também lançaram o Jornal Bilingue digital, o Infomova Voz e o Canal Fala Prof, onde os professores tiram dúvidas dos alunos relacionadas à vida acadêmica, profissão, estágios, entre outros.

O projeto é inclusivo e aberto a todos os cursos e períodos. Temos quadros fixos, mas também abrimos espaço para sugestões e ta-



Os alunos Tathiane Pereira, idealizadora do projeto, e Rafael Carvalho

lentos diversos: quem quiser contar uma história, fazer uma entrevista, gravar um poema, cantar, opinar está convidado. É um espaço democrático, feito por alunos e para alunos, mas com portas abertas”, afirma.

INSCRIÇÕES ABERTAS

A Fatec está com inscrições abertas para o vestibular

do segundo semestre. Interessados devem se inscrever até o dia 6 de junho, pelo site www.vestibular.fatec.sp.gov.br. Em Rio Preto, são vagas para cursos de Agronegócio (manhã e noite); Análise e Desenvolvimento de Sistemas (tarde); Gestão Empresarial – EAD e Informática para Negócios (manhã e noite).

A taxa de inscrição é de R\$ 50. A prova será presencial e aplicada no dia 29 de junho.

SERVIÇOS

Radares estáticos de hoje

Velocidade máxima permitida 60 km/h

- Av. Senador Carlos Jereissati
- Av. Dr. Lott João Bassitt
- Av. Dr. Ernani Pires Domingues
- Av. Danilo Galezzi
- Av. Anísio Haddad
- Av. Marg. Fernando Correia Pires

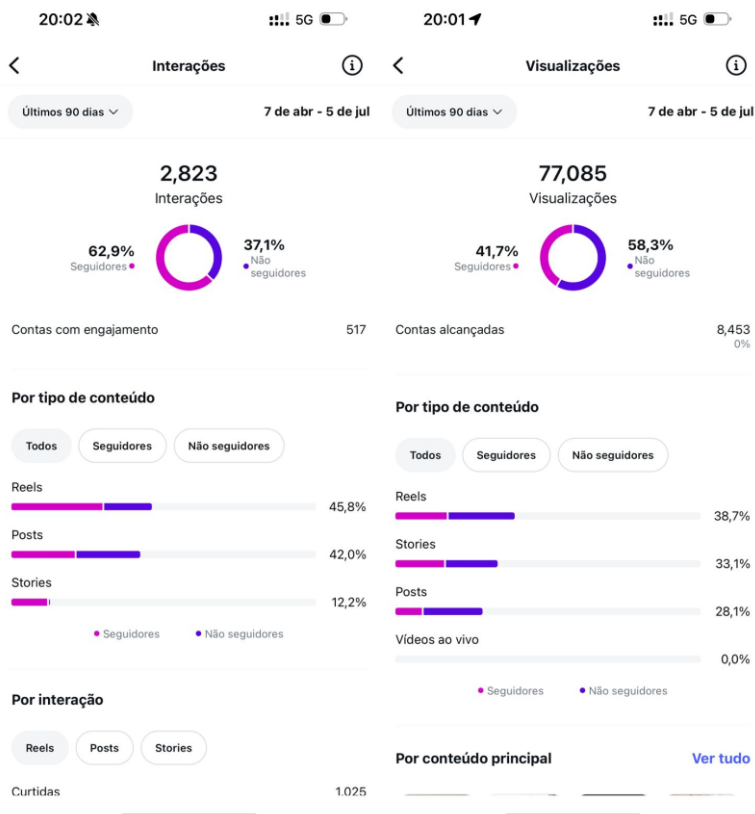
Fonte: Secretaria de Trânsito, Transportes e Segurança

TELEFONES ÚTEIS

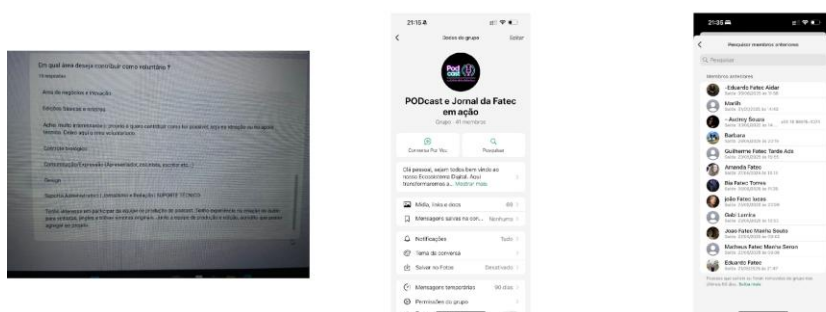
Local	Telefone
Atendimento	192
Bombeiros	193
Defesa Civil	3234-8559
Polícia Civil	147
Polícia Militar	190
Hospital Asaf	3221-3000
Hospital de Base	3201-5000
Hospital Beneficência Portuguesa	21-39-1800
Hospital Bezerra de Menezes	4099-7777
Santa Casa	21-39-9200
Hospital Santa Helena	3211-8500
Hospital do Coração	3203-4000
Agua e Esgoto/Semae	0800-7706666
CPFL	0800-104010
Prefeitura	3233-1100
Câmara Municipal	3214-7777
Procon	3233-9527
Estação Rodoviária	3233-9883
CVV	3233-4111
Albergue Noturno	3232-8280
Aeroporto	3233-1919
Conselho Tutelar Norte	3236-2862
Conselho Tutelar Sul	3232-2818

