

# 3.1.1 Exercício Criativo

Secretaria de  **SÃO PAULO**  
Comunicação GOVERNO DO ESTADO

Quesito 1 - Proposta para o tema do exercício criativo

Subquesito 1 - Raciocínio básico

Da Semana de 22 ao Lollapalooza, São Paulo é, historicamente, o epicentro da cultura brasileira. Berço do tropicalismo e do artesanato caiçara – encontrado sobretudo no litoral –, o estado é repleto de teatros, museus e galerias e tanto recebe a arte do mundo quanto projeta seus artistas em palcos internacionais. Segundo o Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural, indústrias criativas e cultura chegam a contribuir com 3,7% do PIB de São Paulo. Investir em cultura – e nas formações voltadas às indústrias criativas – é, portanto, iniciativa muitíssimo bem-vinda da SCEIC – Secretaria de Cultura, Economia e Indústrias Criativas.

Lançado em outubro de 2024, o CULTSP PRO é mais que o simples preenchimento da lacuna deixada pela extinção das Oficinas Culturais. Para comunicar o ineditismo da iniciativa no estado, é preciso compreender sua abrangência e fazê-la chegar ao conhecimento do público-alvo por meio de uma estratégia de comunicação 360º, que integre mídias tradicionais e tecnologias digitais, ampliando o reconhecimento do programa e sua importância junto à opinião pública, construindo mais adesão e engajamento em torno de suas propostas.

Em março de 2024, a publicação do decreto que encerrava as Oficinas Culturais provocou reação de artistas e produtores culturais. Sete meses depois, no entanto, o CULTSP PRO foi inaugurado com escopo mais abrangente, projetado para atender às demandas do setor cultural e criativo e oferecer formação e qualificação profissional em larga escala. O programa abrange todas as regiões do estado, com cursos presenciais e gratuitos que contemplam de artes performáticas a empreendedorismo cultural, passando por campos inovadores, como os games.

Comunicar à população a magnitude do programa e sua capacidade de estimular o desenvolvimento econômico da indústria cultural, fortalecendo o setor por meio de qualificação profissional, é o desafio que enfrentamos com a estratégia de comunicação que será detalhada no próximo tópico. Afinal, além de fomentar a cultura, o CULTSP PRO tem uma função social: seu público-alvo contempla artistas, profissionais e empreendedores do setor cultural e engloba quaisquer pessoas com idades a partir de 16 anos e ensino fundamental completo, o que inclui as minorias e populações vulneráveis.

Os cursos do CULTSP PRO são organizados em seis níveis de aprendizagem que proporcionam o conhecimento necessário para que os alunos avancem na carreira. Um de seus diferenciais é o sistema pedagógico, moldado a partir de mapeamento contínuo do setor produtivo, que oferta os cursos em seis diferentes escolas temáticas: Escola de Artes – formação em performance artística e técnicas de bastidores; de Patrimônios e Equipamentos –

foco na gestão e preservação do patrimônio cultural; de Audiovisual, Games e Tecnologia – capacitação em produção audiovisual, animação 3D e criação de games; de Conteúdo, Design e Artes Visuais – formação em criação de conteúdo, design gráfico, fotografia e artes visuais; de Tradições e Expressões Criativas – cursos em gastronomia, moda sustentável e artesanato; e de Inovação e Sustentabilidade – foco em empreendedorismo, gestão cultural, legislação e idiomas para projetos culturais inovadores e sustentáveis.

Uma comunicação que enfoque essa noção ampla de cultura, adotada no enquadramento dos cursos – que, além das artes, incluem gastronomia e empreendedorismo cultural, por exemplo –, é interessante para levar à população a ideia de que cultura é construção coletiva de artistas e produtores culturais, mas também dos demais cidadãos que a consomem e podem participar de sua cadeia produtiva. Outro ponto que merece destaque é a conexão que a SCEIC estabelece com a inovação incluindo, entre as capacitações que integram a grade do CULTSP PRO, os cursos da Escola de Audiovisual, Games e Tecnologia.

Além das escolas temáticas, o CULTSP PRO mantém, sob seu guarda-chuva, os cursos do Programa Especial de Qualificação em Artes – Teatro e Dança, para aprimoramento de grupos artísticos, promovendo intercâmbios e valorizando culturas regionais. Criado em 1997, e o Projeto Ademar Guerra de Qualificação em Teatro, desde 2015, o programa inclui a dança.

Para atingir a expectativa da SCEIC, de impactar diretamente 130 mil paulistas somente em 2025, não basta que o Governo de São Paulo tenha interesse manifesto em levar o programa a toda a população do estado: é fundamental que as informações sobre o CULTSP PRO cheguem a todos e que essas pessoas entendam que esses cursos são para elas. O GIRO PRO SP leva as iniciativas do CULTSP PRO aos diversos municípios do estado, por meio de palestras, seminários e cursos de qualificação, promovendo a circulação de ações culturais. O cumprimento do desafio proposto pelo edital passa pela integração da estratégia de comunicação proposta com as ações do GIRO PRO SP.

Fazer o CULTSP PRO chegar à população paulista por diferentes caminhos, como propomos na estratégia apresentada a seguir, é uma ideia que remonta ao filósofo canadense Marshall McLuhan – teórico da comunicação, famoso por cunhar o termo “aldeia global” – e sua célebre frase imortalizada: “O meio é a mensagem”. McLuhan acreditava que o meio pelo qual se propaga a mensagem é tão importante quanto seu conteúdo. Como suas ideias seguem demonstrando perenidade, entendemos que, para alcançar a abrangência de público que se pretende atingir com o CULTSP PRO, é preciso diversificar os meios de propagação da mensagem. Há uma camada largamente influenciada por meios tradicionais como a TV e o

rádio, ainda pouco incluída nos universos digitais. Para promover uma política cultural livre, plural, inovadora e acessível, em consonância com a Missão da SCEIC, precisamos conversar com esse público e mostrar que o CULTSP PRO é também para ele.

Por outro lado, em consonância com as ideias do sociólogo espanhol Manuel Castells, que entende o potencial das redes de comunicação – sobretudo após a internet – como instrumento de democratização da informação, permitindo que indivíduos marginalizados tenham voz no espaço global, entendemos que a comunicação digital, por meio de canais menos convencionais, em que tanto a produção de conteúdo quanto o consumo dessas ideias se dá de modo descentralizado, é um braço fundamental na divulgação de projetos que pretendem beneficiar um público mais amplo.

Criada em 1967, com o nome de Secretaria de Cultura, Esportes e Turismo, a atual SCEIC já passou por muitas reformulações, refletindo mudanças nas prioridades culturais e administrativas do Estado de São Paulo. Em 1979, ela tornou-se Secretaria da Cultura e somente em outubro de 2023 foi renomeada para incluir a Economia e a Indústria Criativas, destacando seu papel no fomento à inovação e ao empreendedorismo cultural, presente de modo tão marcante no programa.

Como visão de futuro, a SCEIC traz a ideia de democratização do acesso à cultura, promovendo a pluralidade cultural como força empreendedora e geradora de empregos e transformando a cultura em motor de progresso e inclusão. Ora, essa é a ideia que norteia o CULTSP PRO e que precisa chegar à população paulista por meio de diferentes canais de comunicação, de modo a fortalecer esse órgão de governo como referência para o setor cultural e para os que pretendem se ver incluídos nessa área.

É dessa premissa que partimos na concepção da estratégia que será detalhada a seguir. Nosso objetivo é envolver a comunidade, não apenas no consumo das informações sobre a CULTSP PRO, mas também na divulgação das mensagens. Acreditamos que a comunicação, nesse caso, tem o objetivo de conclamar as pessoas a participarem dos cursos, acreditar na sua força e se sentir parte da cultura estadual, contribuindo para o fortalecimento da SCEIC e de seus projetos no estado.

## Subquestito 2 - Plano de ação - Estratégia de relacionamento com a mídia

Esta estratégia de relacionamento com a mídia foi estruturada para amplificar o alcance, a relevância e o impacto do CULTSP PRO São Paulo, considerando a diversidade do público, a necessidade de regionalização, a riqueza das escolas temáticas e o sistema pedagógico desenvolvido pelo programa, além de oferecer uma abordagem 360° para a comunicação institucional. A consistência das relações de causa e efeito entre o desafio de comunicação de promoção do CULTSP PRO e a solução proposta nesta estratégia foi garantida pela segmentação precisa da mídia, pela criação de conteúdo personalizado e regionalizado e pelo acompanhamento constante dos resultados. A relevância dos resultados é assegurada pela definição de KPIs claros e mensuráveis, pelo monitoramento constante da cobertura da mídia e pela análise do impacto das ações na percepção do público e no alcance dos objetivos. A agilidade e a eficácia das medidas adotadas são priorizadas por meio da criação tática de um banco de dados de contatos da mídia, do estabelecimento de relacionamentos de longo prazo com jornalistas e influenciadores, e da utilização de ferramentas de comunicação - como grupos de WhatsApp - para o envio de informações e o atendimento às demandas da mídia.

Em nome do didatismo, os eixos desta estratégia estão divididos em três pilares centrais: compreensão e segmentação da mídia; medidas de aproximação, conforme o grupo; e acompanhamento e metrificação. A estrutura tripartite é necessária, sobretudo, diante da vastidão das atividades previstas para o programa (2,5 mil, que entram na esteira para a divulgação somente para 2025) e do grande leque de comunicadores em atividade no estado de São Paulo - comunidade mais densa do país. Um levantamento publicado em 2023 pelo Atlas da Notícia, que mapeia o jornalismo local brasileiro, dá uma ideia do tamanho do público-alvo, no que toca à mídia. Ao todo, SP conta com 2.578 veículos cadastrados, onde trabalham centenas de profissionais. O Atlas é uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (o Projor), mantenedor do Observatório da Imprensa. Considerando o contexto, a seguir, trazemos o detalhamento de cada um dos pilares de sustentação da nossa estratégia de relacionamento para o público-alvo mídia:

A segmentação da mídia será o pilar inicial da estratégia de relacionamento com a mídia. A compreensão das características, dos interesses e dos hábitos de consumo de informação de cada público é fundamental para a criação de mensagens e ações customizadas, que gerem adesão e engajamento. A segmentação tem como ponto de partida a mídia impressa, composta por jornais e revistas de grande circulação, que oferece credibilidade e alcance a formadores de opinião e leitores que buscam informações aprofundadas. Revistas especializadas em cultura e educação, por sua vez, atingem públicos segmentados e interessados no tema. Outro

grupo é representado pela mídia online, formada por portais de notícias, blogs de cultura e educação e sites de universidades e instituições culturais. Este atrai um público jovem e conectado, ávido por informações ágeis e interativas. A mídia audiovisual, com emissoras de TV aberta, deve ser vista com suas particularidades por possuir grande alcance e impacto emocional, atingindo públicos amplos, pulverizados nas regiões do estado e com perfis diversificados. Emissoras de rádio, por sua vez, permitem a segmentação do público e a divulgação de informações de forma ágil e criativa, com forte apelo regional. Por fim, o último grupo é composto pelos influenciadores digitais, criadores de conteúdo com foco em cultura, educação, empreendedorismo e economia criativa, que exercem grande influência sobre seus seguidores, gerando engajamento e credibilidade em públicos segmentados e interessados nas temáticas do programa.

Na segmentação da mídia, a aproximação dos veículos e influenciadores será balizada também pelo nicho de escolas temáticas. Para divulgar a Escola de Artes, para se ter uma ideia, buscaremos veículos com forte cobertura de teatro, música e dança, enquanto para a Escola de Inovação e Sustentabilidade, priorizaremos veículos que abordem empreendedorismo cultural e gestão de projetos. Nos materiais de redes sociais, por exemplo, vamos usar conteúdos para públicos específicos de cada escola. A segmentação se desdobrará ainda com canais que têm alcance maior entre jovens e que podem ter interesse na Escola de Audiovisual, Games e Tecnologia, por exemplo, uma vez que é uma das escolas que oferecem essa formação.

Além da segmentação por tipo de mídia, a nossa estratégia considera a segmentação por editoria e interesse, direcionando a comunicação para públicos com afinidades específicas. Editorias de cultura, educação, economia, tecnologia e outras oferecem a oportunidade de abordar diferentes aspectos do CULTSP PRO, alcançando desde artistas e produtores culturais até empreendedores e jovens em busca de qualificação profissional.

A segmentação geográfica é outro elemento essencial para o banco de segmentação, especialmente para o sucesso do GIRO SP PRO, programa itinerante que leva as ações do CULTSP PRO a todas as regiões do estado. Ao adaptar a comunicação para as particularidades de cada localidade, valorizando os talentos e as iniciativas regionais, é possível aumentar a relevância e o impacto das ações. Como parte desta estratégia, faremos então o detalhamento para a aproximação, segundo o público. Nesta instância, a prova social (que orna a comunicação oficial com histórias reais de sucesso e de vidas transformadas pelo programa, com abertura de oportunidades e reconhecimento ao talento), é um recurso auxiliar importante.

O segundo pilar desta estratégia é o da aproximação com a mídia, que será adaptada às características e aos interesses de cada segmento de público, buscando construir relacionamentos sólidos e gerar cobertura positiva. Para a mídia impressa, investiremos em ações que envolvam informações detalhadas e gerem curiosidade e interesse nos profissionais e veículos, com sugestões de pautas para reportagens especiais e propostas de entrevistas exclusivas com representantes da Secretaria e do CULTSP PRO. Este segmento, composto por jornais e revistas de grande circulação (ex: Folha de S.Paulo, O Estado de S.Paulo), será determinante para o aumento do conhecimento do programa, fortalecimento da imagem da Secretaria e geração de interesse em inscrições. Em outra vertente, a aproximação com a mídia online será pautada pela agilidade e pela interatividade, divulgando notícias em tempo real, criando conteúdo multimídia envolvente e promovendo a interação com os leitores com posts, lives, webinars e enquetes, pois a comunicação digital é um eixo de fundamental importância na divulgação de projetos governamentais que pretendem beneficiar um público mais amplo. No caso da aproximação com a mídia audiovisual, buscaremos o alcance e o impacto emocional, veiculando vídeos institucionais e chamadas para ação, participando de programas de entrevistas e debates, e criando conteúdo personalizado para diferentes formatos (spots, programas, etc.). Os vídeos gerados podem lançar mão de técnicas de prova social e storytelling que tornam o tom de voz da comunicação mais próximo e inclusivo, aumentando o potencial de mobilização e engajamento. Por fim, para fechar o círculo das aproximações, faremos ações junto a influenciadores digitais. Esse movimento será baseado na autenticidade e no engajamento, estabelecendo parcerias orgânicas para a criação de conteúdo criativo e relevante, que conecte o CULTSP PRO com seus seguidores, de forma orgânica.

As medidas de aproximação serão igualmente calibradas para cada escola temática. Para a Escola de Patrimônios e Equipamentos, organizaremos visitas guiadas a museus e centros de memória, convidando jornalistas e influenciadores especializados em patrimônio cultural. Já para a Escola de Tradições e Expressões Criativas, promoveremos a cobertura de festivais gastronômicos e eventos de moda sustentável, com a participação de veículos e influenciadores com foco nessas áreas. Nesse sentido, os vídeos promocionais - da aba de conteúdos - serão personalizados. Além disso, algumas ações transversais serão implementadas, como a organização de coletivas de imprensa para o lançamento do programa, ou de suas novas ações, e o relacionamento contínuo com jornalistas e influenciadores, pelo envio de materiais personalizados, acompanhamento das demandas e oferecimento de informações exclusivas.

O terceiro pilar desta estratégia serve ao acompanhamento e metrificação. Concentra-se na definição de KPIs e na descrição dos processos de acompanhamento e análise de dados que permitirão avaliar a eficácia da estratégia de relacionamento com a mídia e otimizar as ações. É um legado que ficará para manter o CULTSP PRO São Paulo em evidência, para além dos 60 dias de campanha previstos nesta campanha-desafio.

Dessa forma, definiremos os KPIs específicos para cada segmento de público, que permitirão medir o alcance (número de reportagens publicadas, alcance das publicações, tráfego no site), o engajamento (número de compartilhamentos e comentários nas redes sociais, participação em lives e webinars), a qualidade da cobertura (tom das matérias, profundidade das informações) e o impacto das ações de mídia (aumento do número de inscrições nos cursos, melhora na percepção do público). Para verificação dos KPIs e para gerar relatórios precisos, serão utilizadas ferramentas de análise de dados (Google Analytics, métricas de redes sociais, etc.) e monitoramento da mídia (online e offline). Os resultados da estratégia de mídia serão apresentados em relatórios periódicos, analisados detalhadamente e usados para identificar oportunidades de melhoria. As análises serão utilizadas para otimizar as ações de aproximação com cada segmento de público, ajustando as mensagens, os canais de comunicação e a frequência das ações, para garantir o alcance dos objetivos de comunicação.

Subquesto 3 - Ações a serem desenvolvidas pela contratada

b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia

As ações de mídia, planejadas como parte dessa proposta para serem implementadas no prazo de 60 dias corridos e dentro da verba disponível de R\$ 800 mil, representam uma estratégia integrada e exequível, concebida para maximizar o impacto da comunicação do CULTSP PRO. A atuação 360°, que integra diferentes canais e formatos, assegura que a mensagem alcance o público de forma abrangente e consistente. A exequibilidade das ações e o uso inteligente dos itens previstos no Anexo VI do edital, referente à tabela de orçamento, foram fatores determinantes na concepção desta proposta, garantindo a otimização dos recursos e a entrega de resultados efetivos. Contemplamos ações relacionadas a estratégia, assessoramento e produção de banco multimídia, treinamento e comunicação digital, monitoramento e métricas. A seguir, o detalhamento das ações propostas e um cronograma amplo.

Planejamento e definição de cronograma: Para iniciar os trabalhos, elaboraremos um plano de mídia detalhado e definiremos o cronograma de ações, com a orientação sobre as ações de mídia para cada canal (impresso, online, TV, rádio, influenciadores), prazos para a execução de cada ação, alocação da verba disponível e criação de um cronograma visual para facilitar o

acompanhamento das ações. Esta ação é de caráter organizacional e preparatória e tem grande valor estratégico.

Divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO: Como ponto de partida para marcar a nova fase do CULTSP PRO, realizaremos uma coletiva de imprensa presencial e online com a apresentação do programa, seus objetivos, escolas temáticas e impacto na economia criativa. Os KPIs específicos para esta ação incluem número de matérias publicadas, alcance das matérias, número de menções ao CULTSP PRO, tom das matérias e análise de presença em redes sociais.

Divulgação das Escolas Temáticas: Produziremos releases específicos para cada escola, destacando os diferenciais, cursos, professores e histórias de sucesso dos alunos, como prova social. Trata-se de uma diretriz editorial para consolidar a imagem das escolas em seus respectivos públicos, mostrando a efetividade de cada uma.

Preparação da equipe interna: Para suprir essas eventuais demandas, prepararemos, por meio de media training direcionado, os porta-vozes designados para lidar com imprensa e formadores de opinião, que serão envolvidos não apenas em entrevistas convencionais, mas em podcasts e videorleases para divulgação, webinários etc. Produziremos ainda um modelo de comunicado para situações de crise, com orientações sobre como lidar com a imprensa.

Divulgação do GIROSP PRO: será realizada convidando a imprensa para eventos/workshops regionais, com talentos/impacto local, estratégias setorizadas e ações de aproximação específicas por público: reportagens/anúncios para imprensa, lives/conteúdo com influenciadores para online, spots/entrevistas para audiovisual, conteúdo temático com influenciadores.

Geração de conteúdo estratégico e humanizado: O “como fazer” os produtos será um grande diferencial da nossa proposta. Desenvolveremos conteúdo estratégico multifocal com a produção de artigos, reportagens, infográficos e vídeos sobre o impacto do CULTSP PRO, com os olhos voltados para os resultados do programa, suas parcerias e seu papel na transformação social e econômica. Dentro dessa ideia, daremos destaque a conteúdos humanizados, às histórias de vida daqueles que já integram a experiência das escolas temáticas. São espécies de prova social, que darão credibilidade às ações do programa.

Relacionamento contínuo e criação de grupos ágeis de WhatsApp: criaremos grupos de para o envio de materiais personalizados, acompanhamento das demandas da mídia e informações exclusivas, visando a construção de relacionamentos de longo prazo com jornalistas e influenciadores.

Além dessas ações para uma base sólida comunicacional, serão implementadas outras ações para ampliar o alcance e o impacto da estratégia. Quais são:

Rodas de conversa com especialistas: eventos com a participação de especialistas das áreas das escolas temáticas e jornalistas, para debates sobre temas relevantes para o setor cultural e criativo, com o objetivo de gerar pautas e entrevistas.

Visitas guiadas às escolas temáticas: com o convite para jornalistas e influenciadores conhecerem as instalações e os cursos oferecidos, e as pessoas que orbitam em torno de cada escola, proporcionando uma experiência imersiva no universo do CULTSP PRO. Abriremos a oportunidade para entrevistas a professores e alunos das escolas.

Cobertura de eventos culturais promovidos pelo estado: que são oportunidades para divulgação do CULTSP PRO, com a presença da imprensa e o convite a influenciadores que atuam de forma orgânica e são sensíveis ao fomento à cultura e à indústria criativa.

Criação de conteúdo em parceria com a mídia: estimulando o desenvolvimento de projetos especiais com veículos de comunicação, como séries de reportagens, programas de TV e podcasts, com conteúdo sobre o CULTSP PRO e seus impactos, e a participação de especialistas e alunos. Como parte dessa entrega, prevemos a produção de fotografias e captação de imagens de vídeos.

Montagem de Campanhas de influência: em parceria com influenciadores digitais, de maneira orgânica (uma vez que não há previsão orçamentária clara contratações com esta finalidade no exercício criativo, mas é uma ação sine qua non) para a criação de conteúdo autêntico e envolvente sobre o CULTSP PRO, com posts, stories, vídeos e outros formatos de conteúdo nas redes sociais, com o objetivo de gerar engajamento e interesse nos cursos. Nesse caso, poderemos atingir de forma indireta os produtores culturais, multiplicadores naturais das ações do CULTSP PRO.

Ações de regionalização com a mídia local transmídia e para público em geral: por meio de ações específicas para cada uma das 15 regiões administrativas do estado, em parceria com a mídia local, com a divulgação do GIRO SP PRO e destaque para os talentos e iniciativas culturais de cada região. Para atender às especificidades destas localidades, as ações de regionalização serão adaptadas da seguinte forma: Regiões metropolitanas - com foco em veículos de grande circulação e influenciadores digitais com alcance na capital e entorno, além de eventos de mídia em locais estratégicos; Regiões do interior - com a prioridade para veículos de comunicação locais (rádios comunitárias, jornais regionais, blogs locais) e influenciadores com forte conexão com a comunidade; e Regiões com forte presença de determinadas manifestações culturais - com adaptação do conteúdo para destacar essas

manifestações (ex: festivais tradicionais, grupos folclóricos), com parcerias com veículos e influenciadores especializados.

Ações de fortalecimento das cadeias produtivas e preservação do patrimônio: Desenvolveremos conteúdo e ações que destaquem o papel do CULTSP PRO no fortalecimento das cadeias produtivas culturais e na preservação do patrimônio cultural, com reportagens, entrevistas e eventos que abordem a importância da cultura para a economia e a sociedade.

Cronograma de ações (60 dias corridos)

Semana 1: Planejamento e definição de cronograma, identificação e mapeamento da mídia com a finalização do mapeamento; produção dos materiais iniciais para a Imprensa; preparação da equipe para aproximação com a mídia.

Semanas 2-3: Divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO com a coletiva; produção dos materiais iniciais; início do relacionamento contínuo.

Semanas 4-6: Lançamento de releases para a divulgação das Escolas temáticas, publicação dos artigos e produção de outros conteúdos estratégicos, organização rodas de conversa com especialistas, produção de materiais para redes sociais.

Semanas 7-8: Início da divulgação do GIRO SP PRO regional, organização das visitas guiadas às escolas temáticas, participação em eventos culturais, e realizar a cobertura destes eventos, implementação de ações de regionalização com a mídia local, divulgação de conteúdo específico para ações de fortalecimento das cadeias produtivas e preservação do patrimônio, acompanhamento e metrificação com relatórios parciais.

Contínuo: Relacionamento contínuo, acompanhamento e Metrificação

Subquesto 4 - Materiais a serem produzidos

Materiais de imprensa

Releases gerais e específicos: Sabemos da importância das informações primárias, de base. Pensando nessa premissa, produziremos textos informativos sobre programa, escolas, GIRO SP PRO, eventos e áreas (a exemplo dos games). Usaremos o formato: .docx, .pdf (máximo de 2 páginas, Arial 12). O público, neste caso, é composto por jornalistas, editores, produtores de conteúdo e público geral. Identidade visual, mensagem-chave (como sugestão, propomos "CULTSP PRO: aprenda e faça a cultura acontecer!"). Linguagem clara e acessível.

Kits de imprensa (impressos): Montaremos materiais completos para a imprensa, incluindo releases, fotos, vídeos, depoimentos e informações de contato. Os kits de imprensa servirão e serão direcionados a jornalistas. Serão produzidos ainda na versão digital, para envio online.

Q&A (perguntas e respostas): Organizaremos um documento com as perguntas mais frequentes sobre o programa e suas respostas. Em formato pdf, essa ação atenderá tanto ao público de jornalistas, como ao público geral.

Fichas informativas (Fact sheets): A ideia é produzir documentos sobre o programa e a economia criativa com dados e estatísticas relevantes sobre o programa e a economia criativa. Em formato pdf, é voltada para jornalistas e pesquisadores.

Comunicados de crise (modelos): Numa campanha bem estruturada, é preciso ainda pensar em fatores externos, críticas e outras eventuais adversidades de comunicação. O modelo atende a esse fim e servirá para a equipe de comunicação.

Materiais de divulgação

Flyers e cartazes. Especificação: Materiais impressos para divulgação do programa e dos cursos em locais estratégicos, com vinculação à Divulgação das escolas temáticas, à Divulgação do GIRO SP PRO, às Visitas Guiadas às escolas temáticas e às Ações de regionalização com a mídia local.

Banners e displays. Especificação: Materiais para eventos e espaços públicos, com informações sobre o programa e as inscrições, vinculados aos itens Divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO, Divulgação das escolas temáticas, Divulgação do GIRO SP PRO, Visitas Guiadas às escolas temáticas, Cobertura de eventos culturais e Ações de regionalização com a mídia local, seguindo a identidade visual CULTSP PRO.

Vídeos institucionais e promocionais. Especificação: Vídeos para divulgação do programa nas redes sociais, na TV e em eventos, baseados na mensagem-chave para o CULTSP PRO. Todos os vídeos terão recursos de acessibilidade, que garantirão inclusão e darão amplitude à mensagem. Os produtos estão relacionados aos itens de acompanhamento e metrificação, para o banco de imagens e vídeos, divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO, Divulgação das escolas temáticas, divulgação do GIRO SP PRO, geração de conteúdo estratégico, cobertura de eventos culturais, criação de conteúdo em parceria com a mídia e ações de fortalecimento das cadeias produtivas e preservação do patrimônio. Os formatos usados contarão com legendas e audiodescrição. São considerados canais de distribuição: redes sociais (YouTube, Instagram, Facebook, TikTok), TV (inserções em programas culturais), eventos (exibição em telões), site do CULTSP PRO. O impacto será medido pelo número de visualizações, compartilhamentos, curtidas, comentários e cliques nos links para site da Secretaria ou relativo ao programa.

Materiais para redes sociais. Especificação: posts, stories, reels e outros formatos de conteúdo para as redes sociais do programa, com vinculação com itens de Acompanhamento e

Metrificação, para o banco de imagens e vídeos, Divulgação das escolas temáticas, Divulgação do GIRO SP PRO) e Campanhas de influência, de acordo com identidade visual e mensagem-chave.

Apresentações em PowerPoint. Especificação: modelo de apresentação para uso em eventos e reuniões, com vinculação aos itens para Divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO, Divulgação das escolas temáticas, Divulgação do GIRO SP PRO e Geração de conteúdo estratégico.

Materiais de apoio

Banco de imagens e vídeos de alta qualidade e acessíveis. Especificação: materiais para uso da imprensa e da equipe de comunicação, relacionados aos itens Acompanhamento e Metrificação, divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO, divulgação das escolas temáticas, divulgação do GIRO SP PRO, geração de conteúdo estratégico, rodas de conversa com especialistas, visitas guiadas às escolas temáticas, cobertura de eventos culturais, criação de conteúdo em parceria com a mídia, campanhas de influência, ações de regionalização com a mídia local e ações de fortalecimento das cadeias produtivas e preservação do patrimônio.

Templates para documentos e apresentações. Especificação: modelos para padronizar a comunicação do programa, vinculado a itens Acompanhamento e Metrificação, Divulgação do lançamento de nova fase do CULTSP PRO, Divulgação das escolas temáticas, Divulgação do GIRO SP PRO e Geração de conteúdo.

Ao projetarmos uma comunicação 360° conforme esta estratégia, que integra mídias tradicionais e digitais, ecoamos a visão de Marshall McLuhan, para alcançar diferentes segmentos visando chegar à população, desde aqueles mais conectados aos meios tradicionais até os nativos digitais. Para atingir o objetivo, usaremos a verba de R\$ 795.555,69, estando dentro do valor de referência orçamentária, conforme mostra o detalhamento na tabela a seguir:

Item	Descrição	Unidade de medida	Quantidade campanha	Valor unitário	Valor total	%
<b>Estratégia de Comunicação</b>						
1	Gerência, planejamento e coordenação de comunicação integrada	Prestação de serviço por Profissional com perfil de Altíssima Complexidade	1	R\$ 52.562,33	R\$ 52.562,33	6,57%
2	Análise de imagem	Produto - Média Complexidade - Período de 5 meses		R\$ 87.507,00	R\$ 0,00	0,00%

3	Plano estratégico de comunicação integrada	Produto - Planejamento Estratégico/Documento	1	R\$ 63.641,67	R\$ 63.641,67	7,96%
<b>Assessoramento</b>						
4	Assessoria de imprensa e comunicação interna	Jornalista júnior - Baixa Complexidade	2	R\$ 20.551,33	R\$ 41.102,66	5,14%
		Jornalista pleno - Média Complexidade	1	R\$ 30.840,67	R\$ 30.840,67	3,86%
<b>Produção, Organização e Gestão de Banco de Imagens Multimídia</b>						
5	Produção, seleção e edição de fotografia e gestão de banco de imagens	Alta complexidade - Diária de captação de até 8h	5	R\$ 19.600,00	R\$ 98.000,00	12,25%
6	Captação de imagens em vídeo	Alta complexidade - Diária de captação de até 8h	5	R\$ 7.666,67	R\$ 38.333,35	4,79%
7	Edição de imagens em vídeo para redes sociais	Compilado de imagens e/ou sonoras ou vídeo depoimento - na vertical ou horizontal, conforme solicitação da CONTRATANTE - com no máximo 1 (um) minuto e 30 (trinta) segundos. Pode conter ou não, sempre de acordo com a demanda da CONTRATANTE: legenda e letterings em português para destacar a mensagem a ser passada, trilha.	30	R\$ 3.233,33	R\$ 96.999,90	12,12%
<b>Treinamento</b>						
8	Planejamento e execução de media training	Baixa Complexidade - Treinamento de um (1) porta-voz	1	R\$ 35.766,67	R\$ 35.766,67	4,47%
		Média Complexidade - Treinamento de até quatro (4) porta-vozes		R\$ 56.106,67	R\$ 0,00	0,00%
<b>Comunicação Digital</b>						
9	Diagnóstico e mapeamento de presença digital	Baixa Complexidade - análise e monitoramento de até 6 (seis) canais digitais.	6	R\$ 32.854,00	R\$ 197.124,00	24,64%
10	Planejamento, gestão e criação de conteúdo para as mídias sociais do órgão contratante	Prestação de serviço por Profissional com perfil de Baixa Complexidade (junior)	1	R\$ 24.296,67	R\$ 24.296,67	3,04%
		Prestação de serviço por Profissional com perfil de Média Complexidade (pleno)	1	R\$ 35.566,67	R\$ 35.566,67	4,45%
11	Design gráfico	Prestação de serviço por Profissional com perfil de Baixa Complexidade (junior)	1	R\$ 13.736,67	R\$ 13.736,67	1,72%
		Prestação de serviço por Profissional com perfil de Média Complexidade (pleno)	1	R\$ 20.218,00	R\$ 20.218,00	2,53%
<b>Monitoramento, Métricas e Avaliações</b>						
12	Monitoramento online	Baixíssima Complexidade - Monitoramento de perfis de redes sociais - total de até 60 mil menções/mês	1	R\$ 47.367,33	R\$ 47.367,33	5,92%
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 795.556,59</b>	<b>99,44%</b>

### Subquesto 5 - Oportunidade de mídia positiva

Por meio da análise do conteúdo publicado nos veículos de comunicação, no contexto do exercício criativo proposto pelo edital, de divulgação do projeto CULTSP PRO aos públicos desse programa, identificamos oportunidades de mídia positiva que dialogam com os objetivos estratégicos da Assessoria de Comunicação da SCEIC-SP. A seguir, detalhamos três dessas oportunidades.

Oportunidade 1 – Apresentar o viés social do CULTSP PRO, mostrando como os cursos gratuitos, oferecidos por meio do programa, podem gerar transformação na vida de jovens oriundos de municípios e regiões do estado onde, geralmente, há menos acesso à cultura e à formação profissional. Acreditamos que essa é uma oportunidade a ser trabalhada nas mídias tradicionais, nos canais locais e mesmo junto a microinfluenciadores digitais. Trata-se de estratégia a ser adotada de diferentes formas, a depender do meio utilizado.

Para os telejornais locais, como SP2 (TV Globo), SP Record, Jornal da Cultura ou Band Cidade, por exemplo, a oferta de pautas com histórias reais de transformação social por meio do acesso gratuito à educação cultural e profissionalizante tem o apelo humano e impacto local que elas geralmente adotam em matérias especiais. Uma rádio comunitária, no entanto, pode trazer o mesmo viés de transformação social na fala de alguém que está mais próximo e, portanto, dará aos moradores de locais distantes da capital a certeza de que o CULTSP PRO também é para eles. E acreditamos que microinfluenciadores independentes, impactados por seus próprios progressos em cursos como o de “Apresentadores para televisão e mídias sociais”, possam amplificar a comunicação desse impacto entre os mais jovens, por meio de vídeos curtos em redes sociais como o Kwai e o Tik Tok.

Oportunidade 2 - Valorizar as mídias regionais e a comunicação descentralizada, enfatizando o GIRO PRO, que é componente estratégico do CULTSP PRO e traduz uma oportunidade de ampliar a comunicação do programa em territórios descentralizados, potencializando a cultura local das diversas regiões do estado.

Itinerante, o GIRO PRO leva oficinas, atividades e outras experiências culturais às cidades do interior de São Paulo e ao seu litoral. Essa descentralização da cultura é uma oportunidade de descentralizar também a comunicação, valorizando mídias regionais e locais como rádios comunitárias, jornais municipais e mesmo emissoras de TV como a EPTV Campinas, TV TEM Bauru, Record Litoral ou Band Vale. Todos esses veículos, geralmente pouco considerados em estratégias de abrangência estadual, podem ser utilizados para aproximar as populações locais das programações realizadas mais próximo delas.

A ideia é envolver as mídias mais localizadas na divulgação do GIRO PRO, mostrando que a gestão cultural do governo do estado não está presente apenas na capital, mas chega também a cada canto do estado, de modo direto e próximo. Além dos canais midiáticos, é interessante promover essa interface do GIRO PRO também com gestores culturais regionais, professores dos cursos e beneficiários locais, oferecendo, oportunamente, até um treinamento específico para que possam se tornar agentes de divulgação junto à população de suas regiões.

Oportunidade 3 - Fortalecer as cadeias produtivas locais e a preservação do patrimônio cultural com apoio dos influenciadores comunitários.

O CULTSP PRO é também uma importante ferramenta para fortalecer as cadeias produtivas culturais regionais e contribui para a preservação do patrimônio imaterial em diferentes municípios paulistas. A oferta de cursos técnicos e oficinas voltados para áreas como produção cultural, sonorização, iluminação, figurino, cenotecnia e memória cultural, por exemplo, contribui diretamente para a profissionalização de agentes locais que atuam em festejos populares, manifestações tradicionais e produções artísticas comunitárias.

Essa é uma oportunidade de comunicação que pode ser bem explorada em mídias locais e comunitárias, com apoio dos influenciadores regionais, tanto digitais quanto agentes reconhecidos por seu papel de liderança em comunidades específicas. Líderes comunitários, mestres da cultura popular, professores e coordenadores de projetos sociais podem ser agentes de relacionamento potentes para mostrar como o CULTSP PRO contribui para o reconhecimento e a continuidade de tradições culturais e modos de vida. Nas redes sociais, influenciadores como educadores populares, dançarinos de funk, sambistas, grafiteiros e mestres de capoeira podem ser estimulados a compartilharem suas experiências com o CULTSP PRO, evidenciando a contribuição do programa para ampliar horizontes e consolidar cadeias produtivas culturais que resistem e se reinventam. Ao conectar essas falas à agenda do fortalecimento da cultura local e da identidade paulista, o programa se posiciona como política transformadora com resultados concretos e reconhecíveis nos territórios.

## Subquesto 6 - Identificação de riscos à imagem

### Risco 1 – Rejeição da classe cultural e artística pela substituição do Oficinas Culturais

As Oficinas Culturais, implantadas há 38 anos, eram uma iniciativa contínua, valorizada pelos trabalhadores da arte e da cultura em todo o estado de São Paulo, principalmente na capital e na região metropolitana. Portanto, é inegável que, a seu tempo, este programa estadual acumulou méritos que incluem a consolidação da atuação de inúmeros atores culturais em seus segmentos, e por todo o território. A sua extinção e substituição posterior pelo CULTSP PRO gera, portanto, diferentes níveis de resistência e críticas, até certo ponto, naturais, inclusive quando levamos em conta o hiato de oito meses entre a extinção da iniciativa anterior e o lançamento do novo programa. Ciente de que a resistência à adesão e que sentimentos de rejeição na classe artística e cultural podem ser, em parte, influenciados pelo sentimento de perda e devem ser vencidos, a comunicação institucional deve atuar de maneira empática para minorar este risco comunicacional, trabalhando ativamente para divulgar a abrangência, solidez e amplitude do CULTSP PRO entre lideranças e referências da classe artística e cultural, que são importantes formadores de opinião. Há que se levar em conta, aqui, que não estamos falando de um grupo pouco expressivo: segundo dados divulgados em abril de 2025 pelo Observatório da Fundação Itaú, o número de trabalhadores no setor de cultura e indústrias criativas registrou recorde em 2024, com 7,8 milhões de trabalhadores formais e informais. Estamos falando, portanto, de um setor em expansão, muito ativo em redes sociais e que tem um poder inegável de influenciar a opinião dos demais públicos de relacionamento, o que justifica seu tratamento com total prioridade e informação customizada.

### Risco 2 – Estranhamento e crítica pela extensão do CULTSP PRO para áreas não tradicionais nos campos das artes e da cultura (Ex. Tecnologia e Games)

Ao passo que substituiu as Oficinas Culturais, o CULTSP PRO adotou uma visão mais moderna, tomando para si a possibilidade de formação de trabalhadores da cultura e das artes afinados com novos campos abertos pela modernidade. As áreas de Tecnologia e Gameficação se inserem nesta categoria, mas podem gerar estranhamento, já que se trata de uma abordagem que vai além do convencional. Além disso, o fato da formação nestas áreas também ter interfaces ativas em outras secretarias estaduais ligadas à Educação, Tecnologia e Inovação pode gerar o temor, entre a classe cultural, de que recursos que deveriam ser direcionados à formação em campos tradicionais do setor acabem sendo equivocadamente direcionados, além de esvaziarem e desviarem o foco do CULTSP PRO. Para contornar essa possível crítica, a comunicação institucional deve trabalhar sobre fatos e dados que mostrem a extensão do novo programa, os sólidos investimentos previstos, sua disposição de alcançar

um grande número de paulistas com iniciativas de qualidade, e a modernidade e precisão técnica de sua concepção, que inclui áreas e formações que, pela evolução tecnológica do século XXI, certamente virão a impactar, cada vez mais, a produção cultural e artística.

Risco 3 – Dificuldades de divulgação pelo tamanho e múltiplas vertentes do CULTSP PRO

Um ponto que deve ser observado com atenção no atendimento da demanda é o próprio tamanho e extensão do CULTSP PRO. A proposta de impactar diretamente 130 mil paulistas em todas as 15 regiões do estado, e a multiplicidade de vertentes apresentadas pelo programa traz, em si, um risco subjacente: não conseguir realizar uma divulgação suficientemente clara, didática, objetiva, assertiva e ampla para chegar a todo o público-alvo, bem como falhar na escolha de uma linguagem e tom de voz realmente apropriado e capaz de mobilizar e engajar.

Vencer esse risco comunicacional exige uma estratégia de capilarização e uma proposta de comunicação em cascata capaz de alcançar e engajar atores essenciais para a disseminação e valorização da oportunidade que o CULTSP PRO representa, com a mesma clareza e assertividade que se deve buscar nos diversos segmentos da mídia. Isso significa ir além das clássicas abordagens de mobilização e adotar um modelo de comunicação que reforce possíveis parcerias com organizações da sociedade civil e formadores de opinião que atuam diretamente nos diversos territórios regionais. Esses últimos, que formam a malha estadual de trabalhadores da cultura, serão vozes essenciais para avaliar o programa e para torná-lo acessível e interessante, na compreensão daqueles que formam o público-alvo primário, ou seja, os possíveis beneficiários das ações de formação. Por isso, a estratégia apresentada nesta proposta se debruça sobre linhas de ação que podem envolver esses atores e minimizar esse risco, levando a comunicação institucional a alcançar os ambiciosos objetivos apresentados.

**Termo de encerramento**

Encerro a presente documentação, integrante do quesito Exercício Criativo, e confirmo que todas as informações foram desenvolvidas pela Partners Comunicação LTDA.

Belo Horizonte, 10 de abril de 2025.



**Raquel Domingues**

**CPF: 080.814.276-35**

**Representante legal – Partners Comunicação**



## 3.1.2 Análise de Imagem

Secretaria de  
Comunicação



**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

Quesito 2 - Análise diária da imagem do conteúdo publicado e ou veiculado em jornais e emissoras de televisão

A análise da cobertura midiática do CULTSP PRO, desde seu lançamento em 09/10/2025 até 09/11/2025, revela um programa com alto potencial de impacto na imagem da Secretaria de Cultura, demonstrando o compromisso do governo estadual com o desenvolvimento do setor cultural. A abrangência do programa, com a oferta de um grande número de vagas e a promessa de qualificação em diversas áreas, gera interesse e engajamento do público.

No período analisado, foram publicadas 66 notícias relacionadas ao tema, de acordo material disponibilizado no edital da Concorrência nº 01/2025, da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo. Elas estão distribuídas, de acordo com as plataformas de comunicação da seguinte maneira: 24 em portais web, 20 em jornais impressos, 14 em emissoras de rádio e 8 em emissoras de televisão.

A partir desses números, considerando a dimensão do programa, entende-se que há potencial de maior divulgação do programa, principalmente nos veículos de grande circulação e audiência e nas mídias regionais. A veiculação de matérias em programas de TV de grande audiência, como o Chega Mais Notícias (SBT) e o Jornal da Band, demonstra o potencial da televisão para ampliar o conhecimento do CULTSP PRO, especialmente entre o público-alvo.