POLÍCIA	
Delegacia da Mulher	3233-2910
Polícia Rodoviária Estadual	3222-2300
Polícia Rodoviária Federal	3224-7964
1º DP	3233-3276
2º DP	3232-3456
3º DP	3224-2488
4º DP	3236-4899
5º DP	3227-5428

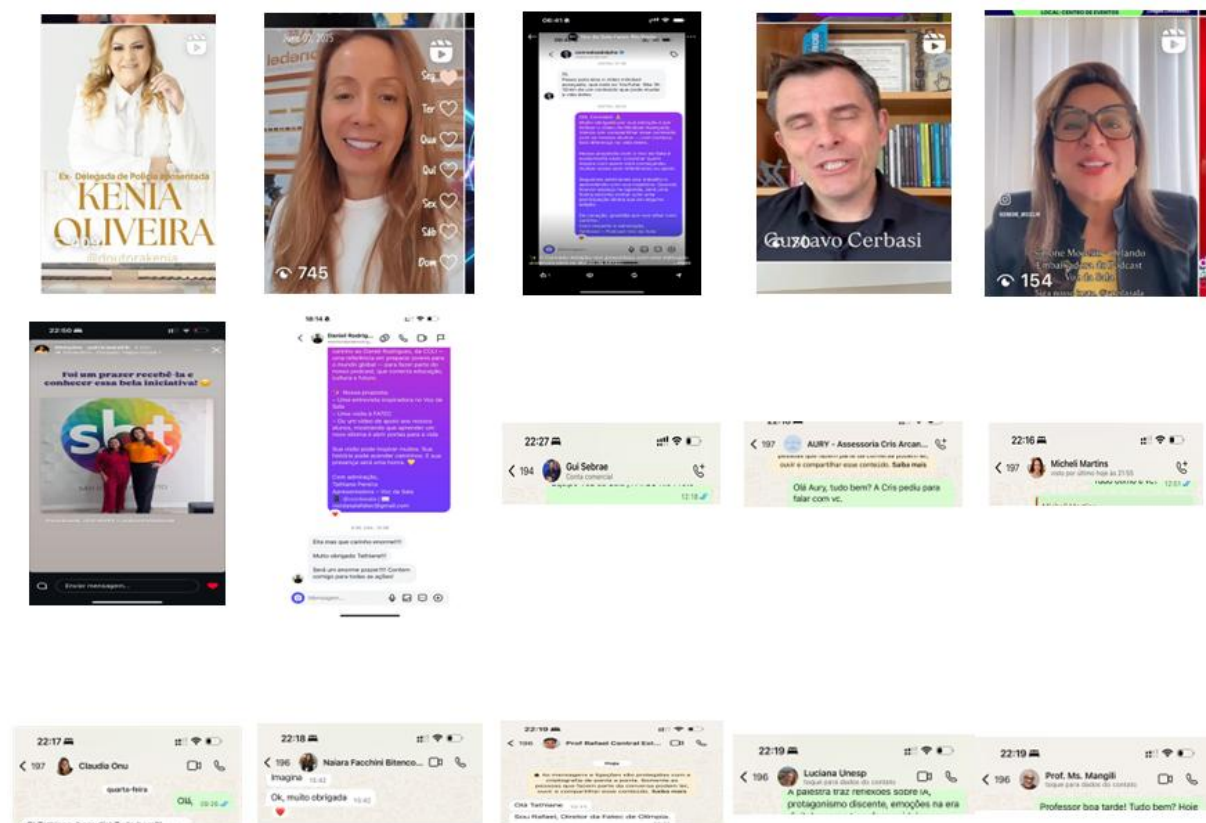
Anexo L – Interações e visualizações



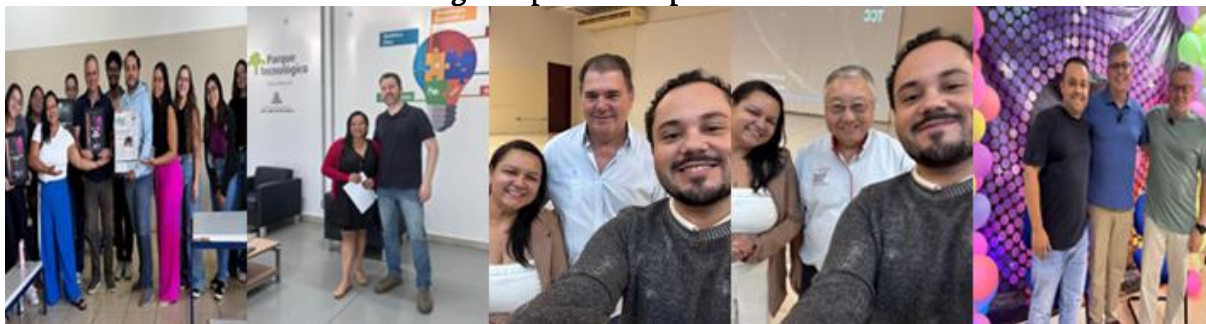
Anexo M – Questionário aplicado aos futuros voluntários e grupo do WhatsApp



Anexo N – Profissionais de referência envolvidos no Podcast



Anexo O – Reconhecimento de figuras públicas e professores