Data: 09/10/2024

Assunto do dia: Lançamento do CULTSP PRO

Número total de notícias: 06

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

- 1 - Governo de SP lança CULTSP PRO, maior programa de qualificação na cultura do Brasil: 'Marco na formação', diz Marília Marton/ Blog do Arcanjo/ Portal web/ Região de São Paulo/ Positiva/ Espontânea
- 2 - Oficinas Culturais estavam defasadas, afirma Marília Marton, com novo programa/ Folha de São Paulo/ Portal web/ Região de São Paulo/ Neutra/ Espontânea
- 3 - Programa de qualificação oferece 125 vagas para cursos gratuitos na área da moda em Campinas e Hortolândia/ G1 Campinas/ Portal web/ Região de Campinas/ Positiva/ Espontânea
- 4- Governo de São Paulo lança programa de qualificação para profissionais da cultura e da economia criativa/ Band News FM/ Rádio/ Região de São Paulo/ Positiva/ Espontânea
- 5 - Entrevista - Marília Marton / CBN Vale (Primeira Edição)/ Rádio/ Região de São José dos Campos/ Positiva/ Espontânea
- 6 - 4.070 vagas em 65 cursos - Governo de SP cria programa de cursos para cultura/ SBT São Paulo (Programa Chega Mais Notícias)/ TV/ Região de São Paulo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A iniciativa CULTSP PRO demonstra um potencial significativo para fortalecer a imagem da Secretaria de Cultura, posicionando-a como um agente de transformação e desenvolvimento no setor cultural. A abrangência do programa, com a promessa de qualificação em diversas áreas e a oferta de um grande número de vagas, gera um impacto positivo e demonstra o reconhecimento do governo estadual da importância da cultura para a economia. É um tema que atrai a atenção do público, gerando interesse e engajamento.

No entanto, a baixa repercussão na imprensa, apesar da audiência alcançada em alguns veículos, indica uma necessidade de amplificar a comunicação do programa. A falta de notícias em veículos de grande circulação e a necessidade de uma comunicação mais eficiente em todo o estado são pontos de atenção.

Nos seis registros no noticiário desta data, destacamos a veiculação da matéria ao vivo pelo Chega Mais Notícias, programa do SBT que registrou 2,4 pontos de audiência em São Paulo, o equivalente a 459 mil pessoas, de acordo com dados da Kantar Ibope Media. Da mesma

maneira, as reportagens veiculadas nas duas emissoras de rádio (BandNews FM e CBN Vale). Destaque para a primeira que tem 1,15 milhão, também segundo a Kantar Ibope.

Riscos à imagem

Desafios na execução: A complexidade do programa, com a necessidade de coordenar diversas instituições e profissionais, pode gerar desafios na execução e no cumprimento das metas, como a abertura de 10 mil vagas até o fim do ano.

Críticas do setor cultural: O novo formato de formação de profissionais através do CULTSP PRO pode gerar críticas de setores mais tradicionais da cultura, que eventualmente questionem a qualidade e a relevância dos cursos.

Sugestões de ações de comunicação

Ampliação da presença na mídia: Realizar entrevistas com a secretária Marília Marton e a coordenadora Raquel Verdenacci (e outros porta-vozes do programa) em rádios e emissoras de TV de todo o estado, com foco em programas de grande audiência e veículos especializados em cultura.

Produção de conteúdo multimídia: Criar vídeos, podcasts e outros materiais audiovisuais para divulgar o programa nas redes sociais e em plataformas de streaming.

Campanhas publicitárias criativas: Desenvolver campanhas publicitárias que destaquem os benefícios do programa e o impacto positivo na vida dos participantes.

Data: 10/10/ 2025

Assunto do dia: Lançamento do CULTSP PRO

Número total de notícias: 03

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Estado inclui as cidades de Campinas e Hortolândia no programa 'CultSP PRO/ Correio Popular/ Impresso/ Região de Campinas/ Positivo/ Provocada

2- Sorocaba e Itu terão cursos de formação e qualificação para os setores culturais e criativo/ Cruzeiro do Sul/ Impresso/ Região de Sorocaba/ Positivo/ Provocada

3 - SP lança programa de qualificação: Mais de 4 mil vagas para o setor cultural/ Band - São Paulo (Programa Bora Brasil)/ TV/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A repercussão do lançamento do CULTSP PRO, embora ainda limitada, demonstra um interesse crescente da mídia e do público. A cobertura do programa "Bora Brasil" (audiência de cerca de 345 mil pessoas em São Paulo, segundo a Kantar Ibope Media) e do jornal "Correio Popular" são indicativos positivos, alcançando um público significativo. No entanto, a necessidade de uma comunicação contínua e eficaz permanece crucial para garantir o sucesso do programa e consolidar sua imagem como referência na qualificação cultural.

A necessidade de comunicação contínua e eficaz indica o potencial de crescimento do programa, com a possibilidade de alcançar um público ainda maior.

Riscos à imagem

Baixa adesão: A possibilidade de baixa adesão e não preenchimento das vagas do público-alvo pode gerar questionamentos sobre a relevância dos cursos e a eficácia da comunicação.

Crítérios de seleção e desconfiança: A falta de clareza nos critérios de seleção pode gerar desconfiança e prejudicar a imagem do programa, afastando potenciais interessados.

Comunicação ineficaz: A baixa quantidade de notícias publicadas revela a necessidade de aumentar a divulgação nos meios de comunicação, para que o programa seja conhecido por mais pessoas.

Sugestões de ações de comunicação

Material de divulgação impresso: Desenvolver folders, panfletos e cartazes informativos sobre o CULTSP PRO, com design atraente e linguagem clara, para distribuição em espaços públicos e instituições culturais.

Divulgação em mídias locais: Intensificar a divulgação do programa em rádios, jornais e emissoras de TV dos 21 municípios atendidos inicialmente, com entrevistas e reportagens sobre os cursos e seus benefícios.

Parcerias com espaços culturais: Estabelecer parcerias com espaços culturais, como teatros, museus e centros culturais, para divulgar o programa e realizar eventos e workshops.

Criação de conteúdo audiovisual: Produzir vídeos e podcasts com depoimentos de alunos, entrevistas com profissionais renomados e informações sobre os cursos, para divulgação nas redes sociais e plataformas de streaming.

Press kits e releases estratégicos: Elaborar press kits e releases informativos sobre a abertura de novas vagas, o andamento dos cursos e os resultados alcançados, para envio aos veículos de comunicação.

Eventos de networking: Promover eventos de networking entre alunos, profissionais do setor cultural e representantes de empresas, para estimular a troca de experiências e a criação de oportunidades.

Aproximação com profissionais: A sugestão de convidar profissionais de destaque da indústria criativa para interagir com os alunos do programa fortalece a credibilidade da iniciativa e gera mídia positiva.

Abordagem econômica: Preparar dados sobre o impacto do setor cultural na economia do estado, para serem usados em matérias nos jornais de economia, para que o programa seja divulgado em outras áreas. Essa iniciativa extrapola as editorias de Cultura.

Data: 11/10/2025

Assunto do dia: Lançamento do CULTSP PRO

Número total de notícias: 05

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Estado lança cursos de qualificação na região voltados ao setor cultural/ Diário do Grande ABC/ Impresso/ Região de São Paulo/ Positivo/ Provocada

2- Formação Cultural/ Diário do Rio Claro/ Impresso/ Região de Campinas/ Positivo/ Provocada

3 - Governo de SP lança programa de formação para setores culturais na RMVale A Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo, lançou nesta semana o CULTSP PRO (Escolas de Profissionais da Cultura)/ CBN Vale/ Portal web/ Região de São José dos Campos/ Positivo/ Espontânea

4 - SP abre 4 mil vagas em 65 cursos gratuitos na área da cultura/ Portal MSN/ Portal web/ Nacional/ Positiva/ Espontânea

5 - Governo lança o CULTSP PRO, programa de qualificação para cultura/ Educadora AM (1020 AM -Limeira)/ Rádio/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A repercussão positiva do CULTSP PRO após dois dias de lançamento indica um interesse contínuo da imprensa e do público. O momento favorável deve ser aproveitado para intensificar a comunicação e garantir que o programa alcance um público ainda maior, buscando presença em todas as plataformas de comunicação, na imprensa e nas mídias sociais.

Riscos à imagem

Alta demanda e frustração: A alta demanda pelos cursos pode gerar frustração para aqueles que não conseguirem se inscrever, prejudicando a imagem do programa.

Desinteresse localizado: O desinteresse do público-alvo em relação aos cursos oferecidos em determinadas cidades pode comprometer a adesão e a eficácia do programa. ↗

Falta de transparência: A falta de clareza nos critérios de seleção e na comunicação sobre a disponibilidade de vagas pode gerar desconfiança e críticas.

Comunicação ineficaz: A falta de uma comunicação eficiente e personalizada pode limitar o alcance do programa e dificultar o engajamento do público.

Sugestões de ações de comunicação

Visitas guiadas para jornalistas: Convidar repórteres de veículos de todas as regiões do estado para visitar o Edifício Oswald de Andrade e outras sedes do programa, oferecendo uma experiência imersiva e materiais informativos completos.

Cobertura das Masterclasses: Convidar jornalistas e influenciadores digitais para cobrir as masterclasses, com entrevistas exclusivas e conteúdo multimídia.

Divulgação do GIRO PRO: Preparar releases e sugestões de pauta para cada edição do GIRO PRO, destacando os benefícios do programa para as comunidades locais. Esse material deve ser preparado com caráter regional para ter mais aderência junto à imprensa dos municípios onde o evento será realizado.

Canal de comunicação direto: Criar um canal de comunicação direto para o programa, como um chat online, um número de telefone ou um e-mail, para responder a dúvidas e receber sugestões.

Conteúdo personalizado: Produzir conteúdo personalizado para cada cidade e região atendida pelo programa, destacando os cursos e as oportunidades relevantes para o público local.

Parcerias com influenciadores digitais: Convidar influenciadores digitais do setor cultural para conhecer o programa e produzir conteúdo para suas redes sociais, gerando engajamento e alcance.

Data: 12/10/ 2025

Assunto do dia: Abertura de vagas para os cursos de formação

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Curso de formação tem 4 mil vagas para o setor cultural em SP/ Band São Paulo (Jornal da Band)/ TV/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A expressiva audiência alcançada pelo Jornal da Band, com mais de 440 mil telespectadores, demonstra o potencial da televisão para ampliar o conhecimento do CULTSP PRO, especialmente entre o público-alvo. A veiculação em programas de TV de grande alcance é uma estratégia eficaz para divulgar a iniciativa e gerar interesse. Além disso, se o programa televisivo tiver credibilidade, aumenta a confiança do público no programa e fortalece sua imagem.

Riscos à imagem

Escassez de professores: A expansão do CULTSP PRO para diversas regiões do estado pode revelar a falta de professores qualificados para atender à demanda, gerando críticas e insatisfação.

Desigualdade regional: A falta de professores em algumas regiões pode gerar desigualdade no acesso ao programa, prejudicando sua imagem e credibilidade.

Críticas à gestão: A falta de planejamento e coordenação na contratação de professores pode gerar críticas à gestão do programa, prejudicando sua imagem.

Falta de resposta às críticas: A falta de preparo da equipe de comunicação para responder às críticas sobre a falta de professores pode agravar a situação e prejudicar a imagem do programa.

Sugestões de ações de comunicação

Entrevistas em canais locais: Reforçar a estratégia de divulgação do CULTSP PRO com entrevistas dos porta-vozes do programa em rádios, jornais e emissoras de TV das 21 cidades atendidas inicialmente. ↗

Conteúdo para redes sociais: Criar conteúdo específico para as redes sociais do governador e do Governo do Estado, destacando os benefícios do CULTSP PRO e convidando o público a participar.

Cobertura em programas de TV: Buscar oportunidades de cobertura do CULTSP PRO em outros programas de TV de grande audiência, com entrevistas, reportagens e depoimentos de alunos. ↘

Eventos e workshops: Promover eventos e workshops abertos ao público para apresentar o CultSP PRO, interagir com a comunidade e gerar mídia espontânea.

Preparação para críticas: Preparar a equipe de comunicação para responder a eventuais críticas sobre a falta de professores, com informações claras e precisas sobre o processo de contratação e qualificação.

Site do programa: Atualizar o site do CULTSP PRO com informações completas e atualizadas sobre os cursos, inscrições, agenda de eventos e notícias relacionadas.

Redes sociais: Utilizar as redes sociais para divulgar o programa, interagir com o público, compartilhar conteúdo relevante e responder a dúvidas e comentários.

Criação de aplicativo: Desenvolver um aplicativo móvel com informações sobre o programa, agenda de eventos, materiais de estudo e ferramentas de networking.

Newsletter: Enviar newsletters periódicas para manter os interessados informados sobre as novidades do programa.

Data: 13/10/ 2025

Assunto do dia: Oferta dos cursos de formação profissional

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Programa oferece cursos gratuitos de qualificação de profissionais da cultura em Garça e Tupã/ G1 Regional Bauru e Marília/ Portal web/ Região de Bauru/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A divulgação do CULTSP PRO nos municípios de Garça e Tupã, através do G1, um dos principais portais de notícias do estado, é um ponto positivo importante. A cobertura em veículos de grande alcance é essencial para garantir que a população esteja ciente do programa e de suas oportunidades. Além disso, a divulgação em um portal de notícias de credibilidade, como o G1, aumenta a confiança do público no programa e fortalece sua imagem. No caso de um portal regional, permite que o CULTSP PRO se aproxime da população de cada município, adaptando sua comunicação às necessidades e interesses específicos de cada comunidade.

Riscos à imagem

Desconhecimento do programa: O desconhecimento do CULTSP PRO em diversos municípios pode gerar desinteresse e baixa adesão ao programa, prejudicando sua imagem e eficácia.

Comunicação ineficaz: A falta de uma comunicação eficiente e personalizada para cada município pode limitar o alcance do programa e dificultar o engajamento da população local.

Desigualdade regional: A falta de divulgação adequada em alguns municípios pode gerar desigualdade no acesso ao programa, prejudicando sua imagem e credibilidade.

Sugestões de ações de comunicação

Visitas guiadas ao Edifício Oswald de Andrade: Promover visitas guiadas para jornalistas do setor de cultura ao Edifício Oswald de Andrade, sede do programa e polo de convivência e convergência cultural, destacando sua modernização e relevância como polo cultural.

Cobertura em emissoras de TV: Buscar oportunidades de cobertura sobre o processo de modernização do Edifício Oswald de Andrade em emissoras de TV, com reportagens e entrevistas sobre sua história, arquitetura e atividades culturais.

Conteúdo para redes sociais: Produzir conteúdo para as redes sociais sobre o Edifício Oswald de Andrade, com fotos, vídeos e textos informativos sobre sua programação e atividades.

Visitas de alunos de escolas públicas: Promover visitas de alunos de escolas públicas estaduais às sedes do CULTSP PRO, com atividades interativas e informativas sobre o programa e suas oportunidades.

Visitas de professores e alunos às escolas: Organizar visitas de professores e alunos do CULTSP PRO às escolas estaduais, com apresentações, workshops e atividades culturais para os alunos, especialmente aos de ensino médio, cuja faixa etária é a mesma do público-alvo do programa.

Divulgação em mídias locais: Intensificar a divulgação do CULTSP PRO em rádios, jornais e emissoras de TV de cada município atendido, com entrevistas, reportagens e anúncios sobre o programa.

Conteúdo personalizado: Produzir conteúdo personalizado para cada município, destacando os cursos e as oportunidades relevantes para a população local.

Data: 14/10/ 2025

Assunto do dia: Abertura de vagas nos cursos do CULTSP PRO

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1 - Entrevista com o Presidente da Fundação Cultural Cassiano Ricardo, Tom Freitas Parte 2/  
São José dos Campos (Programa Primeira Edição)/ Rádio/ Região de São José dos Campos/  
Positivo/ Espontânea

2- Cult SP está com mais de 120 vagas abertas para cursos gratuitos em Campinas e  
Hortolândia/ Rádio Brasil - Campinas/ Rádio/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea  
Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A divulgação do início dos cursos do CULTSP PRO em rádios como CBN e Rádio Brasil demonstra o interesse da mídia local e a relevância do programa para as comunidades. Foi importante o registro à iniciativa feito, em entrevista, pelo presidente da Fundação Cultural Cassiano Ricardo, Tom Freitas, ao falar sobre Festivale, ampliando o alcance do programa e fortalecendo sua imagem.

A divulgação em rádios locais, como CBN e Rádio Brasil, garante a exposição do CULTSP PRO a um público local relevante, aumentando o interesse e a adesão ao programa.

Riscos à imagem

“Apagamento” do nome do programa: A falta de destaque para o nome do CULTSP PRO nas divulgações dos parceiros locais pode prejudicar o reconhecimento do programa e diluir sua imagem.

Desconhecimento do programa: O desconhecimento do CULTSP PRO pela população local pode gerar desinteresse e baixa adesão ao programa, prejudicando sua eficácia.

Falta de informação: A falta de informação clara e acessível sobre o programa pode gerar desconfiança e insegurança na população local, afastando potenciais interessados.

Comunicação ineficaz: A falta de uma comunicação eficiente e personalizada para cada município pode limitar o alcance do programa e dificultar o engajamento da população local.

Sugestões de ações de comunicação

Material de apoio para parceiros: Produzir material de apoio para os parceiros locais do CULTSP PRO, com informações sobre o programa, logotipos, fotos, vídeos e textos padronizados para divulgação.

Reforço da marca CULTSP PRO: Reforçar a importância de destacar o nome do CULTSP PRO nas divulgações dos parceiros locais, para garantir o reconhecimento do programa.

Comunicação integrada: Incentivar os parceiros locais a integrar a divulgação do CULTSP PRO em suas estratégias de comunicação, utilizando seus canais de mídia e redes sociais.

Acompanhamento da divulgação: Monitorar a divulgação do CULTSP PRO pelos parceiros locais, para garantir a padronização e a qualidade da comunicação.

Mídias locais: Intensificar a divulgação do CULTSP PRO em rádios, jornais e emissoras de TV de cada município atendido, com entrevistas, reportagens e anúncios sobre o programa.

Conteúdo personalizado: Produzir conteúdo personalizado para cada município, destacando os cursos e as oportunidades relevantes para a população local.

Eventos e workshops: Promover eventos e workshops abertos ao público em cada município, para apresentar o CULTSP PRO, interagir com a comunidade e gerar mídia espontânea.

Data: 15/10/ 2025

Assunto do dia: Entrevista com a secretária Marília Marton sobre o CULTSP PRO

Número total de notícias: 11

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

- 1- Programa do Governo de SP abre chamamento para professores em diversas/ Cruzeiro do Sul - Sorocaba/ Impresso/ Região de Sorocaba/ Positivo/ Provocada
- 2- Programa oferece cursos gratuitos de qualificação de profissionais da cultura em Tupã/ Diário - Tupã/ Impresso/ Região de Marília/ Positivo/ Espontânea
- 3- Estado abre chamamento para professores/ Jornal de Jundiaí/ Impresso/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea
- 4- CULTSP PRO abre chamamento público para credenciamento de professores em todo o Estado em diversas áreas da cultura/ O Dia/ Impresso/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea
- 5- SP abre 1.145 vagas em cursos gratuitos na área da cultura/ Catraca Livre/ Portal web/ Nacional/ Positivo/ Espontânea
- 6- Governo de São Paulo lança o CULTSP PRO – Escolas de Profissionais da Cultura, o maior programa de formação e qualificação voltado aos setores culturais e criativos do país - entrevista com a secretária Marília Marton/ Cruzeiro do Sul - Sorocaba (Programa Jornal das Cinco)/ Rádio/ Região de Sorocaba/ Positivo/ Espontânea
- 7 - Entrevista com a secretária estadual de cultura e economia criativa de SP, Marília Marton/ Rádio ABC/ Rádio/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea
- 8 - Entrevista com a secretária Estadual de Cultura, Economia e Indústrias Criativas, Marília Marton/ Bandeirantes (1170 AM) - Campinas (Programa Manhã Bandeirantes)/ Rádio/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea
- 9 - Governo do estado abre vagas para cursos na área de educação cultural na região de Campinas/ Rádio Brasil - Campinas/ Rádio/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea
- 10 - Entrevista com a Secretária Estadual de Cultura e Economia Criativa de SP, Marília Marton/ Rádio Feliz (Programa Bom Dia Feliz)/ Rádio/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea
- 11 - Entrevista com secretária da cultura de SP, Marília Marton/ Ilha FM (Pariquera-Açu)/ Rádio/ Região de Registro/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

Após o lançamento do CULTSP PRO, este foi o dia com mais registros de notícias sobre o programa. A presença da secretária Marília Marton em entrevistas nas emissoras de rádio é uma estratégia eficaz para divulgar a iniciativa e aumentar seu alcance. Além disso, sua presença em entrevistas nas emissoras de rádio e TV aumenta a visibilidade do CULTSP PRO e fortalece sua imagem. A divulgação do chamamento público para professores também é importante para garantir a qualidade dos cursos e o sucesso do programa.

#### Riscos à imagem

**Extensão e complexidade:** A descrição do programa é extensa e detalhada, Isso pode dificultar a compreensão do público em geral, gerando desinteresse e confusão.

**Implantação nas regiões:** A descentralização do programa em 21 municípios exige um monitoramento rigoroso para garantir que a informação de qualidade chegue ao público-alvo.

**Não Preenchimento de vagas para professores:** O não preenchimento das vagas para professores pode comprometer a qualidade dos cursos e prejudicar a imagem do programa.

#### Sugestões de ações de comunicação

**Simplificação da linguagem:** Simplificar a linguagem do programa, destacando seus benefícios práticos e utilizando exemplos e histórias de sucesso.

**Ênfase nas oportunidades de carreira:** Destacar as oportunidades de emprego e renda geradas pelo CULTSP PRO, utilizando exemplos concretos e dados sobre o mercado de trabalho na indústria criativa.

**Reforço da divulgação do chamamento público:** Reforçar a divulgação do chamamento público para professores em sites de busca de emprego, plataformas de cultura e redes sociais.



Data: 16/10/ 2025

Assunto do dia: Lançamento do CULTSP PRO

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- São José precisa de profissionais técnicos na cultura, diz Tom Freitas, presidente da FCCR/  
Portal Rio SP Mais/ Portal web/ Região de São José dos Campos/ Positiva/ Espontânea

2 - São José precisa de profissionais técnicos na cultura, diz Tom Freitas, presidente da  
FCCR/ Portal Rio SP Mais/ Portal web/ Região de São José dos Campos/ Neutra/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A entrevista do presidente da Fundação Cultural Cassiano Ricardo (FCCR) no podcast talkmais, ao divulgar o CULTSP SP, gerou repercussão e evidencia o potencial do programa em alcançar o público jovem. No entanto, a comunicação da secretaria precisa ser proativa e estratégica para consolidar a imagem positiva do programa e da instituição, além de mitigar possíveis riscos.

Riscos à imagem

Comunicação pouco diversificada: A Secretaria pode explorar outros canais e formatos de comunicação para alcançar diferentes públicos e ampliar o alcance de suas mensagens.

Pouca interação com o público: A Secretaria pode intensificar a interação com o público nas mídias sociais e em outros canais, para gerar engajamento e fortalecer o relacionamento.

Comunicação pouco personalizada: A secretaria pode personalizar suas mensagens para diferentes públicos, de diversas regiões, levando em conta seus interesses e necessidades.

Violência nas dependências do CULTSP PRO: Casos de violência entre alunos podem gerar repercussão negativa e prejudicar a imagem do programa e da Secretaria.

Sugestões de ações de comunicação

Plano de comunicação de crise: Desenvolver um plano de comunicação para lidar com eventos inesperados, como casos de violência ou polêmicas.

Diversificação de canais e formatos: Explorar diferentes canais e formatos de comunicação, como vídeos, podcasts, lives e eventos online, para alcançar diferentes públicos.

Interação com o público: Intensificar a interação com o público nas mídias sociais e em outros canais, respondendo a comentários e mensagens e promovendo debates e discussões.

Personalização da comunicação: Personalizar as mensagens para diferentes públicos e regiões, levando em conta seus interesses e necessidades.

Parcerias com influenciadores: Estabelecer parcerias com influenciadores digitais para divulgar os programas e atividades da secretaria para um público mais amplo.

Produção de conteúdo relevante: Produzir conteúdo relevante e interessante sobre os programas e atividades da Secretaria, como vídeos, podcasts, artigos e infográficos.

Eventos e atividades: Promover eventos e atividades que envolvam o público e gerem engajamento, como workshops, palestras, exposições e festivais.

Ações de comunicação interna: Realizar ações de comunicação interna para engajar os funcionários e colaboradores da Secretaria, como newsletters, eventos e treinamentos.

Conteúdo para redes sociais: Criar conteúdo para as redes sociais sobre o CultSP PRO, com linguagem clara e acessível, destacando os benefícios do programa e convidando o público a participar.

Data: 17/10/ 2025

Assunto do dia: Abertura de vagas em Garça e Tupã

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

I- Programa oferece cursos gratuitos de qualificação de profissionais da cultura em Garça e Tupã/ TV TEM (Programa Bom Dia Cidade)/ TV/ Região de Bauru/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A veiculação de matéria no programa Bom Dia Cidade, da TV Tem, é um ponto positivo significativo, dada a ampla abrangência da televisão. Essa exposição oferece uma oportunidade valiosa para a Secretaria de Cultura de São Paulo alcançar um público diversificado e consolidar sua imagem positiva.

Riscos à imagem

"Ciúme" entre municípios: A seleção de municípios para a abertura de cursos específicos pode gerar ressentimento em outras localidades, resultando em críticas e questionamentos sobre a equidade na distribuição de recursos.

Sugestões de ações de comunicação

Comunicação personalizada: Adaptar a comunicação para cada município, destacando os benefícios dos cursos oferecidos e o impacto positivo na comunidade local.

Embaixadores do programa: Formar um grupo de embaixadores influentes no setor cultural para divulgar o programa e seus resultados, destacando a importância da formação profissional para o desenvolvimento da cultura local.

Conteúdo relevante e inspirador: Produzir conteúdo relevante e inspirador sobre as histórias de sucesso dos alunos e ex-alunos do CULTSP PRO, mostrando o impacto positivo do programa na vida das pessoas e na cultura local.

Parcerias com a mídia local: Estabelecer parcerias com a mídia local para divulgar os programas e atividades da secretaria, destacando os benefícios para a comunidade local.

Data: 18/10/ 2025

Assunto do dia: Credenciamento de professores

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- CULTSP PRO abre chamamento público para credenciamento de professores em diversas áreas da cultura/ O Regional - São Pedro/ Impresso/ Região de Campinas/ Provocada

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A publicação da matéria no jornal O Regional sobre o chamamento público de professores para o CULTSP PRO representa uma oportunidade positiva de divulgação da iniciativa. A cobertura jornalística contribui para o alcance da mensagem e para a transparência do processo de seleção.

Riscos à imagem

Baixa procura: A baixa procura de profissionais para se credenciarem na seleção pode gerar a percepção de falta de interesse no programa.

Vagas não preenchidas: O não preenchimento das vagas pode gerar dúvidas sobre a qualidade do programa e a capacidade da secretaria de atrair profissionais qualificados.

Críticas sobre o processo de seleção: Críticas sobre o processo de seleção, como falta de clareza nos critérios ou dificuldades de inscrição, podem prejudicar a imagem do programa.

Sugestões de ações de comunicação

FAQ completo e acessível: Criar um FAQ completo e acessível no site do programa, com respostas para as perguntas mais frequentes sobre o processo de credenciamento.

Canal de comunicação direto: Criar um canal de comunicação direto com os profissionais da cultura e potenciais professores para receber feedbacks e esclarecer dúvidas.

Webinars informativos: Realizar webinars informativos para esclarecer dúvidas e apresentar os benefícios de participar do credenciamento de professores.

Data: 19/10/ 2025

Sem notícias.

Data: 20/10/ 2025

Sem notícias.

*Handwritten mark*

*Handwritten signature*

Data: 21/10/ 2025

Assunto do dia: Abertura de vagas

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Rio Preto recebe cursos do CULTSP PRO, Escolas de Profissionais da Cultura/ CBN (90.9 FM) - São José do Rio Preto/ Rádio/ Região de São José do Rio Preto/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A divulgação da abertura dos cursos do CULTSP PRO em São José do Rio Preto pela Rádio CBN é um ponto positivo, pois a emissora tem credibilidade e alcance na região. A matéria destaca os aspectos positivos da iniciativa, o que contribui para a construção de uma imagem favorável do programa.

Riscos à imagem

Alta procura e vagas limitadas: A alta procura pelos cursos, diante da disponibilidade limitada de vagas, pode gerar a percepção de que o programa tem dificuldade de acesso.

Imagem de baixa capacidade de atendimento: A limitação de vagas pode transmitir a imagem de que o programa não tem capacidade de atender à demanda.

Percepção de exclusão: A alta procura e as vagas limitadas podem gerar a percepção de que o programa exclui potenciais interessados.

Sugestões de ações de comunicação

Cobertura do início das aulas: Preparar a equipe de comunicação para cobrir o início das aulas em algumas sedes do CULTSP PRO, produzindo conteúdo para mídias sociais, reportagens de rádio e releases para a imprensa.

Inscrições contínuas: Informar que os interessados podem continuar se inscrevendo mesmo após o fechamento de uma turma.

Pauta com a São Paulo Companhia de Dança: Criar uma pauta exclusiva para emissoras de TV sobre os encontros entre bailarinos e técnicos da São Paulo Companhia de Dança e os alunos do CULTSP PRO, destacando a troca de experiências e as histórias inspiradoras.

Divulgação da transição de carreiras: Preparar pautas para jornalistas sobre a possibilidade de transição de carreiras "tradicionais" para a indústria criativa, utilizando o exemplo do eletricitista que se torna técnico de iluminação, a maquiadora que pode ser maquiadora cênica.

Entrevistas com a secretária: Continuar a promover entrevistas da secretária Marília Marton em rádios e outros veículos de comunicação, destacando os benefícios do CULTSP PRO e convidando o público a participar.

Data: 22/10/ 2025

Sem notícias.

Data: 23/10/ 2025

Assunto do dia: Realização do GIRO PRO em Santa Bárbara

Número total de notícias: 03

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1 - Santa Bárbara d'Oeste Lança Curso de Artesanato do Programa CULTSP PRO/ Portal de Americana/ Portal web/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea

2- Entrevista com Marília Marton, secretária de cultura do estado de SP/ Rádio Ilhabela/ Rádio/ Região de São José dos Campos/ Positivo/ Espontânea

3 - CULTSP PRO: Santa Bárbara d'Oeste recebe projeto cultural/ Band - São Paulo/ TV/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A chegada do GIRO PRO, parte do CULTSP PRO, em Santa Bárbara d'Oeste, com cobertura na imprensa e na televisão, é um ponto positivo para a divulgação da iniciativa. Além disso, a entrevista da secretária Marília Marton à Rádio Ilhabela amplia o alcance do programa para a população local e adjacente.

Riscos à imagem

Críticas durante o GIRO PRO: As conversas com a sociedade civil e representantes da indústria criativa podem gerar críticas ao programa e/ou aos seus parceiros.

Limitação de vagas: A disponibilização de 25 vagas em Santa Bárbara d'Oeste pode gerar críticas sobre a limitação do número de vagas.

Sugestões de ações de comunicação

Preparação para críticas: Os gestores do CULTSP PRO devem estar preparados para responder a possíveis críticas durante as edições do GIRO PRO nos municípios. ↗

Comunicação regionalizada: Criar materiais de divulgação que atendam às necessidades de cada região atendida pelo programa.

Parceria com secretarias municipais: Incentivar as secretarias municipais de Cultura parceiras a divulgarem a iniciativa em suas plataformas de comunicação e junto a seus parceiros. ↘

Transparência sobre vagas: Comunicar claramente a disponibilidade limitada de vagas e os critérios de seleção, destacando a expansão do programa em futuras turmas.

Diálogo aberto: Manter um diálogo aberto com a sociedade civil e representantes da indústria criativa, ouvindo suas críticas e sugestões.

Galerias de fotos: As fotos das edições do GIRO PRO nos municípios e das aulas dos cursos oferecidos rendem um excelente material para galeria de fotos do programa, inclusive para utilização nas mídias sociais.

Artigos: Os porta-vozes do CULTSP PRO, especialmente a secretária Marília Marton, Artigos para o site e para a imprensa (sugestão para as páginas de Opinião) sobre o potencial impacto do programa nas comunidades atendidas.

Data: 24/10/ 2025

Assunto do dia: Início do CULTSP PRO na Baixada Santista

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Santos e Cubatão têm 40 vagas em dois cursos/ A Tribuna - Santos/ Impresso/ Região de Santos/ Positivo/ Espontânea

2- Cultura: SB recebe ação de incentivo à profissionais/ O Liberal/ Impresso/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A divulgação do início das atividades do CULTSP PRO na Baixada Santista e em Santa Bárbara d'Oeste em jornais locais é um ponto positivo, pois demonstra o alcance regional do programa e o interesse da mídia local na iniciativa.

Riscos à imagem

Questionamentos sobre vagas limitadas: A oferta de apenas 25 vagas em algumas localidades pode gerar críticas sobre a capacidade de atendimento do programa.

Críticas sobre a seleção de municípios: A escolha de 21 municípios para o início do CULTSP PRO pode gerar ressentimento em outras localidades.

Sugestões de ações de comunicação

Feiras de exposição de produtos: Promover feiras para a exposição dos produtos dos alunos dos cursos de artesanato, com o fim dos cursos em alguns municípios, gerando interesse da imprensa e destacando a importância da indústria criativa.

Canais de comunicação com alunos: Criar canais de comunicação com os alunos para coletar depoimentos sobre os cursos e produzir conteúdo para as mídias sociais.

Comunicação regionalizada: Produzir material de divulgação específico para cada região atendida, dando ênfase às características e necessidades locais.

Data: 25/10/2025

Assunto do dia: Abertura de vagas para cursos do CULTSP PRO

Número total de notícias: 04

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1 - Formação e qualificação/ Empresas & Negócios/ Impresso/ Região de São Paulo/ Positivo/ Provocada

2 - CULTSP PRO abre mais mil vagas em cursos gratuitos de qualificação em cultura/ Folha Metropolitana/ Impresso/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

3 -CULTSP PRO/ Gazeta de São Paulo/ Impresso/ Região de São Paulo/ Positivo/ Provocada

4 - SP abre 1.145 vagas em cursos gratuitos na área da cultura/ Catraca Livre/ Portal web/ Nacional/ Positivo/ Provocada

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A repercussão positiva na imprensa sobre a abertura de vagas para os cursos de formação do CULTSP PRO é um ponto positivo, pois amplia o alcance do programa e atrai um público maior. Todas as notícias registradas nesta data tratam sobre os novos cursos de formação. O lançamento do programa continua repercutindo positivamente na imprensa.

Riscos à imagem

Falta de informações detalhadas: A falta de informações detalhadas sobre os cursos, professores e benefícios do programa pode gerar dúvidas e desinteresse.

Sugestões de ações de comunicação

Site completo e informativo: Criar um site oficial do CULTSP PRO com informações detalhadas sobre os cursos, conteúdos, locais de oferta e número de vagas.

Mini campeonato de games: Promover um mini campeonato de games na sede do programa em São Paulo, gerando pautas positivas para a imprensa especializada.

Roda de conversa com gamers famosos: Promover uma roda de conversa entre alunos e jogadores famosos, como João Felps Vasconcellos (<https://www.youtube.com/felps>), Erick Dalfert (@916gon) e Nino Pavoline (@ninextt), gerando notícias em veículos especializados. ↗

Data: 26/10/ 2025

Assunto do dia: Vagas para os cursos de formação

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Programa abre mais vagas para cursos gratuitos de qualificação voltados ao fazedores da cultura/ Cruzeiro do Sul - Sorocaba/ Impresso/ Região de Sorocaba/ Positivo/ Provocada

2 - Inscrições CULTSP PRO/ Diário do Rio Claro/ Impresso/ Região de Campinas/ Positivo/ Provocada

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A cobertura nos jornais Cruzeiro do Sul e Diário do Rio Claro demonstra o interesse contínuo da mídia no CULTSP PRO, mesmo após o lançamento do programa. A persistência do assunto na pauta dos veículos de comunicação, após cerca de 20 dias do lançamento, indica o potencial de maior exploração da iniciativa.

Riscos à imagem

Questionamentos sobre a efetividade dos cursos: Críticas sobre a qualidade e o impacto dos cursos podem prejudicar a imagem do programa.

Sugestões de ações de comunicação

Destacar a demanda por profissionais: Os porta-vozes do SECULTSP PRO devem enfatizar a demanda por profissionais na indústria criativa, destacando as oportunidades de emprego e renda geradas pelo programa.

Releases sobre a indústria criativa: A equipe de comunicação deve preparar releases sobre as demandas da indústria criativa e as ações do governo para atendê-las.

Depoimentos de alunos e profissionais: Coletar depoimentos de alunos e profissionais da indústria criativa sobre o impacto positivo do programa.

Dados sobre o impacto do programa: Divulgar dados sobre o impacto do programa na geração de emprego e renda na indústria criativa.

Data: 27/10/ 2025

Sem notícias.

Data: 28/10/ 2025

Assunto do dia: Os novos cursos de formação

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Registro recebe o GIRO PRO, ação do programa CULTSP PRO do Governo de São Paulo/  
Portal da Cidade/ Portal web/ Região de Registro/ Positivo/ Provocada

2 - Abertas as inscrições para cursos de formação/ TV Record - São Paulo/ TV/ Região de São  
José do Rio Preto/ Positivo/ espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A cobertura no Jornal da Record sobre a oferta de cursos em São José do Rio Preto e no Portal da Cidade sobre a chegada do GIRO PRO em Registro são pontos positivos, pois ampliam o alcance do programa e fortalecem o diálogo com a comunidade cultural. Reportagens televisivas, como a do Jornal da Record, podem ampliar o alcance do programa, atingindo um público maior. É importante a divulgação em veículos de comunicação locais.

Riscos à imagem

Insatisfação em debates: Eventos de debate com participação do público podem revelar insatisfação com as ações governamentais, gerando críticas.

Sugestões de ações de comunicação

reparação para críticas: A equipe de comunicação deve preparar os porta-vozes do programa para responder a eventuais críticas durante os debates.

Participação em programas de rádio e TV locais: Sugerir a participação dos porta-vozes do GIRO PRO em programas de rádio e TV locais para ampliar a visibilidade da iniciativa.

↑



Data: 29/10

Assunto do dia: Realização do GIRO PRO em Presidente Prudente

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Presidente Prudente recebe GIRO PRO, ação do programa CULTSP PRO do Governo de São Paulo/ Metrópole FM/ Portal web/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A matéria que anuncia a realização do GIRO PRO em Presidente Prudente é um ponto positivo para a divulgação da iniciativa na região. A cobertura jornalística contribui para tornar a ação conhecida pelo público local. É estratégico ampliar a visibilidade do CULTSP regionalmente, com foco nos 21 municípios que receberam o programa inicialmente.

Riscos à imagem

Baixa cobertura da mídia local: A reduzida presença de notícias sobre o GIRO PRO nos veículos de comunicação de Presidente Prudente pode gerar desconhecimento da ação e baixa participação nos eventos e cursos.

Sugestões de ações de comunicação

Ação proativa com a mídia local: A equipe de comunicação deve realizar uma ação efetiva junto aos canais de comunicação locais, enviando releases, sugestões de pautas e organizando entrevistas com os porta-vozes do programa.

Data: 30/10/ 2025

Assunto do dia: Masterclass em Santa Bárbara

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Santa Bárbara recebe Masterclass para artesãos e interessados na produção cultura/ SB 24 Horas - Santa Bárbara/ Portal web/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea

2 - CULTSP PRO abre concurso de grafite para o Edifício Oswald de Andrade/ Gazeta da Semana/ Portal web/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

As notícias sobre a masterclass em Santa Bárbara e o concurso de grafite no Edifício Oswald de Andrade são positivas, destacando iniciativas do CULTSP PRO e com potencial para ampla divulgação.

Riscos à imagem

Baixa participação na masterclass: A ausência de público no evento em Santa Bárbara pode gerar a percepção de desinteresse na iniciativa.

Críticas ao grafite: Críticas de setores conservadores da sociedade ao grafite no Edifício Oswald de Andrade podem gerar polêmica e prejudicar a imagem do programa.

Sugestões de ações de comunicação

Convites para masterclass: Enviar convites para representantes da indústria criativa local e jornalistas, gerando interesse no evento. É uma forma de provocar “burburinho” na cidade sobre o evento.

Repercussão: Divulgar frases e posicionamentos relevantes proferidos na masterclass em releases e vídeos para as redes sociais.

Valorização do grafite: Produzir conteúdo para as mídias sociais sobre o grafite e seus aspectos culturais, destacando a importância da arte urbana.

Data: 31/10/ 2025

Assunto do dia: Abertura de vagas nos cursos do CULTSP PRO

Número total de notícias: 04

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- SBO recebe Masterclass para artesãos/ Novo Momento/ Portal web/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea

2 - Garça oferece vagas gratuitas em curso de Teatro Musical pelo CULTSP PRO/ Garça em Foco/ Portal web/ Região de Marília/ Positivo/ Espontânea

3 - CULTSP PRO abre 1.145 vagas em cursos gratuitos para o setor cultural/ Diário de Ribeirão Pires/ Portal web/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

4 - Águas de São Pedro recebe o maior congresso para pequenos municípios nesta semana/ CBN Campinas/ Rádio/ Região de Campinas/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

As notícias do dia destacam a abertura de vagas nos cursos do CULTSP PRO em Garça e Ribeirão Pires, além da masterclass em Santa Bárbara e a cobertura da Rádio CBN Campinas sobre o congresso AMPESP Fomenta. A divulgação contínua do programa em diversos canais de comunicação contribui para aumentar sua visibilidade e consolidar sua marca. A cobertura em emissoras de rádio, por exemplo, amplia o alcance do programa, atingindo um público maior. A divulgação contínua do programa na mídia contribui para aumentar sua visibilidade e consolidar sua marca.

Riscos à imagem

Baixa procura pelos cursos: A baixa procura pelos cursos oferecidos nos municípios pode gerar a percepção de desinteresse no programa.

Críticas sobre a oferta de vagas: A alta demanda por vagas pode gerar críticas sobre a limitação do número de vagas e a escolha dos cursos oferecidos em cada localidade.

Sugestões de ações de comunicação

Fortalecer a divulgação com parceiros: Reforçar a parceria com os municípios para divulgar as iniciativas do CULTSP PRO nos canais de comunicação locais e na imprensa.

Destacar o diálogo com a economia criativa: Enfatizar que o programa, por meio do GIRO SP, busca dialogar com os diversos setores da economia criativa para atender às demandas dos municípios.

Comunicação transparente sobre vagas e cursos: Divulgar claramente os critérios de seleção e a oferta de vagas e cursos em cada localidade, explicando a lógica por trás das escolhas.

Data: 01/11/ 2025

Assunto do dia: Concurso de grafite

Número total de notícias: 02

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- CULTSP PRO abre concurso de grafite para o Edifício Oswald de Andrade/ Publish News/  
Portal web/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

2- Concurso de Grafite/ Gazeta de São Paulo/ Impresso/ Região de São Paulo/ Positivo/  
Provocada

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

O concurso de grafite no Edifício Oswald de Andrade tem gerado grande interesse do público e da mídia, demonstrando o potencial da iniciativa em gerar pautas positivas e conteúdo visual atraente para diversos canais de comunicação, desde os releases e sugestões de pauta até as mídias sociais.

Riscos à imagem

Críticas de setores conservadores: A natureza da arte urbana pode gerar críticas de setores mais conservadores da sociedade, que podem considerar o grafite como vandalismo.

Sugestões de ações de comunicação

Conteúdo sobre o grafite: Publicar postagens nas mídias sociais sobre o grafite e seus aspectos culturais, destacando a importância da arte urbana e a história do grafite.

Trabalho em andamento: Produzir vídeos e fotos de alta qualidade do grafite, mostrando o processo de criação e o resultado final.

Cobertura do vencedor: Preparar a equipe de comunicação para produzir material para a imprensa e para as mídias sociais sobre o vencedor do concurso, contando sua história e mostrando o passo a passo do trabalho no Edifício Oswald de Andrade.

Fazer burburinho: Organizar um evento de "inauguração" do grafite, convidando artistas de grafite, dançarinos de street dance e alunos do CULTSP PRO.

Diálogo com a comunidade: Promover debates e conversas sobre a arte urbana e sua importância, convidando artistas, especialistas e membros da comunidade.

Data: 02/11/ 2025

Sem notícias.

Data: 03/11/ 2025

Assunto do dia: Atividades do CULTSP PRO em novembro

Número total de notícias: 01

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- CULTSP PRO traz programação/ Primeira Página/ Impresso/ Região Central/ Neutro/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A capa da editoria de Cultura, do jornal Primeira Página, destaca a programação da sede do CULTSP PRO, na capital, em novembro. A matéria ocupa meia página, um espaço privilegiado nas edições impressas, dando visibilidade às ações do programa.