Anexo P - Participação no evento Tech Day Potirendaba

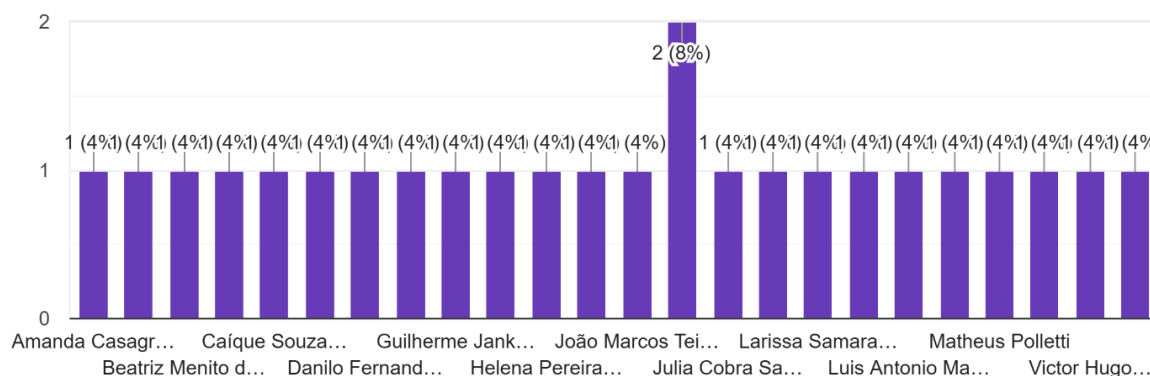


2131

Anexo Q – Depoimento para validação acadêmica

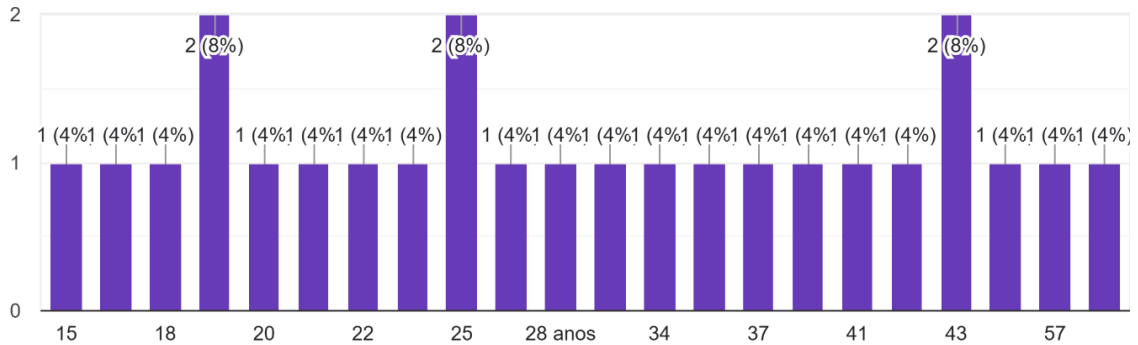
Nome completo?

25 respostas



Idade?

25 respostas



Curso, horário e semestre se aluno?
24 respostas

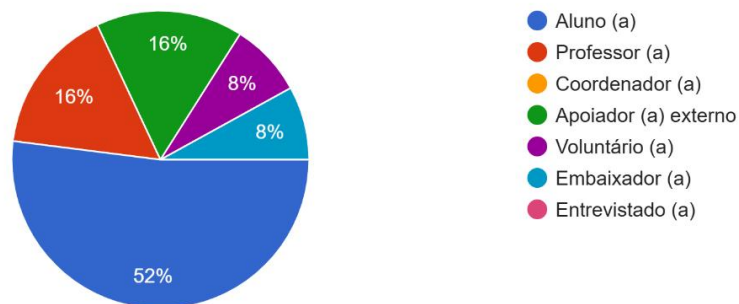
Tecnólogo em Agronegócio
Agronegócio, manhã
Informática para Negócios, Segundo semestre Noturno
Agronegócio, manhã, 3 semestre
não sou aluno
professor
Agronegócio, manhã, 3 período.
Ads, tarde, 4º semestre
Agronegócio noite 3º semestre