Riscos à imagem

Comunicação ineficaz: A baixa quantidade de notícias publicadas revela a necessidade de aumentar a divulgação nos meios de comunicação, para que o programa seja conhecido por mais pessoas.

Sugestões de ações de comunicação

Formação de Multiplicadores: Desenvolver um programa de formação de multiplicadores para o CULTSP PRO, capacitando profissionais locais para divulgar o programa e oferecer suporte aos participantes.

Ampliar a divulgação da programação: Produzir conteúdo multimídia (fotos, vídeos, podcasts) sobre a programação do CULTSP PRO para as mídias sociais e o site do programa.

Influência digital: Estabelecer parcerias com influenciadores digitais para divulgar a programação para um público mais amplo.

Fortalecer o relacionamento com a mídia: Enviar releases e sugestões de pautas para a imprensa sobre a programação do CULTSP PRO e, a partir delas, organizar entrevistas com  os porta-vozes do programa para falar sobre suas atividades e os resultados já alcançados.

Data: 04/11/ 2025

Assunto do dia:

Número total de notícias: 03

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1- Ribeirão Preto investe em cultura com programa CultSP Pro no Centro Cultural Palace/  
Web Rádio 016 - Ribeirão Preto/ Portal web/ Região Central/ Positivo/ Espontânea

2 - Ribeirão terá curso gratuito de gastronomia sustentável em novembro/ Jornal Mais  
Notícias - Ribeirão Pires/ Portal web/ Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

3 - Ribeirão Pires terá curso gratuito de gastronomia sustentável/ ABC em off/ Portal web/  
Região de São Paulo/ Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

A divulgação do CULTSP PRO em veículos de comunicação regionais evidenciam a expansão do programa para diferentes regiões do estado de São Paulo. Isso demonstra um esforço da Secretaria de Cultura em descentralizar o acesso à cultura e às oportunidades de formação. Também aponta para o potencial interesse das mídias locais sobre o assunto, revelando o interesse sobre o programa.

Riscos à imagem

Desinteresse local: Pode haver o risco de baixa procura pelos cursos oferecidos, resultando em turmas com poucos alunos ou até mesmo cancelamentos. Isso poderia gerar a percepção de que o programa não atende às necessidades da comunidade ou que não há demanda suficiente para os cursos oferecidos.

Questionamentos sobre a relevância dos cursos: A oferta de cursos de "gastronomia sustentável", embora positiva, pode gerar questionamentos sobre sua relevância para o setor cultural, especialmente se não houver uma conexão clara com a economia criativa local. É crucial demonstrar como esses cursos contribuem para o desenvolvimento cultural e profissional da região.

Sugestões de ações de comunicação

Regionalização do conteúdo: Reforçar a estratégia de produzir releases e sugestões de pauta regionalizados para ampliar o conhecimento da população sobre o CULTSP PRO.

Entrevistas: Continuar a propor entrevistas exclusivas dos porta-vozes do CULTSP PRO em emissoras locais de rádio e televisão.

Comunicação proativa: Fornecer informações detalhadas sobre os cursos em todos os canais de comunicação, incluindo site, mídias sociais e materiais impressos. Comunicar claramente a

disponibilidade de vagas e os critérios de seleção, além de informar sobre a possibilidade de expansão do programa.

**Diálogo com a Comunidade:** Estabelecer canais de comunicação abertos para receber feedbacks e sugestões dos participantes e da comunidade em geral.

**Parcerias Estratégicas:** Fortalecer parcerias com instituições locais, como universidades, escolas e associações, para ampliar o alcance do programa e garantir a qualidade dos cursos oferecidos.

**Influência digital:** Buscar o apoio de influenciadores digitais para divulgar o programa e engajar o público-alvo, especialmente com foco regional.

Data: 05/11/ 2025

Assunto do dia: Abertura de vagas para cursos

Número total de notícias: 03

Título/ Veículo/ Plataforma/ Localização/ Enfoque/ Origem

1 - Ubatuba recebe GIRO PRO, ação do programa CULTSP PRO do Governo de São Paulo/  
Tamoios News/ Portal web/ Região de São José dos Campos/ Positivo/ espontânea

2 - Ribeirão Pires terá curso gratuito de gastronomia sustentável/ ABC Repórter/ Impresso/  
Região de São Paulo/ Positivo/ Provocada

3 - Cursos gratuitos de qualificação cultural/ Band - São Paulo/ TV/ Região de São Paulo/  
Positivo/ Espontânea

Análise de pontos positivos e riscos à imagem

O CULTSP PRO tem demonstrado um notável esforço em expandir o acesso à cultura e à formação profissional em diversas regiões do estado de São Paulo. A cobertura da mídia, tanto local quanto regional, evidencia o interesse público e a relevância do programa para as comunidades. A diversificação da oferta de cursos, abrangendo áreas como gastronomia sustentável e arte urbana, amplia o alcance do programa e atrai um público diversificado

Riscos à imagem

Desinteresse local: Pode haver o risco de baixa procura pelos cursos oferecidos, resultando em turmas com poucos alunos ou até mesmo cancelamentos. Isso poderia gerar a percepção de que o programa não atende às necessidades da comunidade ou que não há demanda suficiente para os cursos oferecidos.

Questionamentos sobre a relevância dos cursos: A oferta de cursos de "gastronomia sustentável", embora positiva, pode gerar questionamentos sobre sua relevância para o setor cultural, especialmente se não houver uma conexão clara com a economia criativa local. É crucial demonstrar como esses cursos contribuem para o desenvolvimento cultural e profissional da região.

Expectativas não Atendidas e Frustração: A gratuidade dos cursos pode gerar alta demanda, mas se o número de vagas for limitado, pode haver frustração entre os interessados que não conseguirem se inscrever.

Sugestões de ações de comunicação

Filme documentário: Preparar a equipe de comunicação para, a partir da cobertura diária das ações do CULTSP PRO, produzir um documentário sobre a iniciativa, apresentando os

resultados e, principalmente, o impacto dos cursos e oportunidades na vida dos alunos. Esse é um material de produção de médio prazo, mas que terá

**Comunicação regional:** Reforçar a estratégia de divulgação do CULTSP PRO nas mídias regionais, com sugestões de pauta e entrevistas sobre o programa.

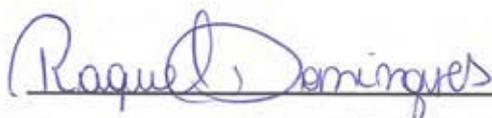
**Diálogo com a comunidade:** Estabelecer canais de comunicação abertos para receber feedbacks e sugestões dos participantes e da comunidade em geral.

**Monitoramento e avaliação contínuos:** Monitorar a cobertura da mídia e as redes sociais para identificar possíveis riscos à imagem do programa e agir de forma proativa para mitigar seus efeitos.

**Termo de encerramento**

Encerro a presente documentação, integrante do quesito Análise de Imagem, e confirmo que todas as informações foram desenvolvidas pela Partners Comunicação LTDA.

Belo Horizonte, 10 de abril de 2025.



**Raquel Domingues**

**CPF: 080.814.276-35**

**Representante legal – Partners Comunicação**



### 3.1.3. Experiência, Capacidade de Atendimento, Perfil e Habilidades dos Profissionais

Secretaria de  
Comunicação



**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO

## PRAZER, SOMOS A PARTNERS!

### Transformando comunicação em conexão

Na era das mudanças rápidas, a comunicação vai além de uma ferramenta: é atitude e valor. Conectamos pessoas, marcas e organizações com uma linguagem inovadora, criando novas e transformadoras realidades.

### Pioneirismo e inovação

Desde sua fundação, em 1994, a Partners Comunicação se destaca por oferecer serviços integrados de comunicação – em uma época em que isso era revolucionário. Ao longo dos anos, evoluímos e refinamos soluções completas, aumentando nossa expertise e nos **tornando especialistas em tudo o que tange a comunicação**, envolvendo planejamento estratégico, gestão de crise, assessoria de imprensa, análise de mídia, auditoria de imagem, comunicação digital (incluindo redes sociais, blogs e demais conteúdo para a web), web design (sites, landing pages e aplicativos), branding, pesquisas, media training, criação de marcas e identidades visuais, campanhas institucionais, produções audiovisuais, merchandising, eventos, promoções, marketing digital e publicidade. A Partners está sempre à frente, antecipando as necessidades e superando as expectativas dos clientes.

### Nosso DNA

Temos um estilo único e inovador, que combina expertises multifacetadas, soluções personalizadas e equipes multidisciplinares – capacitadas periodicamente. Estamos sempre atentos às necessidades e às tendências do mercado em que atuamos e no qual nossos clientes estão inseridos. Utilizamos abordagens integradas e soluções customizadas, desenvolvidas sob medida para cada um. Nossa atuação abrange setores como Governo (principalmente do Executivo Federal), Educação, Saneamento, Saúde, Energia, Turismo, Esportes, Terceiro Setor, Construção Civil, Tecnologia, Arte, Entretenimento, Aviação, Cultura, Finanças, Jurídico, Imobiliário e Arquitetura. Nossa experiência sólida e comprovada reflete o compromisso com a excelência, a criatividade e a inovação, atributos que definem o jeito da Partners de ser e de prover soluções assertivas direcionadas a cada uma das demandas dos nossos clientes.

### O que torna a Partners reconhecida

A construção de uma reputação respeitável não ocorre da noite para o dia. É fruto de atitude e de transformação contínuas. E, assim, nos destacamos pelo nosso comprometimento em oferecer um trabalho excepcional. Acreditamos que a comunicação vai muito além de transmitir mensagens: é sobre construir e manter relações significativas e impactantes, capazes de consolidar a imagem e a reputação de uma marca e trazer todos seus stakeholders para perto dela, gerando pertencimento, engajamento e impactando positivamente na vida e no trabalho de todos os envolvidos em seus projetos e ações. Para nós, é uma grande oportunidade fazer parte da história de grandes clientes, como ANS, Banco da Amazônia, BNDES, MEC, entre tantos outros, colocando toda a nossa expertise a serviço da construção de uma comunicação sólida, inovadora e assertiva entre marcas e projetos e seus públicos de interesse.

**SERVIÇOS:** a Partners está habilitada a oferecer soluções de Comunicação em todas as suas vertentes. Especialmente de corporativa

**Inteligência Artificial** – Na era multiconectada em que vivemos, a IA se tornou uma ferramenta essencial para potencializar estratégias de comunicação e marketing. Incorporamos Inteligência Artificial para amplificar estratégias, otimizando processos e criando conteúdo qualificado. Utilizamos IA para coletar, processar e analisar grandes volumes de dados, identificando padrões e tendências que nos ajudam a orientar nossas estratégias. Isso inclui o monitoramento de menções em redes sociais, análise de sentimentos e avaliação da reputação online de nossos clientes. A automação de processos por meio de IA permite que as tarefas sejam realizadas de forma mais eficiente, contribuindo para que o tempo da nossa equipe seja alocado em atividades estratégicas, com foco total em apresentar soluções relevantes para alcançar os objetivos estipulados pelo contratante. Com ela, monitoramos tendências, analisamos reputações, oferecendo insights valiosos e entregando resultados que vão além da expectativa do cliente.

A implementação de IA na Partners tem sido um diferencial para os clientes, como por exemplo, na produção de conteúdo para o Banco da Amazônia (BASA) e para o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), entre outros. Com a IA, conseguimos entregar soluções inovadoras que acompanham a evolução tecnológica e as necessidades dinâmicas do mercado, **sempre com transparência e clareza nas informações perante nossos clientes e seus públicos de interesse.**

**Auditoria de imagem** – Instrumento valioso para a construção da reputação e para a ampliação do market share, a auditoria de imagem contribui, dentre outras informações gerenciais, para avaliar a imagem projetada pelo cliente perante seus stakeholders, interna e externamente, permitindo que a equipe atue de forma rápida, precisa e direcionada nos gargalos de comunicação detectados. Exemplos de clientes para os quais esses serviços foram fornecidos são as Centrais Elétricas de Santa Catarina (Celesc) e o Tribunal de Contas da União (TCU).

**Consultoria e planejamento** – Em sintonia com o trabalho contínuo realizado, esses serviços permitem à Partners construir planejamentos estratégicos de comunicação e planos de ação para, em linha com as orientações corporativas, orientar a atuação do cliente em determinado contexto, propondo iniciativas, mensurando resultados, corrigindo rotas e justificando a alocação de recursos e de profissionais para fortalecer a imagem e a credibilidade da instituição ou órgão.

**Treinamento e desenvolvimento** – A Partners faz a preparação de porta-vozes para o atendimento à imprensa e apresenta ao cliente técnicas de entrevista por meio de: media training; expressão oral e corporal; workshops para a preparação de equipes, alinhamento de linguagem e unificação de discursos; assessoria de moda e estilo; e elaboração de questionários de perguntas e respostas (Q&A). Essas são algumas ações imprescindíveis para uma boa interlocução com a mídia.

**Comunicação digital estratégica** – Sabemos que a presença digital é mais do que um perfil nas redes sociais ou em um site. Engloba a gestão da reputação e da imagem nos diversos ambientes online. A Partners atua no planejamento e no desenvolvimento de sites, hotspots, landing pages, informativos online, newsletter, e-mail marketing e aplicativos, sempre em sinergia com os setores de assessoria de imprensa e publicidade, caso o cliente também tenha esses serviços. Desenvolve, ainda, a história e a memória digital do cliente por meio dos seguintes princípios:

**Conteúdo qualificado:** criação de textos, campanhas, projetos editoriais, manuais e diretrizes, vídeos, infográficos animados, gifs, podcasts e videocasts para diversas plataformas, além de planejamento e de gestão de mídia patrocinada.

**Relacionamento:** ativação de perfis sociais, definição de personas, SAC 4.0, social listening e mapeamento de influenciadores digitais (como blogueiros, youtubers, tiktokers e outras personalidades relevantes do meio de atuação dos nossos clientes).

**Diagnóstico, planejamento e resultado:** monitoramento de mídias digitais, análise de menções e canais proprietários, análise de reputação e conjuntura e avaliação quantitativa e qualitativa de presença nas plataformas de mídias sociais. O diagnóstico e o planejamento estratégico são etapas essenciais para estruturar a presença digital de uma marca ou órgão. O diagnóstico analisa o cenário atual por meio de entrevistas, benchmarking, mapeamento de públicos e avaliação de conteúdos, identificando forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Já o planejamento define objetivos, diretrizes editoriais, canais de atuação, indicadores de desempenho e estratégias de conteúdo. Além disso, a análise da saúde digital da marca avalia sua reputação online, influenciadores e percepção do público. Essas etapas garantem uma comunicação digital eficiente, alinhada a metas estratégicas e orientada por dados.

**Engajamento:** posicionamento de princípios e valores com os stakeholders no ambiente digital, para projeção da imagem do cliente para "além da sua bolha".

**Gestão de mídia patrocinada:** pilar essencial no mercado de comunicação atual, desempenha papel crucial na amplificação da visibilidade e do alcance das marcas perante seus públicos. Com a crescente competitividade e a constante evolução das plataformas digitais, investir em mídia patrocinada permite que as empresas segmentem públicos específicos com precisão, garantindo que suas mensagens alcancem as pessoas certas no momento certo. Por fim, a gestão eficiente de campanhas desse tipo possibilita uma análise aprofundada de métricas e resultados, permitindo ajustes estratégicos em tempo real para maximizar o retorno sobre o investimento (ROI). Em um cenário em que a atenção do consumidor é disputada a cada segundo, a mídia patrocinada oferece às marcas e às instituições vantagem competitiva indispensável para se destacarem e alcançarem seus objetivos de marketing e de comunicação.

**Atuação multidisciplinar:** equipe composta por profissionais de atendimento, planejamento, conteúdo e engajamento, criação, programação e monitoramento, com foco na reputação do cliente e na obtenção dos resultados desejados.

O nosso setor de Comunicação Digital é um dos que mais crescem dentro da Partners, recebendo investimentos contínuos, como treinamentos e qualificação da equipe, além da contratação de ferramentas de IA para suporte nos processos. Em nosso portfólio constam atendimentos de sucesso para clientes como: ANS, BASA, BNDES, Celesc, Companhia de Saneamento de Minas Gerais (Copasa), Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público da União (FUNPRESP), MEC, Ministério Público de Santa Catarina (MPSC), Sebrae Maranhão, Tribunal de Contas do Município de São Paulo (TCMSP), Secretaria do Desenvolvimento Econômico do Ceará (SDE-CE), dentre outros renomados clientes.

**Produção audiovisual completa** – Nossa equipe é multidisciplinar: oferecemos soluções em design, audiovisual, cobertura fotográfica e fotografia still, e estamos aptos à produção e roteirização para diversos formatos – incluindo 360° e broadcast –, captação de imagens tanto em estúdio quanto em locações externas, gravação de locuções, podcasts e videocasts, transmissões de eventos ao vivo e webinars, depoimentos, documentários, tutoriais, videocolagens, videorreportagens, videorreleases, criação de vinhetas e de infográficos animados, animações, revistas eletrônicas, entre outros. Nesse contexto, temos vasta experiência, com uma equipe completa e diversa alocada em vários estados brasileiros, e entregamos projetos de valor para clientes como Anatel, BASA, BNDES, Cemig, CONASEMS, Copasa, CREA-SP, FUNPRESP, Rede Minas de Televisão, Sebrae-CE, Sebrae-SP e TCM-SP.

**Relações públicas** – A Partners planeja e executa estratégias e ações para estreitar o relacionamento das empresas/órgãos com seus stakeholders: encontros, organização de workshops, cerimonial, seminários e eventos são algumas delas (exemplo de excelência é o trabalho que fizemos como responsáveis pelo cerimonial dos Ministérios da Fazenda e do Trabalho e Emprego). Também são feitas ações de relacionamento com jornalistas de veículos de comunicação e com os chamados “promotores de notícias”, ou seja, aqueles que influenciam as decisões de pauta da imprensa. São organizados, ainda, fampress, eventos, encontros personalizados e política de brindes, de acordo com a necessidade do cliente. Ações de relacionamento com a comunidade e com os públicos especiais são outras das nossas especialidades, e temos cases de sucesso na área, como o atendimento à Cemig, à Eletrobras/Furnas, à Usina Hidrelétrica de Aimorés e com os quilombolas, em Brumadinho (MG), e os indígenas Krenak, em Aimorés (MG).

**Comunicação interna** – Acreditamos que a comunicação de um órgão ou empresa deve ser feita de dentro para fora. Dessa forma, o público interno está sempre em nosso radar como um dos principais focos de comunicação estratégica, uma vez que ele é um dos mais fortes agentes engajadores e potenciais para se trabalhar a imagem e a reputação das marcas e instituições.

Com nossa expertise foi possível desenvolver ações contínuas de informação, mobilização e engajamento para clientes como: a Cemig, com aproximadamente 8 mil empregados e colaboradores em vários estados brasileiros e no Chile; a Copasa, com mais de 11 mil funcionários; o Hospital Lifecenter, em Belo Horizonte, com mais de mil empregados diretos e 1.200 indiretos; a Refinaria Gabriel Passos, da Petrobras, com 3 mil empregados diretos e 3 mil indiretos; e dentre outros.

**Gerenciamento de crise** – Especializada em reputação e imagem, a Partners tem vasta experiência na gestão de crises de grandes corporações. Trabalhamos na prevenção e na antecipação de cenários de riscos e no contingenciamento da propagação de informações danosas nos ambientes online e offline. Em nosso histórico, temos o gerenciamento de situações sensíveis para instituições como: Abrasel Nacional, Cemig, Copasa, Ministério da Economia, Ministério da Fazenda, TAM Linhas Aéreas, Usina Hidrelétrica de Aimorés, dentre outros.

**Assessoria de imprensa** – Sempre de forma estratégica, proativa e diferenciada, temos a assessoria de imprensa como uma marca forte da Partners. Somos experts em relacionamento com a imprensa (geral e setorializada, a nível nacional, regional e local) e mantemos nosso mailing sempre atualizado, mapeando jornalistas e outros formadores de opinião em todos os estados, cobrindo o Brasil, de ponta a ponta. Oferecemos serviços que integram conteúdos informativos e interativos em diferentes formatos, produzindo press kits, infográficos, audiorreleases e vídeorreleases, além de entrevistas coletivas, press trips, dentre muitos outros tipos de abordagem, de modo a oferecer comunicação eficiente a um público diverso e em constante mudança. Alguns clientes que integram nosso portfólio de serviços de assessoria de imprensa: ANS, Copasa, MEC, Ministério da Justiça e Segurança Pública, dentre outros.

**Análise de mídia e tendências** – Fazemos o monitoramento de publicações impressas, veiculações nas rádios e nos canais de TV abertos e pagos, além do ambiente digital – incluindo blogs e redes sociais. A Partners fornece, diariamente, clipping e monitoramento dos canais online dos principais veículos estratégicos de comunicação (locais, regionais, nacionais e/ou internacionais) para o cliente. Estão previstos também alertas para situações de crise e/ou viralização de temas de interesse. Alguns exemplos de clientes para os quais esse serviço foi prestado: ANS e Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

**Comunicação socioambiental** – A Partners está integrada ao cenário ESG (Environmental, Social and Governance), pilares que ganharam espaço cativo e passaram a fazer parte da cultura das organizações públicas e privadas, desde o planejamento até a execução das ações. Dessa forma, sempre com transparência e ética, estamos nos especializando, cada vez mais, em uma comunicação socioambiental inteligente, didática e eficaz, como fizemos na prestação de serviços para: Companhia Hidro Elétrica do São Francisco (Eletrobras CHESF) e Furnas Centrais Elétricas, formatando ações capazes de estreitar o diálogo e o relacionamento com as comunidades impactadas pela

presença dos empreendimentos, incluindo o Poder Público e a sociedade civil organizada. Por meio de informações claras e acessíveis, nossa comunicação socioambiental promoveu conscientização, educação para questões que permeiam essa relação, capacitação e fomento de parcerias em busca de soluções para atender aos interesses de todos os envolvidos nos projetos.

**Soluções editoriais sob medida** – Versátil e dinâmica, a produção editorial transita tanto por formatos impressos quanto por plataformas do ambiente digital. Do diagnóstico da melhor estratégia de conteúdo à entrega final, nossa equipe é especializada na elaboração de projetos editoriais e gráficos, produção de conteúdo, coberturas jornalísticas e institucionais, registros fotográficos, edição, diagramação e vídeo. Nossa equipe de produção editorial conta com jornalistas, revisores, editores e designers gráficos capacitados para a realização de projetos de todos os tipos de veículos de comunicação interna e externa, física ou digital, e atuamos também no segmento de livros didáticos. O núcleo oferece, ainda, serviços de redação de artigos, ghost writer, discursos, roteiros para eventos, relatórios de administração, cartilhas, e-books e manuais. Temos ampla experiência em trabalhos dessa vertente, como, por exemplo, a entrega que fizemos para os materiais didáticos do Ensino Fundamental II (6º ao 9º ano), da Editora SESI-SP, que contemplou: preparação de textos, pesquisa iconográfica, diagramação, revisão de textos, coordenação editorial, ilustração e outros. Fizemos também projetos gráfico e editorial, produção de matérias, coberturas fotográficas, edição/revisão de textos e impressão dos informativos da Associação dos Empregados da Copasa (Aeco), com tiragem de 6 mil exemplares, e do Conselho Regional de Administração de Minas Gerais (CRA-MG), com tiragem de 45 mil exemplares.

#### **Grupo Partners: investimento contínuo a serviço dos clientes**

**Somos o maior grupo de Comunicação Corporativa de Minas Gerais e o 5º maior do Brasil!** Contamos com unidades especializadas – Partners Comunicação, Lebbe Comunicação e Marketing, Buscar ID e CORP Comunicação –, para oferecer soluções completas e integradas. Nosso investimento contínuo em inovação e IA assegura que estamos na vanguarda, entregando resultados excepcionais para cada um de nossos clientes.

**Lebbe Comunicação e Marketing:** agência de publicidade full service que desenvolve estratégias integradas de marketing, priorizando resultados tangíveis e a construção de marcas relevantes. Foca na essência da comunicação e do posicionamento, atendendo grandes contas com abordagem completa.

**Buscar ID:** empresa de tecnologia que combina ciência de dados e inteligência de negócios para transformar dados em informação, impulsionando cenários favoráveis no marketing digital. Eliminar incertezas e aplicar algoritmos e ciência de dados faz parte do dia a dia da Buscar ID, para entregar resultados assertivos e consistentes, alinhados aos negócios de cada cliente.

**CORP Comunicação:** com equipes em Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo, é focada em assessoria de imprensa, relações públicas e produção de conteúdos editoriais e audiovisuais para organizações do setor privado e do

terceiro setor. Adota o conceito de Comunicação Integrada (360) e trabalha em sinergia com as demais unidades do Grupo Partners.

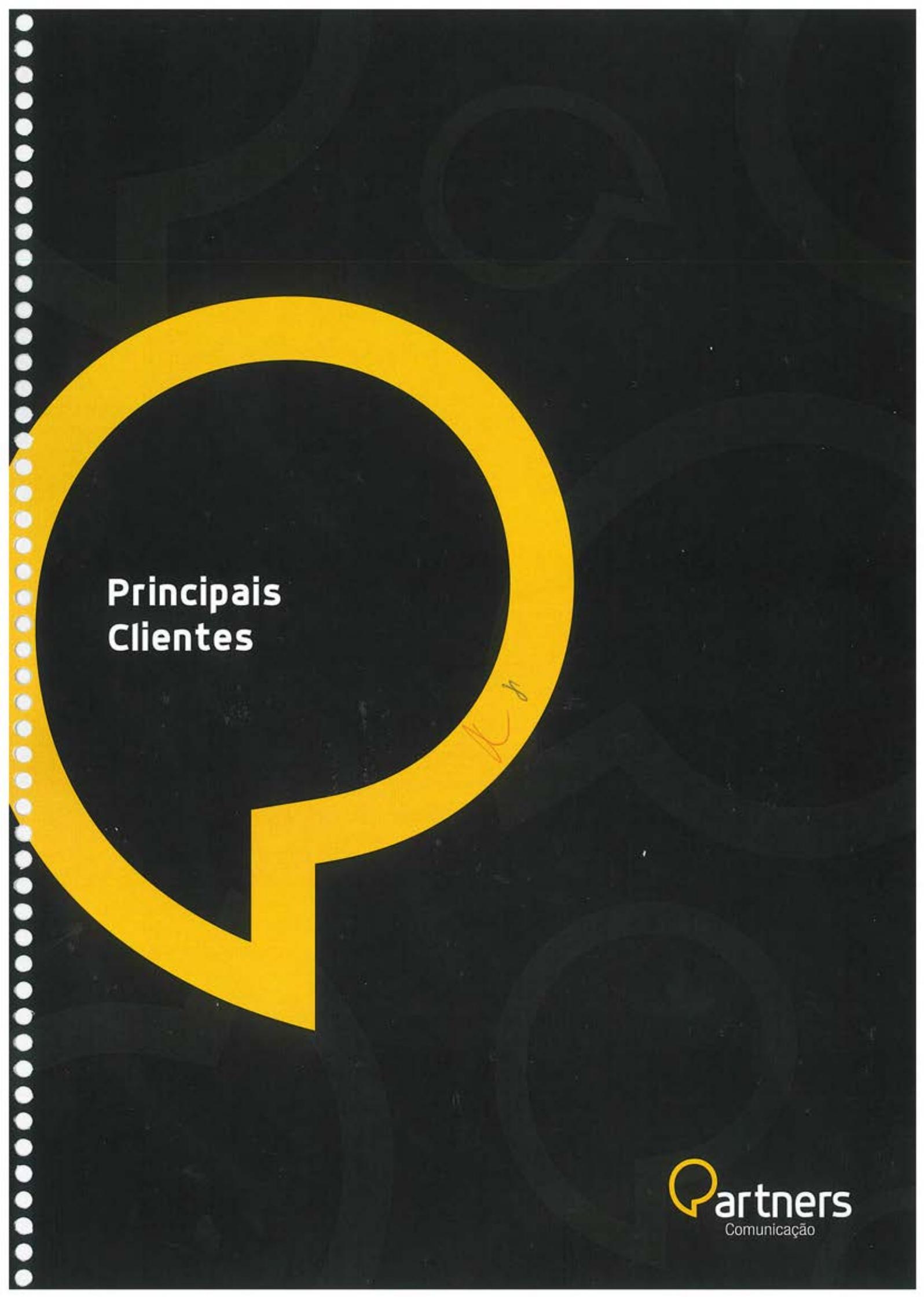
Além disso, estamos constantemente aprimorando nossos processos e capacidades por meio de investimentos em inovação. Para isso, diferentes parcerias vêm sendo estabelecidas na empresa, como a consultoria estratégica focada em resultados de negócios e no desenvolvimento de pessoas. A empresa parceira nos ajuda a enfrentar os desafios da Transformação Digital pela qual todo o Grupo está sendo capacitado e, para assegurar que nossa equipe esteja sempre à frente, investimos em treinamentos contínuos e na contratação de ferramentas de Inteligência Artificial. Essas iniciativas nos permitem entregar soluções de comunicação cada vez mais inovadoras e eficazes, alinhadas aos perfis, às necessidades e aos objetivos estratégicos de cada órgão e empresa que atendemos.

Com a estrutura robusta e diversificada da Partners, garantimos um atendimento excepcional, personalizado e alinhado aos objetivos dos nossos clientes. Tudo pensando em transformar as necessidades de comunicação das instituições parceiras em resultados concretos e duradouros.

#### **A melhor parceira para a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo**

Com estrutura robusta e uma abordagem personalizada, transformamos necessidades em resultados concretos e duradouros. Estamos prontos para continuar inovando e atendendo às demandas estratégicas de nossos clientes.

**Da assessoria de imprensa à gestão e produção de conteúdo para redes sociais. Da criação de conteúdos multimídia (como vídeos e fotos) ao monitoramento e à análise da imagem em ambientes online. Do diagnóstico à auditoria da imagem nos veículos de comunicação. Tudo isso (e muito mais!) é o que queremos oferecer à Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo!**



**Principais  
Clientes**

## EXPERIÊNCIA E PORTFÓLIO – PRINCIPAIS CLIENTES

Desde o início das nossas atividades, a Partners (por meio de toda a sua equipe, composta por cerca de 450 profissionais) tem contribuído para que nossos clientes enfrentem os desafios de um mercado em permanente mudança. Órgãos públicos, pequenas, médias e grandes empresas, organizações de economia mista, entidades empresariais, entidades da sociedade civil: **todos encontram, na Partners, uma sólida base de conhecimento em comunicação e em soluções inovadoras para vencer dificuldades e avançar com segurança, solidez e assertividade, seja qual forem seus desafios.**



**Cliente:** Agência Goiana de Habitação – AGEHAB.

**Nº do contrato:** 36/2023.

**Início do atendimento:** 2023.

**Objeto do contrato:** serviços de captação e edição de imagens e sons, incluindo planejamento técnico, gravação, operação, produção, pós-produção de materiais para veiculação em redes sociais (tais como Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok etc.), site, canal do YouTube, telões durante eventos e mídias tradicionais, como televisão.



**Cliente:** Agência Nacional de Saúde – ANS.

**Nº do contrato:** 29/2019.

**Início do atendimento:** 2019.

**Objeto do contrato:** serviços de comunicação corporativa, incluindo comunicação digital e assessoria de imprensa.



**Cliente:** Banco da Amazônia – BASA.

**Nº do contrato:** 2019/095.

**Início do atendimento:** 2019.

**Objeto do contrato:** serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital.



**Cliente:** Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

**Nº do contrato:** 288/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** serviços de registro fotográfico corporativo para retratos de empregados e dirigentes, e cobertura de ações, eventos e projetos com participação do BNDES em todo o país, para fins de divulgação institucional, mercadológica, de imprensa e publicitária do Banco, com todos os seus públicos de relacionamento, em meios impressos, eletrônicos e/ou digitais,

---



**Cliente:** Companhia energética de Minas Gerais – CEMIG.

**Nº do contrato:** 0006/2020.

**Início do atendimento:** 2021.

**Objeto do contrato:** prestação de serviços de comunicação corporativa, com foco na criação e execução técnica de conteúdos multimídia, incluindo formatos digitais como textos, imagens gráficas, fotografias, vídeos e ações promocionais, além de explorar formas inovadoras de comunicação alinhadas às novas tecnologias. O contrato também abrange a produção de conteúdo estratégico para mobilizar, engajar e informar o público-alvo, prioritariamente interno.

Além disso, inclui a realização de assessoria em planejamento de comunicação e relações públicas, compreendendo o conjunto de atividades para maximizar o impacto das mensagens e ações, garantindo consonância com as demandas institucionais e tecnológicas.

---



**Cliente:** Conselho Nacional de Secretarias Municipais de Saúde – CONASEMS.

**Início do atendimento:** 2023.

**Objeto do contrato:** serviços relacionados à produção de conteúdo, a serem veiculados por radiodifusão (TV), pela internet (web) e em Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA).

---



**Cliente:** Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Estado de São Paulo – CREA-SP.

**Nº do contrato:** 011/2023.

**Início de atendimento:** 2023.

**Objeto do Contrato:** serviços de produção audiovisual de caráter institucional, jornalístico e educativo, com fornecimento de produtos e serviços sob demanda.



**Cliente:** Furnas Centrais Elétricas S.A.

**Nº do contrato:** 8000013142.

**Início do atendimento:** 2023.

**Objeto do contrato:** serviços de suporte e manutenção da plataforma "FurnasLeisAmbientais.com.br", para o gerenciamento online de requisitos legais e outros requisitos aplicáveis a todas as usinas hidrelétricas, linhas de transmissão termoeletricas, subestações, parques eólicos e fotovoltaicos e escritórios administrativos de Furnas Centrais Elétricas S.A.



**Cliente:** Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal do Poder Executivo – FUNPRESP.

**Nº do contrato:** 11/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** serviços de comunicação corporativa, referentes a:

- Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa, no relacionamento com a imprensa e na atuação em relações públicas;
- Criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação digital e de conteúdos multimídia;
- Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do órgão/entidade junto à imprensa e aos demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.



**Cliente:** Empresa Brasileira de Hemoderivados e Biotecnologia – HEMOBRÁS.  
**Nº do contrato:** 19/2023.

**Início do atendimento:** 2023.

**Objeto do contrato:** serviços de assessoria de imprensa que incluem comunicação digital, como produção de conteúdo multimídia, lançamentos de vídeos, newsletters, e-mails marketing e pautas para o site, além do desenvolvimento de conteúdo e layout de site, hotsite e blog. Clipping diário e relatórios de análise de notícias. Também contempla ações estratégicas, como planejamento de comunicação, gerenciamento de crises, media training e suporte para entrevistas, garantindo ampla integração entre comunicação tradicional e digital.

---



**Cliente:** Instituto Nacional de Câncer – INCA.

**Nº do contrato:** 15/2023.

**Início do atendimento:** 2023.

**Objeto do contrato:** produção da revista de jornalismo científico Rede Câncer, englobando todas as etapas de produção jornalística (proposição de pautas, apuração, redação, revisão, edição), captura de fotos (inclusive de estúdio), criação de infográficos, diagramação, editoração, contratação gráfica e distribuição pelos Correios.

---



**Cliente:** Ministério da Educação – MEC.

**Nº do contrato:** 06/2021.

**Início do atendimento:** 2021.

**Objeto do contrato:** serviços auxiliares, digital, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de comunicação, envolvendo os serviços de apoio ao atendimento à imprensa, fotografia, produção de conteúdo jornalístico e audiovisual, bem como monitoramento e análise das redes sociais e outras mídias digitais.

---



**Cliente:** Ministério Público do Estado de Santa Catarina – MPSC.

**Nº do contrato:** 023/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades da Coordenadoria de Comunicação Social – COMSO do Ministério Público de Santa Catarina – MPSC, envolvendo os serviços de fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, para suprir as necessidades do MPSC nas regiões de Blumenau, Chapecó, Lages, Joinville e Criciúma.

---



**Cliente:** Prefeitura Municipal de Paracatu/MG.

**Nº do contrato (1):** 49/2021.

**Início do atendimento:** 2021.

**Objeto do contrato:** serviços técnicos de gestão de redes sociais e marketing digital.

**Nº do contrato (2):** 26/2024.

**Início do atendimento:** 2024.

**Objeto do contrato:** serviços de suporte à assessoria de comunicação, em atendimento às necessidades da Secretaria Municipal de Governo.

---



**Cliente:** Prefeitura Municipal de Lagoa Santa/MG.

**Nº do contrato:** 145/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** serviços técnicos de gestão das mídias sociais/ferramentas digitais.

---



**Cliente:** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Ceará – Sebrae/CE.

**Nº do contrato:** 003/2024.

**Início do atendimento:** 2024.

**Objeto do contrato:** serviços de filmagem e de fotografia na cobertura de eventos e criação de conteúdo audiovisual.

---



**Cliente:** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Maranhão – Sebrae/MA.

**Nº do contrato:** 065/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** serviços em assessoria de comunicação e de produção e gestão de conteúdo de marca do Sebrae Maranhão, em assuntos junto aos diversos veículos de comunicação do estado e em outros pontos de contato com a marca, tais como redes sociais, portais internos e externos e outros canais físicos e digitais.

---



**Cliente:** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco – Sebrae/PE. 7

**Nº do contrato (1):** 72/2023.

**Início do atendimento:** 2023.

**Objeto do contrato:** 1. Realização de diagnóstico de comunicação interna com todos os segmentos de público interno, usando metodologia comprovadamente reconhecida (por meio de experiências anteriores, carta de comprovação de clientes e cases); KC

2. Levantamento dos sentimentos e percepções de uma amostra do público interno do SEBRAE/PE, como: colaboradores da área administrativa, lideranças e operacionais – sobre o processo de comunicação interna já existente no Sebrae/PE;
3. Planejamento de um novo processo de comunicação interna coerente com a realidade da instituição, que atenda a todos os perfis de público;
4. Planejamento de uma estratégia de disseminação e consolidação da cultura organizacional e endomarketing.

**Nº do contrato (2):** 54/2024.

**Início do atendimento:** 2024.

**Objeto do contrato:** serviços técnicos de comunicação e marketing em mídias digitais, para desenvolvimento de estratégia de posicionamento e de relacionamento da instituição em canais digitais, além da gestão de mídias sociais e ainda a aquisição de mídia paga para anúncios nas mídias digitais.



**Cliente:** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo – Sebrae/SP.

**Nº do contrato:** 0031/2024.

**Início do atendimento:** 2024.

**Objeto do contrato:** serviços para desenvolvimento de produtos audiovisuais, em todo o estado de São Paulo, que serão distribuídos e/ou veiculados por intermédios dos canais de comunicação do SEBRAE-SP (como o Portal do SEBRAE-SP, Jornal de Negócios, Agência Sebrae de Notícias) e seus perfis em redes sociais na internet (Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube, TikTok, Spotify e Soundcloud), além de aplicativos de troca de mensagens (WhatsApp) e e-mail, entre outros, que estão inseridos eminentemente no contexto das mídias digitais. Tais produtos também serão estrategicamente utilizados na facilitação do relacionamento com a imprensa de todo o estado de São Paulo, para a divulgação de ações, eventos e atividades organizadas ou com participação do SEBRAE-SP.



**Cliente:** Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Trabalho – SEDET.

**Nº do contrato:** 06/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** serviços técnicos em suporte no planejamento e desenvolvimento de estratégias para monitoramento, atendimento,

relacionamento digital, impulsionamento, produção de conteúdo e elaboração de relatórios gerenciais com especificidade para o uso das redes sociais, como Facebook, Instagram, YouTube, X e LinkedIn, e outras mídias sociais que venham surgir.

---



**Cliente:** Tribunal de Contas da União – TCU.

**Nº do contrato:** 2/2022.

**Início do atendimento:** 2022.

**Objeto do contrato:** prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação digital e produção de conteúdo.

Em atendimento ao item 3.4.2, que diz que “a capacitação e a experiência da licitante serão avaliadas por meio da apresentação de certidões ou atestados, que demonstrem capacidade operacional na execução de serviços similares de complexidade equivalente ou superior aos previstos no objeto da presente licitação na seguinte conformidade”, informamos que os atestados referentes foram anexados nas próximas páginas.

## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A **AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE SUPLEMENTAR – ANS**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.589.068/0001-46, com sede na cidade do Rio de Janeiro/RJ, na Avenida Augusto Severo, nº 84, bairro Glória, ATESTA para fins de comprovação de capacidade técnica, que a empresa **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na Rua Desembargador Alfredo de Albuquerque nº 200, Santo Antônio – Belo Horizonte/MG, CEP 30.330-250, presta serviços de Comunicação Corporativa, desde 16/09/2019, para esta Autarquia, conforme descrição abaixo:

- Gestão das redes sociais, com a produção de 2.478 publicações, divididas em posts, tweets e vídeos para as principais redes (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e LinkedIn);
- Elaboração de conteúdo multimídia para ambientes digitais, incluindo produção e publicação de textos, tagueamento, edição de imagens e posts para ambientes digitais tais como redes sociais, blogs, sítios, intranet, entre outros, a partir de pauta previamente aprovada;
- Atendimento à Imprensa, com a produção e divulgação de 270 releases e 1592 atendimentos a jornalistas;
- Realização mensal de auditoria de imagem, com monitoramento e análise quantitativa e qualitativa da presença da Contratante nos meios de comunicação monitorados, incluindo jornais, revistas, portais de notícias, TV, rádio, blogs e redes sociais;
- Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações com a Imprensa, com projeto gráfico, diagramação/editoração de publicações impressas, elaboração de infográficos estáticos e impressos, além de demais conteúdos de design;
- Elaboração, revisão e edição de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo. Os textos produzidos são utilizados como press-releases, notas à imprensa, notícias na intranet, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (position paper), briefing, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros;
- Elaboração de estratégias de Comunicação;
- Planejamento e execução de *Media Training*;
- Prevenção e Gerenciamento de Crises;
- Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação da Contratante junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

A fiscalização declara ainda que, durante a pandemia de Covid-19 até o momento atual, ocorreu o desenvolvimento e execução das tarefas em conjunto com equipe de servidores da área demandante elencadas abaixo:

- Desenvolvimento de conteúdo para página específica sobre o novo coronavírus no portal institucional, reunindo as principais medidas regulatórias tomadas, notícias sobre o tema, boletins e notas técnicas produzidas, bem como orientações sobre os serviços da ANS e medidas de prevenção;
- Registro em texto das reuniões da Diretoria Colegiada, divulgando os encontros no portal e na intranet.
- Ampla divulgação das medidas tomadas pela reguladora para toda a sociedade por meio dos seus canais institucionais, como o site e redes sociais;
- Realização de mais de 450 (quatrocentos e cinquenta) atendimentos à imprensa entre os meses de março e junho de 2020;
- Desenvolvimento de campanhas para prestar esclarecimentos e orientações a seus públicos de interesse, em especial os consumidores;
- Participação na concepção e elaboração de um boletim informativo para o monitoramento dos impactos da pandemia no setor. Esse boletim era produzido mensalmente, divulgado à imprensa e publicado no portal institucional, visando disseminar a informação para a imprensa, o setor e a sociedade;
- Disseminação interna de temas voltados para teletrabalho como manutenção de saúde, engajamento e motivação durante isolamento social.

Certificamos, ainda, que os serviços foram prestados de forma satisfatória, não havendo nenhum fator que desabone a conduta da empresa e sua responsabilidade.