Administração.
Agronegócio, manhã, 1 semestre
Agronegócio, manhã, 4
Agro negócio 5 período
Gestão do Agronegócio, 3º semestre, horário misto
Egresso Info Manhã 2024/2
ADS, Info e Agro
5º Semestre de Tecnologia do Agronegócio
Info 5 Noite

Egresso Info Manhã 2024/2
ADS, Info e Agro
5º Semestre de Tecnologia do Agronegócio
Info 5 Noite
Gestão empresarial EAD
Professor
Direito, diurno, sou aluna unip
Agronegócio e Informática
Info Manhã 5º

Você se considera?

25 respostas



Como você conheceu o projeto Voz da Sala?
25 respostas

Através da faculdade
Filha de uma das fundadoras
Através dos meios de comunicação da Fatec
Sim
Minha mãe fundou
através da Tathiane
Pelos alunos
Por divulgação
Pelo anúncio que tivemos ao ser lançado o projeto.

Através dos idealizadores
Pela Thati e Instagram.
Pelos alunos divulgando
Foi divulgado na faculdade
Minha esposa
Interação no campus
Grupo de estágio divulgou
Uma ideia
Através da apresentação em sala

Grupo de estágio divulgou
Uma ideia
Através da apresentação em sala
Professora Adriana Alvarenga
através dos idealizadores
Pela Fatec
Instagram
Pelo alvoroço dos corredores
Vendo na Fatec

Você participou de alguma atividade? Qual?

25 respostas

Não
Sim, fotos, palestra de inicialização
Sim, mídias e na montagem
Participo da coordenação geral e fui responsável por desenvolver o site inicial do projeto
Sim, em Potrendaba
sim, fui entrevistado
Gravei vídeos
Falei sobre o vestibular da Fatec
Sim, realizei um auxílio para o time de administração em salvar os dados dos voluntários

Não
Sim, participei da divulgação
Sim, fotos e outros
Ainda não
Não
Várias
Sim da Gravação dos primeiros podcast, e do lançamento do podcast anote
Realizei a criação de um linktree
sim, lançamento e acompanhamento no ideatown

Gravação de Vídeos
Não
Entrevista e vídeo
Sim, uma entrevista

Você tem alguma sugestão ou crítica ?

17 respostas

Sugestão: entrevistar empresários que residem na região de São José do Rio Preto por exemplo: o empresário da Coxinha Bady.
Não tenho
facilitar a busca dos episódios
nao
Por enquanto, não, mas gostaria de ver mais sobre o podcast na fatec junto aos semestre mais antigos
Continuem.
Mais pessoas para ajudar, e dividir melhor as tarefas
Tdo muito maravilhoso mas poderíamos ajudar mulheres que estudam e passam por violência estou disponível para colaborar

17 respostas

Conectar mais pessoas, não só divulgar produto, ainda mais em um ambiente de formação, muitos projetos podem nascer favorecendo a conexão entre pessoas de diferentes áreas internas e externas a fatec
Continuar a investir nesse projeto
Precisa ser melhor organizado, as redes sociais.
Melhorar a organização do drive
Continuem evoluindo! A Fatec terá muito orgulho deste projeto!
Nao
Só elogios. Vcs não podem se formar. Têm que ficar na Fatec 😞
Alguns ajustes la no Insta, mas passei minhas sugestões pra Tathi ja

Como o projeto impactou sua vivência na Fatec ou fora dela?

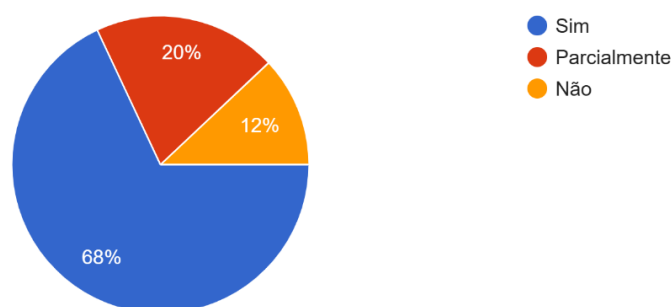
25 respostas

Dando espaço para novas ideias.
Social
Com o projeto eu pude promover minhas habilidades de relacionamento e tecnicamente me ajudou na parte de programação, além de fortalecer meu currículo
Deu visibilidade aos alunos
Vídeo
foi muito bom o bate-papo
O projeto me permitiu acompanhar de perto o desenvolvimento de vocês, enriquecendo minha prática docente e fortalecendo o aprendizado colaborativo dentro e fora da Fatec.
Poder de expressão