Rio de Janeiro/RJ, 1º de julho de 2024.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** ISABELLA BRIZZANTE ECKSTEIN DE FREITAS  
Data: 15/07/2024 15:07:21-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Isabella Eckstein  
Gerente de Comunicação Social  
[isabella.eckstein@ans.gov.br](mailto:isabella.eckstein@ans.gov.br)



Partners Comunic. Empres. Ltda.  
R Desembargador Alfredo de Albuquerque, 200  
Bairro Santo Antônio  
30330-250 – Belo Horizonte – MG

Nossa Ref.: GP/DC-09285/2024:ED

Assunto: Atestado de Capacidade Técnica

Prezados Senhores,

Atendendo à solicitação de V.Sas., atestamos para fins de comprovação de capacidade técnica que a empresa Partners Comunic. Empres. Ltda, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na rua Desembargador Alfredo de Albuquerque nº 200, Santo Antônio – Belo Horizonte/MG, CEP 30.330-250, presta serviços de **Comunicação Corporativa**, com a realização de assessoria em planejamento de comunicação, produção de conteúdo, compreendendo o conjunto de atividades executadas para informar, mobilizar e engajar o público-alvo, por meio do Contrato 4570018460-4570018461, assinado em março/2021 e vigente até os dias atuais para a **CEMIG DISTRIBUIÇÃO S.A.**, inscrita no CNPJ sob o nº 06.981.180/0001-16, com sede na Av. Barbacena, 1200 - 17º andar - Ala A1, bairro Santo Agostinho - Belo Horizonte/MG.

**Descrição dos serviços prestados:**

- Implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa da CEMIG, no seu relacionamento com o seu público de interesse, notadamente, interno.
- Criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdo multimídia, em formato de texto, imagem gráfica, fotográfica, vídeo, ação promocional ou outras formas inovadoras de comunicação, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações, em consonância com novas tecnologias e de acordo com a necessidade do cliente.

**Detalhamento dos serviços:**

**Estratégia de Comunicação**

- Consultoria estratégica em Comunicação: acompanhamento mensal da estratégia de comunicação.
- Execução de 39 campanhas de comunicação interna.

**Produção audiovisual**

- 36 Vídeos de baixa, média e alta complexidade, em 2D e 3D.
- Vídeo emergencial, animação/arte, vinhetas, legendagem, audiodescrição, gravação em libras, vídeo tutorial, vídeo de até 1 minuto para web, videorreportagem/vídeo depoimento (inclui apuração do conteúdo, roteiro, entrevistas, filmagens, locução, edição, finalização, inserção de legenda, trilha sonora autorizada, artes, letterings e animações motion graphics 2D).
- Edição de vídeos gravados com celular.

**Produção de conteúdo multimídia**

- 500 Textos: proposta de divulgação (planos de comunicação, cobertura de eventos, definição de conteúdos e canais de baixa, média e alta complexidade. Reportagens, coberturas factuais, textos informativos, conteúdo para Newsletter, e-mail marketing, web de baixa, média e alta complexidade.



Distribuição S.A.

- Áudio/ Podcast: entrevistas, sonoplastia, trilhas sonoras, off, narração e captação bruta/ integra.
- Infográficos estáticos e/ou impressos: infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo de baixa, média e alta complexidade (3D ou HTML5).
- Design gráfico: newsletter eletrônica diária (diagramação e editoração), mais de 300 peças gráficas (cards para WhatsApp, banners digitais, cartazes, flyers, banners para impressão e folders) de baixa, média e alta complexidade e pacote de produtos que envolve, no mínimo 1 e máximo 15 peças.
- Projeto editoria: formulado de 10 a 50 laudas produzidas.
- Conteúdo/ Diagramação/ Editoração de Publicações: de 10 a 100 páginas.
- Conteúdo e Design para Apresentação: formulado a partir de informações obtidas de 4 fontes ou mais, acima de 50 laudas produzidas.
- Fotografia: fotoreportagem, cobertura de eventos, arquivos digitais em alta resolução (saidas) e Foto Studio (pessoas ou produto - diária).

Certificamos, ainda, que os serviços estão sendo prestados de forma satisfatória, não havendo nenhum fator que desabone a conduta da empresa e sua responsabilidade.

Belo Horizonte, 26 de agosto de 2024.

DocuSigned by:  
*Anne Caroline Santana*

F81FEE17A8B84B8

Anne Caroline Santana  
Gerência de Desenvolvimento de Pessoas e Comunicação Interna



- Diariamente, presta atendimento, articulação, produção e envio de resposta a demandas da imprensa, além de acompanhar entrevistas concedidas pelos servidores da CVM, com o quantitativo explicitado em relatórios mensais;
- Apuração, elaboração, edição, revisão e adequação de texto em língua portuguesa, por vezes diariamente, com apuração em fontes diversas (baixa complexidade); fontes diversas e da CVM (média complexidade); e fontes diversas, da CVM e banco de dados (alta complexidade);
- Definição de temas/pautas, apuração, redação e edição de conteúdo em linguagem jornalística, incluindo reportagens para TV, rádio, mídia impressa e ambientes digitais;
- Elaboração, por vezes mensal, de planos de comunicação, a partir de briefing previamente definido;
- Produção, por vezes, mensal, de fotografias para atendimento das demandas de comunicação e gestão de banco de imagens;
- Monitoramento técnico, manutenção e atualização de informações para intranet;
- Produção semanal de boletins e informes eletrônicos, newsletter e e-mails marketing;
- Treinamento mensal de porta-vozes para atendimento à imprensa;
- Plano de relacionamento com a mídia para o desenvolvimento de um canal direto com os principais interlocutores dos veículos, com estímulos para publicações sobre a CVM;
- Seleção de veículos de divulgação adequados a cada mensagem, considerados os assuntos, a área geográfica e os públicos de interesse;
- Elaboração press kits, releases, entrevistas coletivas, contatos informais, e outros;
- Planejamento, organização e gerenciamento de eventos (internos e externos) e promoções com repercussões jornalísticas;
- Assessoria e apoio na contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião inerentes à comunicação;
- Elaboração e desenvolvimento das ações de comunicação em apoio às iniciativas de Relações Públicas internas e externas;
- Assessoria e apoio ao planejamento e execução de teleconferências e outras modalidades de eventos com transmissão via satélite e dos demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação da Autarquia;
- Assessoria, orientação, apoio e acompanhamento de implementação de ações de Relações Públicas e institucionais junto às instituições públicas e privadas, em nível federal, estadual e municipal, assegurando a integração da CVM;
- Coordenação geral e definição estratégias de comunicação jornalística;
- Avaliação de clipping jornalístico e produção de relatório;
- Planejamento e execução de divulgações de normas e decisões da CVM.

Atestamos que esses serviços foram executados satisfatoriamente, não existindo em nossos registros, fatos que desabonem sua conduta e responsabilidade com as obrigações assumidas.

(\* ) Esse quantitativo de horas é resultado da soma da carga horária mensal dos profissionais alocados pela contratada junto à Autarquia, tendo em vista se tratar de prestação de serviço de forma continuada.



Documento assinado eletronicamente por **João Carlos Mançai Monteiro**, **Superintendente**, em 13/03/2023, às 15:38, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Maxwell Martins Acioli Lins, Gerente**, em 13/03/2023, às 16:08, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [https://super.cvm.gov.br/conferir\\_autenticidade](https://super.cvm.gov.br/conferir_autenticidade), informando o código verificador **1737475** e o código CRC **3830FA54**.

*This document's authenticity can be verified by accessing [https://super.cvm.gov.br/conferir\\_autenticidade](https://super.cvm.gov.br/conferir_autenticidade), and typing the "Código Verificador" **1737475** and the "Código CRC" **3830FA54**.*

7

A handwritten signature in red ink, appearing to be 'M' or similar.

Belo Horizonte, 14 de março de 2025.

A COMPANHIA DE SANEAMENTO DE MINAS GERAIS – COPASA MG, Sociedade de Economia Mista, inscrita no CNPJ sob o nº 17.281.106/0001-03, com sede na Rua Mar de Espanha, 525, Santo Antônio, Belo Horizonte/MG, atesta para os devidos fins que a empresa PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na Avenida do Contorno, 8289, Gutierrez, em Belo Horizonte/MG - CEP: 30441-039, presta serviços de suporte às atividades de Comunicação Corporativa, com ênfase em Assessoria de Imprensa e Comunicação Institucional, conforme descrição a seguir:

- Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação para COPASA e sua subsidiária, no seu relacionamento com a imprensa;
- Criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação e de conteúdo multimídia; Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação, destinadas a expandir os efeitos da atuação da COPASA junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.
- Vídeos com duração de até 1 (um) minuto, editado e finalizado;
- Vídeos com duração de até 5 (cinco) minutos, editado e finalizado;
- Vídeos com duração de até 15 (quinze) minutos, editado e finalizado; Vídeo Animação / Vídeo Tutorial: produção, semanal, envolvendo captação, edição e finalização do vídeo, e também transcrição por motivo de acessibilidade de vídeo explicativo sobre produtos, operações, transações e utilização de soluções da COPASA para atendimento a clientes/cidadãos. (Até 1 minuto de duração)  
Vídeo reportagem (vídeo *realese*) / Vídeo Depoimento: vídeo de matéria informativa e/ou depoimentos sobre tema específico a partir de briefing e pauta previamente aprovados com possibilidade de inclusão de entrevistas, entregue semanalmente. Os vídeos devem ser finalizados com legendagem, áudio, trilha, edição completa e locução. (Duração de até 1 minuto, até 5 minutos e até 15 minutos);
- Podcast;
- Videocast;
- Fotografia: captação, produção e edição de imagens feitas com equipamentos de profissionais de alto padrão;
- Media Training: planejamento e treinamento de porta-vozes da COPASA e subsidiária para relacionamento com a imprensa mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e dos jornalistas das diferentes mídias, procedimentos para o contato com os jornalistas, exercícios práticos - simulação de entrevistas, avaliação das posturas dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance, relatório com definição de responsabilidades e grau de

autonomia para cada assunto. Deverá ser realizado com até 4 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de rádio, 1 oficina de TV e 1 oficina de impressos, com carga horária de até 6 horas;

- Workshop/ seminários para porta vozes e Jornalistas.
- Identificação de Mobilização Social: diagnóstico de situação com o objetivo de identificar e antecipar junto às comunidades, o entendimento e aceitação de políticas públicas, em estudo ou em fase de implantação.

#### POSTOS DE TRABALHO

Analista de Comunicação Social Pleno - Jornalismo: 08 postos, analista de Comunicação Social Sênior - Jornalismo: 02 postos, analista de Comunicação Social Master - Jornalismo: 01 posto, analista de Comunicação Social - Design Gráfico: 01 posto, analista de Comunicação Social - Redes Sociais: 01 posto.

**Licitação:** CPLI.1120230022

**Nº do contrato:** 4600079452

**Vigência:** 12/01/2024 à 12/01/2026.

Certificamos, ainda, que os serviços foram prestados de forma satisfatória, não havendo nenhum fator que desabone a conduta da empresa e sua responsabilidade.

Atenciosamente,

BRENO GUSTAVO  
MACIEL  
GUEDES:045979946  
02

Assinado de forma digital por:  
BRENO GUSTAVO MACIEL  
GUEDES:04597994602  
Data: 2025.03.14 15:12:24  
-03'00"

Breno Gustavo Maciel Guedes  
Gerente de Comunicação Institucional



## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

1. **A FUNDAÇÃO DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR DO SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL DO PODER EXECUTIVO – FUNPRES-EXE**, com sede no Edifício Corporate Financial Center - SCN - Quadra 02 – Bloco A – 2º Andar – Salas 201 a 204 – Brasília – DF – CEP: 70712-900, inscrita no CNPJ sob o nº 17.312.597/0001-02, ATESTA para fins de comprovação de capacidade técnica, que a empresa **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na rua Desembargador Alfredo de Albuquerque nº 200, Santo Antônio – Belo Horizonte/MG, CEP 30.330-250, presta, desde 12/12/2022 até a presente data, por meio do CONTRATO Nº 11/2022, serviços de Comunicação Corporativa de média e alta complexidade, conforme descrição a seguir:

- Assessoria de comunicação institucional e produção de conteúdo de alta e média complexidade;
- 27 campanhas de endomarketing (Alta complexidade);
- Elaboração de texto, de alta complexidade, em língua portuguesa.
- Edição e revisão de publicações;
- Produção e edição de fotografia, áudio e vídeo de média complexidade;
- Vídeo divulgação (Alta complexidade);
- Produção gráfica de alta complexidade;
- Projeto gráfico, diagramação e editoração de publicações impressas e/ou multimídia, de alta complexidade;
- Planejamento, Monitoramento, Relacionamento e Produção de Conteúdo Multimídia para Ambientes Digitais (Alta complexidade);
- Produção e gestão de conteúdo e experiência do usuário para site e plataformas digitais (Alta complexidade);
- Relacionamento com públicos prioritários e organização de eventos institucionais (Alta complexidade);
- Seminários, workshops e eventos para públicos prioritários (Média complexidade);
- Planejamento e execução de *media training* de porta-vozes (Alta complexidade);
- Transmissões ao vivo e debates;
- Disparo de mensagens SMS;
- Clipping de conteúdos noticiosos;
- Automação de marketing digital;
- Ferramenta para criação de *landing page* e monitoramento dos participantes (recursos de *lead tracking* e *lead scoring*);
- Infográficos animados para plataformas digitais;
- Análise de reputação;
- Impulsioneamento de redes sociais: Publicação de anúncio e impulsioneamento de postagens nas diversas redes sociais e plataformas digitais (Facebook, Instagram, Twitter, Google, LinkedIn, YouTube ou outras que vierem a surgir ou ser utilizadas pela Funpresp-Exe), conforme solicitação e briefing da CONTRATANTE;

- Relatório analítico com os anúncios/impulsionamentos realizados, bem como os valores e as métricas relativas a cada publicação;
- Planejamento, produção e divulgação de proposições, ações e conteúdo, em formatos offline e online para promover ações, produtos, serviços e a imagem institucional;
- Atendimento às demandas recebidas de veículos de imprensa, de assessorias de Comunicação dos órgãos patrocinadores da Funpres-Exe ou de associações e entidades de classe de servidores públicos por telefone, e-mail, meios eletrônicos, atendimento presencial;
- Planejamento, elaboração e edição de conteúdo para folders, boletins, cartilhas, manuais, revistas, entre outros materiais impressos e digitais;
- Elaboração, edição e envio de e-mails marketing;
- Elaboração e edição de conteúdo para site, intranet, vídeo, podcasts e outras plataformas digitais;
- Elaboração, edição e envio de *press-releases*, matérias, notas, artigos, respostas e outros conteúdos à imprensa ou a públicos de interesse da CONTRATANTE;
- Relacionamento permanente com profissionais de comunicação, imprensa e mídias digitais, com constante atualização de *mailing*;
- Registro e acompanhamento das pautas sobre a Funpres-Exe veiculadas na imprensa nacional, regional ou especializada;
- Relacionamento com imprensa e demais profissionais de comunicação, proposição, produção e divulgação de pautas e conteúdos;
- Planejamento, elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais para publicações impressas ou online.

2. Por fim, atestamos que a prestação de serviços da **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA** se deu de forma satisfatória, não havendo, em seu histórico de atendimento, quaisquer registros ou fatos que desabonem a conduta, a competência e a responsabilidade da empresa.

Brasília - DF, 26 de agosto de 2024.

**Thais Barboza de Souza**  
Coordenadora de Comunicação e Marketing  
Fiscal do Contrato 09/2023  
E-mail: [thais.souza@funpres.com.br](mailto:thais.souza@funpres.com.br)  
Telefone: (61) 2020-9753

De acordo.

**Roberto Machado Trindade**  
Gerente Patrimônio, Logística e Contratações  
E-mail: [roberto.trindade@funpres.com.br](mailto:roberto.trindade@funpres.com.br)  
Telefone: (61) 2020-9700



Documento assinado eletronicamente por **Thais Barboza de Souza, Fiscal de Contrato - Requisitante**, em 26/08/2024, às 19:18, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Roberto Machado Trindade, Gerente**, em 27/08/2024, às 09:40, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.funpresp.com.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.funpresp.com.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0173409** e o código CRC **A0BCB96B**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 03750.010404.000028/2024-21

SEI nº 0173409

Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal do Poder Executivo – Funpresp-Exe

SCN Q 2 BL A Corporate Financial Center Salas 201-204 - CEP 70712-900 -

<https://funpresp.com.br>

### ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A Empresa Brasileira de Hemoderivados e Biotecnologia - HEMOBRÁS, por meio da Assessoria de Comunicação, Marketing e Eventos (Ascom), localizada na Unidade Administrativa - Rua Professor Aloísio Pessoa de Araújo, nº 75, Edifício Boa Viagem Corporate, 8º e 9º andares, Boa Viagem, Recife-PE, CEP: 51.021-410, atesta para fins de comprovação de capacidade técnica, que a empresa **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na rua Desembargador Alfredo de Albuquerque nº 200, Santo Antônio – Belo Horizonte/MG, CEP 30.330-250, prestou, de 08/05/2023 até o presente momento, serviços de assessoria de imprensa, com a finalidade de informar bem à sociedade em atendimento ao princípio da Transparência e Responsabilidade Social, cumprindo com as atribuições do artigo 17 do Regimento Interno da Hemobrás, de acordo com o constante no Pregão Eletrônico nº02/2023 - Contrato nº 19/2023 (Processo Administrativo n.º25800.004082/2022), com vigência de 08/05/2023 a 08/05/2024, conforme os itens descritos a seguir:

- Produção de *release* institucional para divulgação e/ou publicação nos veículos de comunicação regionais e nacionais;
- Produção de aviso ou sugestão de pautas aos veículos de comunicação regionais e nacionais;
- Edição de textos ou artigos para envio às revistas, blogs, de interesse da empresa.
- Atendimento às demandas de jornais, com produção de respostas e acompanhamento posterior;
- Planejamento e organização de coletivas de imprensa - convite, credenciamento, lista de confirmados, condução até o encerramento;
- Cobertura jornalística, fotográfica e audiovisual de evento institucional. (Eventos com duração entre 4h e 6h);
- Produção de conteúdo audiovisual para ambientes digitais e rádios (depoimento, entrevista, lançamento, expedição de produtos);
- Produção de Clipping diário com palavras-chaves de interesse da empresa para fornecimento por e-mail, diariamente, com síntese analítica e indicações de matérias de jornais, revistas, portais, blogs, redes sociais, TV e rádio que tenham conteúdo de interesse da empresa. Não só publicações que mencionaram explicitamente a Hemobrás, mas também aquelas que dizem respeito a parceiros, concorrentes, hemocentros e demais públicos de interesse que serão definidos pela Assessoria de Comunicação, Marketing e Eventos, em parceria como o corpo de diretores. Alertar sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos à imagem da Hemobrás e recomendações de medidas a serem adotadas;
- Edição de matérias/notícias para o site da empresa;
- Cobertura de eventos institucionais (online) com produção de conteúdo;

- Produção de *newsletters*, boletins e e-mails marketing para envio aos *stakeholders*;
- Revisão/Diagramação/Editoração de publicações impressas e digitais;
- Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional;
- Elaboração e edição de entrevista ou reportagem de vídeo para veículos digitais. Até 6h de captação e produção;
- Relatório de análise sobre notícias da empresa e assuntos correlatos divulgadas em jornais, revistas, redes sociais e portais de notícias;
- Planejamento e execução *media training* para porta-vozes. (Grupo de até 12 gestores);
- Criação de *mailing list* com jornalistas e formadores de opinião;
- Criação de *Fact Sheet* – informações gerais e estatísticas sobre a empresa;
- Criação de Q&A – perguntas e respostas para apoio aos porta-vozes em entrevistas;
- Reunião online de alinhamento e assessoramento com porta-vozes da empresa;

Certificamos, ainda, que os serviços foram prestados de forma satisfatória, não havendo nenhum fator que desabone a conduta da empresa e sua responsabilidade.

Recife/PE, 24 de janeiro de 2024

GERLANE NOGUEIRA DE CARVALHO  
MAGALHAES:38793059434  
9434

Assinado de forma digital por  
GERLANE NOGUEIRA DE  
CARVALHO  
MAGALHAES:38793059434  
Dados: 2024.01.24 09:03:56  
-03'00'

Gerlane Nogueira de Carvalho Magalhães  
Fiscal titular

ALANA LAIS DOS SANTOS  
LIMA:72029145149

Assinado de forma digital  
por ALANA LAIS DOS  
SANTOS LIMA:72029145149  
Dados: 2024.01.24 08:55:54  
-03'00'

Alana Lais dos Santos Lima  
Fiscal substituta



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

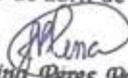
ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A União, representada pelo **MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**, doravante denominado CONTRATANTE, inscrito no CNPJ sob o nº 00.394.445/0003-65, com sede Na Esplanada dos Ministérios, Bloco L, BRASÍLIA DF, atesta para fins de comprovação de capacidade técnica, que a empresa **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na rua Desembargador Alfredo de Albuquerque nº 200, Santo Antônio – Belo Horizonte/MG, CEP 30.330-250, presta serviços técnicos de assessoria de comunicação, envolvendo os serviços de apoio ao atendimento à imprensa, fotografia, produção de conteúdo jornalístico e audiovisual de redes sociais e outras mídias digitais, em âmbito nacional, por meio do contrato nº 06/2021, desde 17/02/2021, conforme abaixo:

	ITEM	DESCRIÇÃO	PERMANENTE/SOB DEMANDA	UNIDADE	QUANTITATIVO ANUAL PREVISTO
Grupo 1	1	Atendimento de demandas de veículos de comunicação	Serviço Diário /Permanente	Pacote com 100 Atendimentos	88
	2	Vídeo-release	sob demanda	vídeo	515
	3	Áudio-Release	sob demanda	áudio	449
	4	Elaboração de texto em língua portuguesa	sob demanda	Lauda Jornalística	1200
	5	Conteúdo multimídia para relacionamento em ambientes digitais	sob demanda	Posts	3810
	6	Deslocamento	sob demanda		1
Grupo 2	7	Produção Fotográfica	sob demanda	saída/evento	780
	8	Deslocamento	Sob demanda		1

Certificamos, ainda, que os serviços foram prestados de forma satisfatória, não havendo nenhum fator que desabone a conduta da empresa e sua responsabilidade.

Brasília, 05 de abril de 2022.