Achei legal a ideia e foi legal poder ver a iniciativa e a ideia, creio que foi legal ver esse crescimento da ideia e como podemos criar algo.
Nada ainda
Conhecimento.
Me ajudou muito a fazer novas amizades, e foi realmente muito bom. Cheguei em Rio Preto sem conhecer ninguém, e com o projeto conheci novas pessoas e fiz muitas amizades
Com o projeto a facilidade ficou muito leve, me sinto valorizada em poder dar opiniões
Agora preciso marcar horário para estar com minha esposa 😞 😞
Ainda não
Obtive um resultado de pesquisa interessante

Obtive um resultado de pesquisa interessante
É um meio de comunicação poderoso
Me incentivou
Aumentou muito mais meu círculo de convivência
um projeto dinâmico que vem trazer benefícios para a comunidade e para desenvolver futuros empresários
Ajudou no endomarketing da Fatec
Não conheço o projeto
O projeto traz alegria, comunicabilidade e interação entre as partes
Pude ver como o comprometimento pode quebrar barreiras

O Voz da Sala contribuiu para que você se sentisse mais pertencente à comunidade acadêmica?
25 respostas



Em uma palavra, como você definiria o Voz da Sala?

25 respostas

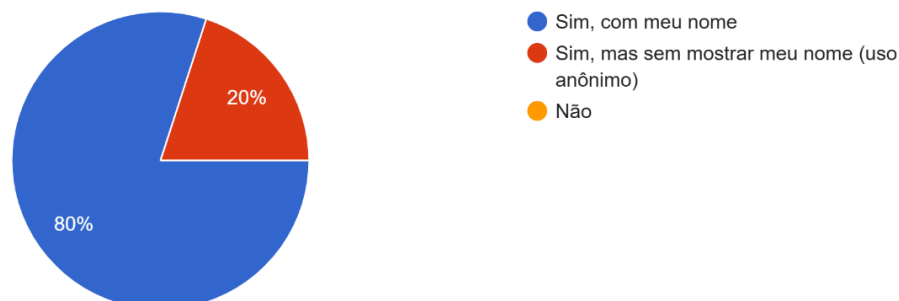
Voz
União
Desenvolvimento
Impactante
Indispensável
Voz
movimento
expressão
Oportunidade

Um projeto legal
Inovação
Aprendizado
Excelente
Boa
Inovador
Inovadora
Transformador
união e colaboração para um bem comum

Excelente
Boa
Inovador
Inovadora
Transformador
união e colaboração para um bem comum
Show de bola
Não conheço o projeto claramente
Luz na academia

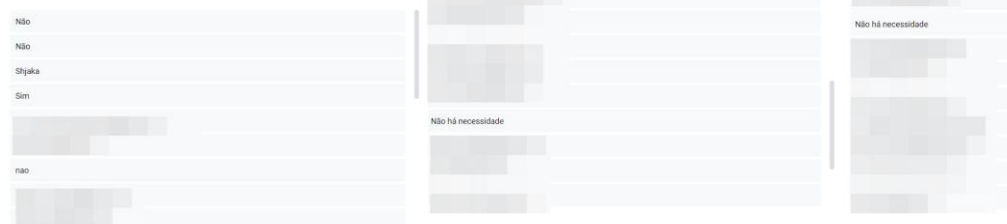
Você autoriza o uso do seu depoimento para fins acadêmicos e científicos (TCC, TG, artigo, evento)?

25 respostas



Deseja receber o material final da pesquisa por e-mail? Se sim, informe: seu e-mail:

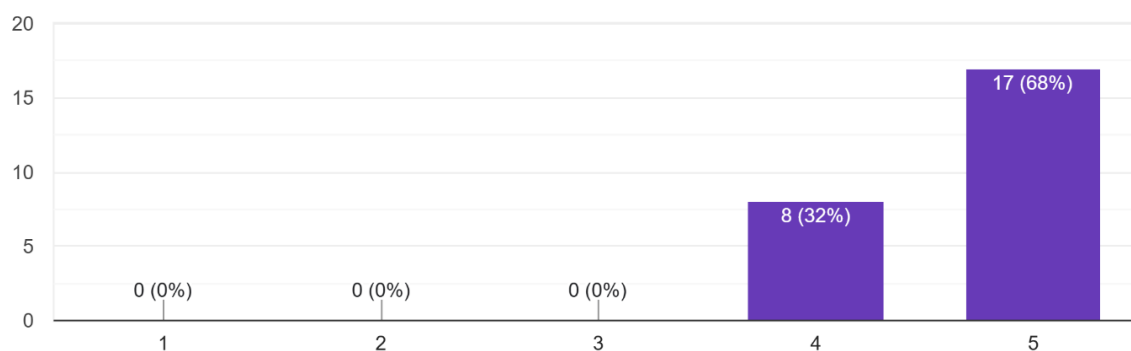
24 respostas



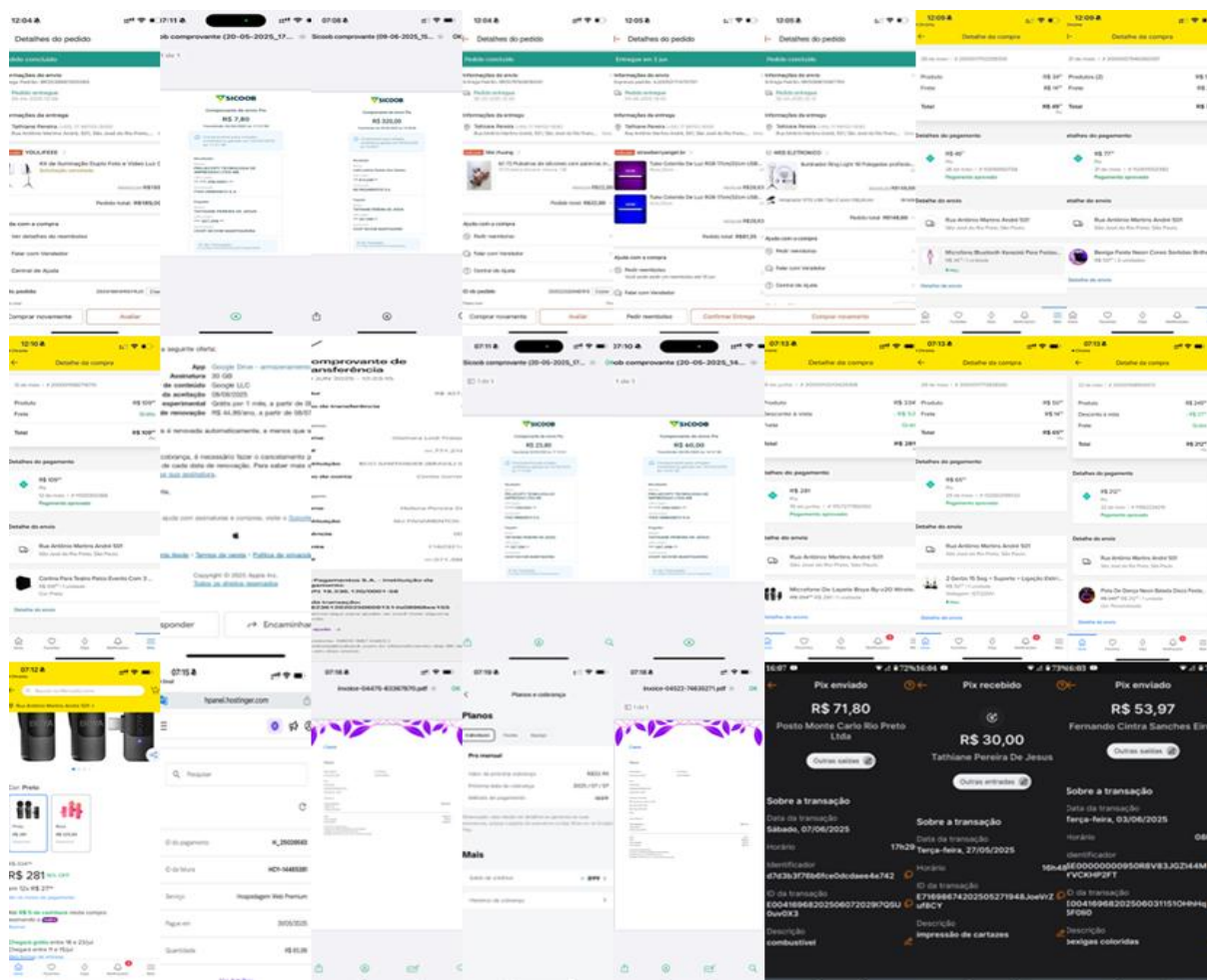
2134

Avalie os seguintes aspectos do Voz da Sala (1 = muito ruim | 5 = excelente):

25 respostas



Anexo R – Despesas



APÊNDICES

Apêndice A – Aplicação ferramenta 5W2H

What (O quê?)	Why (Por quê?)	Where (Onde?)	When (Quando?)	Who (Quem?)	How (Como?)	How much (Quanto?)
Apresentação do projeto nas salas de aula com pitch estratégico	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Criação da identidade visual e elementos gráficos do projeto	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Montagem do grupo de lideranças e voluntários (WhatsApp)	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Estudo comportamental dos alunos e análise de tendências	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Criação de canal digital (Instagram, TikTok, YouTube, Spotify)	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Lançamento oficial do projeto com cobertura nas redes	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Produção de entrevistas com alunos, professores e empresários	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Depoimentos em vídeo de professores e apoiadores	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Captação de parcerias com empresas locais	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Presença em eventos como Tech Summit, Tech Day, Ideatown	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Apoio institucional da Fatec com autorização e presença de direção	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Publicação de artes com frases estratégicas e conteúdo autoral	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Participação na Feira ABF com credenciamento gratuito	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Entrevistas com autoridades e influenciadores regionais	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Distribuição de brindes simbólicos para embaixadores	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Criação do site institucional do projeto	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Estudo de psicologia das cores e impacto visual	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Divisão estratégica de tarefas com base no perfil comportamental dos voluntários	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Início da parceria intermunicipal com o perfil comportamental dos voluntários	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Contato e proposta de parceria com UNESP e outras Fatecs	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Inauguração oficial com vídeo institucional	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Aplicação de formulário online para coleta de dados institucionais e emocionais	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Criação e compartilhamento de calendário editorial semanal	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Produção e edição de vídeos utilizando IA (CapCut e Gamma)	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Inserção de frases de impacto nos vídeos e artes, com gatilhos mentais	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Convite a professores para entrevistas presenciais e por vídeo	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Agendamento de episódios futuros com empresários e personalidades	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Elaboração de apresentações institucionais para pitch e palestras	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Solicitação de vídeos de apoio de autoridades locais e influenciadores	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Postagens estratégicas com provas sociais e autoridade (ex: Gustavo Cerbasi)	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Reuniões periódicas de alinhamento com os embaixadores do projeto	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Monitoramento do grupo e redistribuição de tarefas com base no PDCA	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Abertura de diálogo com coordenadores e professores de todos os cursos	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Reestruturação da bio e destaques das redes sociais com CTA e links	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Criação de identidade para quadros fixos do podcast	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Inserção de áudios, trilha e efeitos especiais para identidade sonora	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Oferecimento de palestra gratuita com Patrícia Brilha	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Confirmação de palestra com a delegada Kenia Oliveira	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	
Convite Waldir ao PhD Wilson Tremura (- Flórida)	Fortalecer identidade e engajamento do projeto	Fatec Rio Preto e ambientes digitais	Durante os 20 dias de ativação	Liderança + Equipe de voluntários + Coordenação	Com base em: Baixo custo com alto impacto; apoio e parcerias	

Apêndice B – Roteiro e temas do Podcast

PLANEJAMENTO DO EVENTO – LANÇAMENTO
PODCAST VOZ DA SALA

Data sugerida:

- Maio 2025/2026 (sem do ano do lançamento oficial do primeiro episódio - 2025)

OBJETIVO DO EVENTO

- Apresentar oficialmente o projeto a comunidade acadêmica
- Conscientizar sobre a importância
- Engajar alunos, professores e convidados
- Construir uma rede de contatos para o projeto

ESTRUTURA DO EVENTO

1. Abertura no Auditório

Responsabilidade: Alunos do Curso de Jornalismo - Tatuapé - Alunos
Duração: 10 a 15 minutos

2. Estrutura do Evento

- Abertura com música ambiente
- Apresentação dos convidados (professores, voluntários)
- Apresentação dos alunos organizadores e professores orientadores
- Video de abertura do podcast (se houver)
- Fala de abertura do podcast
- Fala de abertura do podcast
- Charlattes para apoiar nos vídeos

3. Espaço Interativo

- Função de fazer com o logo do podcast e nome do projeto
- Playlight com nome do projeto
- Placa de boas-vindas: "Bem-vindo ao Voz da Sala, Welcome to Voz da Sala"
- Microfones decorados para falar
- Sala de espera decorada (se possível)

4. Sessões Interativas

- Sessão de perguntas e respostas com o público
- Sessão de perguntas e respostas com o público
- Sessão de perguntas e respostas com o público

Temas Oficiais do Podcast "Voz da Sala"

Moja voz que conta – somos e somos a transformação universitária.

1. "Vozes que Inspiram": entrevistas com professores insuspeitos

Essa sessão é a grande atração do evento, com uma série de entrevistas com professores que não são os professores tradicionais. Aqui, ouvimos histórias de quem não é o professor tradicional.

2. "Na Pele do Aluno": relatos reais, dores e glórias da vida universitária

Violências, desigualdade, superação e descobertas contadas por quem vive a rotina universitária. Um espaço para quem não é o aluno tradicional.

3. "Aqui é FATEC": contando a história da faculdade e seus bastidores

De onde viemos, pra onde vamos e o que torna nossa instituição tão única. Um espaço para contar a história da faculdade, a história da faculdade e a história da faculdade.

4. "Vozes de Conexão": um mergulho em cada área da FATEC

O que é possível fazer com essa conexão? Quais são os projetos, laboratórios, cursos de extensão? Aqui, cada área tem sua voz.

5. "Projetos que Transformam": da teoria à prática, com impacto real

Iniciativas acadêmicas e sociais criadas dentro da FATEC que estão mudando comunidades, cidades e o próprio futuro. Contando a história de quem não é o aluno tradicional.

6. "Saúde Emocional na Sala": a mente também precisa de cuidados

Apêndice C – Apresentação do Podcast “Voz da Sala”



Apêndice D – Tabela com links relacionados ao Podcast

Item	Link de acesso
Revista Voz da Sala	https://gamma.app/docs/REVISTA-VOZ-DA-SALA-EDICAO-ESPECIAL-JUNHO-2025-tbl3cak3phdt9fc?mode=doc
Revista Voz da Sala Edição Final	https://online.fliphtml5.com/tjyoq/msmk/#p=1

Eventos realizados e registros dos apoios	https://www.icloud.com/photos/#/icloudlinks/ob7MYjX2AApyMPifDYiMAhLHQ/ https://www.icloud.com/photos/#/icloudlinks/o23ss7yPsXntzv9m7PTVlfMSg/ https://www.icloud.com/photos/#/icloudlinks/of5gc7XLiwp2rdLLAi7jMjWew/
Entrevista Fatec	https://drive.google.com/file/d/1YRwr3MEQVPQH4VxpTuULiBDpQ_Gh_XwQ/view
Reportagem e apoio	https://www.icloud.com/photos/#/icloudlinks/oo9BlZey4f_4JacCI2IPVAFiA/
Apoio de alunos	https://imgur.com/a/hxxJ2Sv
Licença do Podcast	https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Apêndice E – Atribuição de cargos

[illegible]

Apêndice F – Modelo de reaplicação institucional

1. Nome do Projeto:

Voz da Sala – Núcleo de Comunicação Acadêmica e Protagonismo Estudantil

2. Objetivo da Replicação:

Levar o modelo do Voz da Sala a outras unidades FATEC, ETEC e outras instituições, garantindo que cada instituição tenha um núcleo autônomo e adaptável, com base nos pilares de escuta ativa, pertencimento, comunicação integrada e estratégias comportamentais.

3. Etapas para Implementação

Etapas 1 – Apresentação Institucional

- Envio da proposta oficial à direção da unidade interessada;
- Realização de reunião com coordenação pedagógica e setores estratégicos (comunicação, extensão, eventos);
- Apresentação de resultados da unidade modelo (São José do Rio Preto).

Etapas 2 – Formação do Núcleo Local

- Seleção de um(a) professor(a) ou coordenador(a) institucional como responsável local;
- Recrutamento de alunos voluntários de diferentes turnos e cursos;
- Realização de uma oficina introdutória com os materiais e estrutura enviados pela equipe fundadora.

2138

Etapas 3 – Customização e Planejamento

- Adaptação da identidade visual para a realidade local (nome, slogan, cores, hashtags);
- Planejamento do cronograma editorial com temas relevantes para a unidade replicada;
- Capacitação em ferramentas básicas de IA, Canva, CapCut, Gamma e estratégias de gestão.

Etapas 4 – Execução das Ações

- Gravação dos primeiros episódios e entrevistas institucionais;
- Lançamento do Instagram e demais canais de divulgação;
- Presença em eventos e ações institucionais.

Etapas 5 – Monitoramento e Relatório

- Aplicação de formulário de percepção de impacto;
- Envio de relatórios periódicos à unidade fundadora (Fatec RP);
- Participação em encontros regionais para intercâmbio de experiências.

4. Materiais Fornecidos pela Unidade Fundadora

Kit digital com identidade visual base (logos, artes, modelos de post);
Roteiros para entrevistas e apresentações;
Modelos de formulário, 5W2H, cronograma e calendário editorial;
Vídeo institucional com a idealizadora Tathiane Pereira explicando a metodologia;
Manual de replicação com orientações práticas e links úteis.

5. Critérios de Sucesso

Engajamento mínimo de 10 voluntários por unidade;
Produção de pelo menos 5 conteúdos originais no primeiro mês;
Relacionamento com pelo menos um setor institucional (direção, coordenação ou extensão);
Apresentação de resultados mensais com indicadores qualitativos e quantitativos.

6. Possibilidades Futuras

Participação em rede estadual de Núcleos Voz da Sala;
Publicação conjunta de artigo com relatos de replicação em diferentes unidades;
Encontros anuais ou semestrais entre representantes dos núcleos;
Participação em editais conjuntos para fomento de projetos de extensão em rede;
Reconhecimento acadêmico via inclusão no Currículo Lattes como projeto de extensão ativo.

2139

7. Observações Importantes

O projeto pode ser replicado de forma gratuita, sem fins lucrativos, desde que os princípios de autoria e metodologia original sejam respeitados;
A idealizadora do projeto (Tathiane Pereira) deve ser referida como fundadora nos documentos oficiais e apresentações públicas;
Alterações estruturais significativas devem ser previamente alinhadas com a equipe fundadora, garantindo coesão da rede Voz da Sala.