  
**Janaina Peres Pena**  
Chefe de Assessoria de Comunicação Social  
Ministério da Educação  
SIAPE nº 13734172



 gov.br/mec  
 /MEC\_Comunicacao

 /ministeriodaeducacao  
 @mineducacao

 /ministeriodaeducacao  
 /mineducacao





**10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE**  
 Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim  
 rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
 fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
 Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09634  
 CÓDIGO DE SEGURANÇA: 0276.4656.7642.7191

Quantidade de atos praticados: 1  
 Ato(s) praticado(s) por:  
 Lucas Nunes Ferreire - Escrevente Autorizado  
 Emol: R\$8,17 TFJ: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
 Consulte a validade deste selo no site: <https://seis.tjmg.jus.br>



Nº DA  
 ETIQUETA  
 ADG215903

## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A **SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO MARANHÃO-SEBRAE MA**, inscrito no CNPJ sob o nº 06.053.847/0001-10, com sede na Av. Prof. Carlos Cunha, S/N, Jacaraty, São Luiz/MA, CEP 65.076-820, ATESTA para fins de comprovação de capacidade técnica, que a empresa **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, sediada na rua Desembargador Alfredo de Albuquerque nº 200, Santo Antônio – Belo Horizonte/MG, CEP 30.330- 250, presta, desde 02/01/2022, aos dias atuais, mediante o contrato nº 065/2022, serviços de Assessoria de Comunicação, Produção e Gestão de Conteúdo, conforme abaixo:

### **a) Assessoria de comunicação:**

- Atendimento diário das demandas da imprensa e Comunicação Institucional;
- Atendimento tempestivo aos questionamentos/solicitações dos veículos de comunicação, fornecendo informações e auxiliando no preparo de reportagens e entrevistas;
- Agendamento e acompanhamento de entrevistas concedidas pela diretoria e outros profissionais da instituição;
- Preparação e análise do conteúdo das respostas às demandas da imprensa;
- Elaboração de matérias para a Agência SEBRAE de Notícias (ASN Maranhão), Portal SEBRAE-MA, e sites vinculados;
- Elaboração de *briefings*, discursos e outros materiais de apoio aos porta-vozes sobre assuntos trabalhados nas ações de divulgação e/ou classificados como prioritários pela diretoria executiva da instituição;
- Atualização do banco de imagens (fotos e vídeos) utilizado pelo SEBRAE no Maranhão;

### **b) Produção e envio de conteúdos jornalísticos e de comunicação institucional:**

- Identificação, apuração e produção de temas/pautas para comunicação externa, visando informar segmentos específicos de público e o conjunto da sociedade sobre ações, produtos e serviços e seus resultados;
- Criação e atualização de *mailing* estadual e nacional para divulgação de notícias;
- Elaboração de sugestões de pauta e produção de reportagens e fotos para os veículos de comunicação em geral e canais de comunicação próprios do Sebrae-MA;



- Planejamento, elaboração, produção e alimentação de conteúdos de comunicação interna na Intranet do Sebrae-MA, bem como outros canais de comunicação com o público interno;
- 3 campanhas de *endomarketing*;

**c) Abertura de espaço nos veículos de Comunicação do Estado com pautas especiais e/ou exclusivas:**

- Proposição e implementação de plano de relacionamento com os veículos de comunicação, em especial com tomadores de decisão (editores, diretores, repórteres e colunistas), para o desenvolvimento de um canal direto;
- Manter relacionamento constante com a mídia estadual e nacional, por meio de contatos pessoais, presenciais, telefônicos e digitais com o objetivo de conquistar espaços espontâneos na mídia.

**d) Planejamento e viabilização, em conjunto com as áreas técnicas pertinentes, de lançamentos de projetos, eventos, pesquisas e ações, para identificar os assuntos a serem oferecidos aos veículos de comunicação, produção de conteúdos especiais e alimentação de canais de comunicação próprios do Sebrae-MA:**

- Preparação de material jornalístico, institucional e/ou promocional a ser divulgado nos eventos, com a escolha dos recursos mais adequados, como *press kits*, *releases*, entrevistas, coletivas, contatos informais, artigos, notas, relatórios, publicações especiais, conteúdos *web* e para redes sociais ou outros meios;
- Convocação da imprensa, identificando a editoria mais adequada ao assunto;
- Assessoramento, orientação, apoio e acompanhamento dos representantes do Sebrae Maranhão no contato com a imprensa, participação em eventos presenciais e digitais;
- Organização, quando oportuno ou solicitado, de coletivas de imprensa ou outra ação de mobilização conjunta de veículos de comunicação;

**e) Redação de textos e discursos oficiais do Sebrae Maranhão;**

**f) Assessoria de imagem, a partir do estudo da cobertura da imprensa, propondo ações junto à mídia que fortaleçam a imagem institucional do Sebrae Maranhão, divulguem os objetivos, desempenho, eficácia e benefícios de sua atuação.**

**g) Consultoria de risco à imagem, planejamento e gerenciamento de crises.**

**h) Apuração, redação e edição de textos jornalísticos, reportagens e entrevistas voltadas para a comunicação interna no Sebrae Maranhão para web e publicações institucionais;**

**i) Cobertura fotográfica de eventos e reportagens da Agência Sebrae de Notícias (ASN Maranhão).**

j) Relatório mensal com base no trabalho de assessoria de imprensa e no levantamento das notícias publicadas pelos veículos de comunicação (Rádio, TV, Internet, Revista e Jornal impresso) – conforme serviço prestado por empresa licitada para este fim - que digam respeito ao Sebrae Maranhão, oferecendo à Gerência da UMC leitura de cenários, análise e proposição de estratégias que possam trazer mais efetividade ao trabalho de comunicação institucional do Sebrae-MA;

**k) Produção de conteúdo textual e audiovisual para o ambiente web;**

- Aplicação e assessoramento em técnicas de *webwriting*;
- Desenvolvimento, orientação, apoio, planejamento para implantação de *sites*, *newsletters*, *e-mails marketing*, *hotsites*;
- Consultoria em ferramentas para governança de portais corporativos.
- Produção e/ou curadoria de conteúdos audiovisuais para canais de comunicação digitais;

l) Serviço de treinamento para as fontes de informação do Sebrae Maranhão, com o intuito de prepará-las para o relacionamento com a Imprensa (*media training*);

m) Revisão de originais de matérias jornalísticas ou textos técnicos para adaptação de linguagem;

n) Elaboração de relatórios mensais das atividades desenvolvidas.

o) Planejamento, criação e publicação diária de conteúdo para Redes Sociais;

p) Operacionalização das interações com diferentes públicos em redes sociais;

q) Coberturas em geral e transmissões ao vivo.

Certificamos, ainda, que os serviços estão sendo prestados de forma satisfatória, não havendo nenhum fator que desabone a conduta da empresa e sua responsabilidade.

São Luiz/MA, 21 de agosto de 2024.

\_\_\_\_\_  
João Torres de Melo Saboia Neto

Gerente de Comunicação e Eventos Sebrae/MA

# PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

**Atestado SEBRAE-MA**

O documento acima foi proposto para assinatura digital através da plataforma de assinaturas do SEBRAE. Para verificar a autenticidade das assinaturas clique neste link

<https://assinaturadigital.sebrae.com.br/verificadorassinaturas/#/search?codigo=3F-BF-CF-38-CF-C8-B3-A8-75-BC-9C-10-E1-8A-41-29-88-F3-25-43> acesse o site

<https://assinaturadigital.sebrae.com.br/verificadorassinaturas/#/search> e digite o código abaixo:

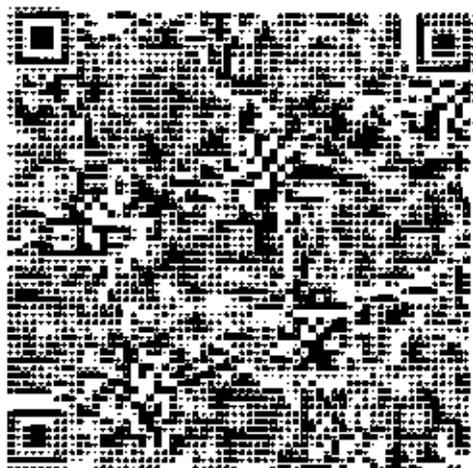
**CÓDIGO: 3F-BF-CF-38-CF-C8-B3-A8-75-BC-9C-10-E1-8A-41-29-88-F3-25-43**

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status é(são):

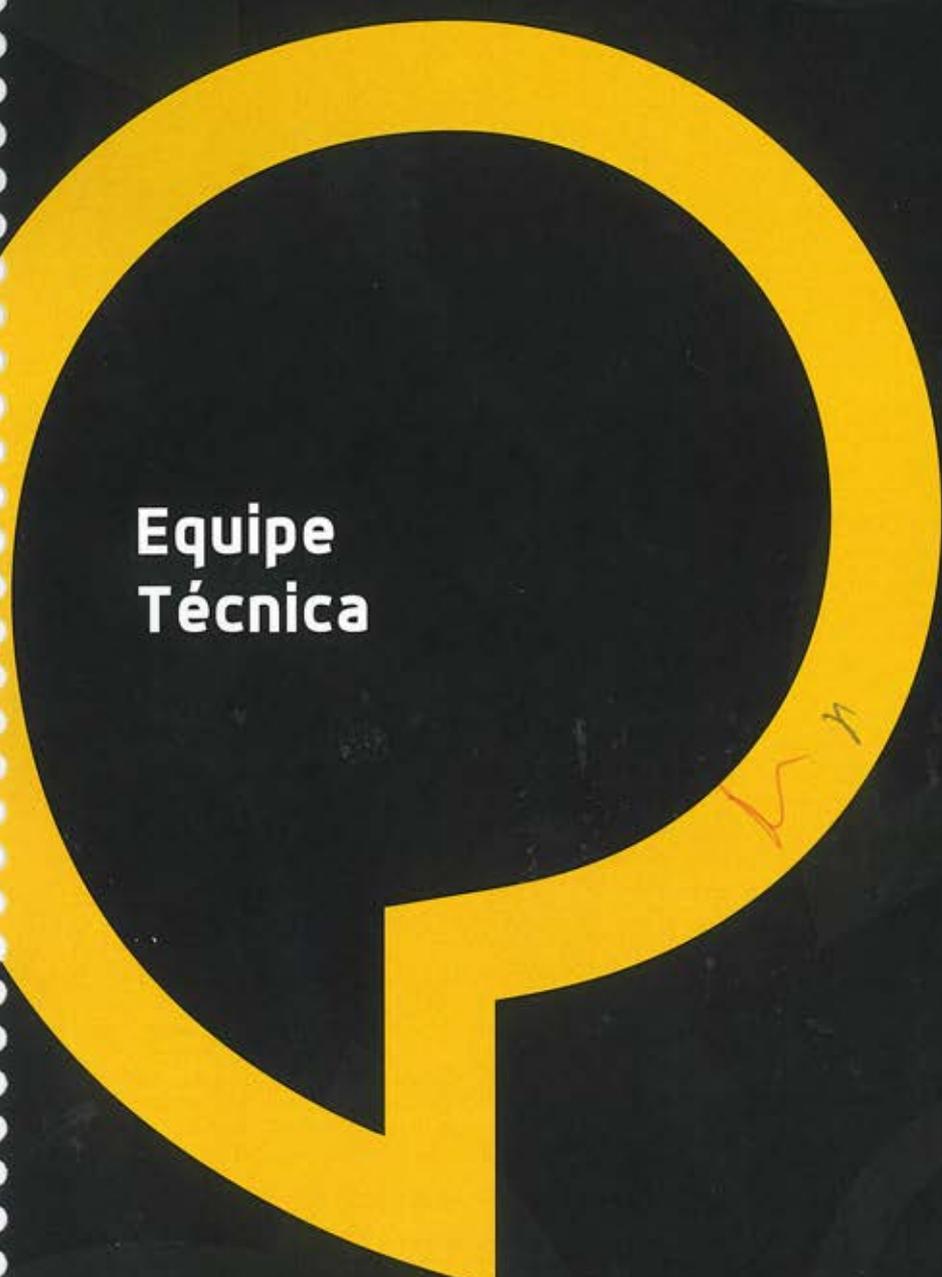
✓ João Torres De Melo Saboia Neto - 627.\*\*\*.\*\*\*-34 - 26/08/2024 08:43:04

Status: Assinado eletronicamente, mediante senha de rede, pessoal e intransferível

IP: 201.\*\*\*.\*\*\*.\*\*\*6



↑  
[Handwritten signature]



**Equipe  
Técnica**

### **EQUIPE TÉCNICA: com grandes clientes vêm grandes responsabilidades**

E, para isso, temos uma equipe qualificada, premiada e constantemente capacitada para entregar RESULTADOS. Com mais de 450 profissionais multidisciplinares, a Partners reúne especialistas altamente capacitados para atender às demandas de comunicação com excelência e inovação. Nosso compromisso é entregar soluções personalizadas e resultados concretos para cada cliente, com foco em atender integralmente o que está estipulado em contrato.

### **Cultura que impulsiona o sucesso**

Por aqui, acreditamos que nossa cultura interna reflete diretamente na qualidade dos serviços prestados. Cultivamos um ambiente que estimula a criatividade, a colaboração, o bom humor e a vontade de aprender diariamente. Valorizamos a diversidade de pensamentos e o espírito inovador, criando condições para que nossos profissionais alcancem o máximo de seu potencial, diariamente.

Nossa filosofia é clara e assertiva: aprender continuamente, experimentar novas soluções e adaptar o que já é eficiente às necessidades únicas de cada cliente. Esse “modo de ser” nos permite entregar resultados sob medida, sempre alinhados às expectativas e aos objetivos estratégicos de nossos parceiros.

### **Equipe multidisciplinar e especializada**

São jornalistas, profissionais de relações públicas, publicitários, fotógrafos, cinegrafistas, editores de vídeo, revisores, web designers, designers gráficos, programadores, social medias, ilustradores, analistas de sistema, economistas, advogados, profissionais de mídia, finanças e de recursos humanos, **que estarão à disposição da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo, prontos para a execução do contrato** e aptos a lidarem com os desafios de comunicação pleiteados, apresentando soluções customizadas e modernas, sempre com atendimento ágil e flexível, a fim de nos adaptarmos às demandas também do mercado em que nossos clientes estão inseridos.

No núcleo de Brasília, contamos com profissionais profundamente conectados ao mercado local, garantindo proximidade no relacionamento e soluções customizadas para públicos e meios de comunicação diversos. Essa abordagem personalizada é um dos pilares que sustenta a confiança de grandes empresas e órgãos públicos em nosso trabalho, e que pode ser comprovada por meio de resultados.

### **Atendimento dedicado à Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo**

Em atendimento ao item 3.4. que pede “a experiência, capacidade de atendimento, perfil e habilidades dos profissionais da licitante serão demonstradas a partir da experiência e capacitação dos recursos técnicos e humanos necessários à prestação de serviços objeto da presente licitação”, declaramos a seguir alguns responsáveis técnicos com suas respectivas experiências, que poderão formar a equipe de atendimento para as demandas da Secretaria da Cultura, Economia e

**Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo.** Os profissionais indicados para atuar junto às demandas da Secretaria são colaboradores vinculados à Partners, o que garante mais segurança e controle sobre suas atividades, já que estão sob nossa responsabilidade direta. Outras documentações referentes a esses profissionais estão devidamente organizadas e à disposição, caso seja necessário para consultas adicionais. Além disso, também pode ser criado um Squad especializado e dedicado, para garantir uma equipe autossuficiente e multidisciplinar dedicada ao cliente, a fim de oferecer soluções cada vez mais customizadas às necessidades da Secretaria.

Os currículos resumidos serão disponibilizados após a tabela e a quantidade e a função de cada um dos profissionais será, de fato, estipulada de acordo com a necessidade da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo (e conforme contrato).

**Profissionais para atuação remota para atividades que não exigem presença física ou para funções de backoffice (departamento administrativo):**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Cláudio Batitucci	Gerente de Recursos Humanos e Administrativo	Graduação em Administração, com MBA em Gestão Empresarial, pós-graduação em Engenharia de Qualidade e em Psicologia Positiva	28 anos
Fábio Ferraz	Gerente Administrativo-Financeiro	Especialização em Auditoria e Perícia Contábil; MBA Contabilidade com ênfase em Normas Internacionais; MBA Controladoria Empresarial; Especialização em Gestão Financeira; graduação em Administração de Empresas e graduação em Ciências Contábeis	27 anos

**Profissional de Comunicação - Master:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Simone Caldas	Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada	Graduação em Jornalismo e Aperfeiçoamento em Mídia e Política	38 anos

**Profissional de Comunicação Plena:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Silvia Bessa	Produtora de conteúdo, especialista em pesquisa	Graduação em Jornalismo	10 anos

### Profissional de Comunicação Junior:

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Raquel Domingues	Produtora de conteúdo on e offline	Graduação em Jornalismo e pós-graduação em Jornalismo Cinematográfico	5 anos

### Profissional especialista em Media Training:

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Eliane Maciel	Especialista em Media Training	Graduação em Sociologia e DRT de Jornalista	30 anos

### Profissional especialista em Comunicação Interna:

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Liège Camargos	Especialista em Comunicação Interna	Graduação em Jornalismo e pós-graduação em Marketing	28 anos

### Profissional de Comunicação Plena (Comunicação Digital):

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Ângela De Marchi Carneiro	Produtora de conteúdo, experiente em monitoramento de mídias sociais digitais e em relacionamento o com cliente	Graduação em Jornalismo e MBA em Marketing Digital e Comunicação Online	24 anos

### Profissional de Comunicação Junior (Comunicação Digital):

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Lorenço Oliveira	Relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação	Graduação em Jornalismo e especialização em Jornalismo Digital	10 anos

### Profissionais especialistas em Assessoria de Imprensa:

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Carolina Hilal	Assessora de imprensa	Graduação em Jornalismo; pós-graduação em Comunicação Empresarial e mestrado em Psicossociologia	19 anos
Camila Ianareli	Assessora de imprensa	Pós-graduação em Gestão Estratégica da Comunicação	18 anos
Jordana Barros	Assessora de imprensa	Mestrado em comunicação	10 anos
José André Borges	Assessor de imprensa	Graduação em Jornalismo e pós-graduação em Gestão Estratégica de Comunicação	25 anos
Patrícia Maia Albuquerque Souza	Assessora de imprensa	Graduação em Jornalismo e pós-graduação em	12 anos

		Comunicação e Marketing em mídias digitais	
Rebecca Melo	Assessora de imprensa	Graduação em Jornalismo e MBA em Marketing	13 anos
Maria Isabel de Melo	Assessora de imprensa	Graduação em Jornalismo e MBA em Gestão de marcas	25 anos

**Profissional especialista em produção, organização e gestão de banco de imagens:**

Profissional:	Cargo / Função:	Carreira:
Hans von Manteuffel	Fotógrafo	30 anos

**Profissional repórter fotográfico:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Luís Carlos Fortes Andrade	Repórter fotográfico	Curso Superior de Tecnólogo em Fotografia e Curso Superior de Tecnólogo em Gestão de Recursos Humanos	41 anos

**Profissional especialista em edição de imagens em vídeo:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Rafael Barbosa	Coordenador de audiovisual	Graduação em Publicidade e Propaganda	15 anos

**Profissional especialista em captação, roteirização, edição e organização de conteúdo audiovisual:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Alonso Thuler	Captação, roteirização, edição e organização de conteúdo audiovisual.	Graduação em Jornalismo, pós-graduado em Docência em Ensino Superior e em Cinema e Linguagem Audiovisual	21 anos

**Profissional Designer Pleno:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Marcos Rodrigues	Designer Pleno	Graduação em Comunicação Visual	30 anos

**Profissional Designer Junior:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Nicole Alves	Designer Junior	Graduação em jornalismo e técnica em Design Gráfico pelo SENAI	10 anos

**Profissional especialista em Monitoramento:**

Profissional:	Cargo / Função:	Formação:	Carreira:
Flávio Figueiredo	Monitoramento	Pós-graduação em Gestão e Análise Estratégica de Dados	5 anos



**“No que diz respeito ao desempenho, ao compromisso, ao esforço e à dedicação, não existe meio-termo. Ou você faz uma coisa bem-feita ou não.”**

**Dino Bastos é CEO do Grupo Partners.**



Especialista em Gestão Exponencial de Negócios pela StartSe/Nova School of Business & Economics (Lisboa/Portugal), pós-graduado em Gestão de Negócios pela Fundação Dom Cabral e em Comunicação Estratégica pela PUC-Minas. No Grupo Partners, atua com Business Intelligence e é responsável pela gestão administrativo-financeira e dos planejamentos estratégicos, visando à melhoria dos projetos e dos processos internos, além de participar de perto das áreas comercial e de atendimento (acompanhando o bom andamento dos contratos). É, ainda, vice-presidente de Comunicação e Marketing da Sucesu Minas, entidade que reúne as empresas de tecnologia do estado de Minas Gerais, e diretor da Associação Comercial de Minas Gerais (ACMinas).

**Claudio Batitucci**

Formado em Administração pela Faculdade de Ciências Gerenciais-FCG/UNA, com MBA Executivo em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), pós-graduação em Engenharia de Qualidade pela IEC-PUC Minas e em Psicologia Positiva pela PUC-RS. Possui formações complementares em coaching, mentoring, liderança, gestão de desempenho, qualidade e cultura organizacional. Com mais de 15 anos de experiência na área de Gente e Gestão, atua como Gerente de Recursos Humanos e Administrativo na Partners Comunicação Integrada, sendo responsável por liderar equipes, implementar políticas estratégicas de RH e promover a transformação de negócios. Ao longo de sua trajetória, atuou como gerente de RH na Aethra Sistemas Automotivos, onde gerenciou equipes em âmbito nacional e contribuiu com importantes processos de reestruturação. Também teve experiências marcantes na Solução Serviços Médicos, como sócio administrador, e na Thyssenkrupp Metalúrgica, onde passou 15 anos liderando projetos de cultura organizacional, segurança, T&D e endomarketing. Atuou, ainda, como consultor nas startups Simbiose Ventures e Patrol Investigações

Geotécnicas, com foco em estruturação de RH, gestão de talentos, mentoria e desenvolvimento de lideranças. Ao longo da carreira, consolidou expertise em planejamento orçamentário, implantação de KPIs, gestão de mudanças, políticas de cargas e mudança, comunicação interna e engajamento ESG.

#### **Fábio Ribeiro Ferraz**

Graduado em Administração de Empresas e em Ciências Contábeis pela PUC Minas, possui especializações em Gestão Financeira (PUC Minas) e em Auditoria e Perícia Contábil (Instituto de Ciência, Educação e Tecnologia de Votuporanga), além de MBAs em Controladoria Empresarial (Universidade Gama Filho) e Contabilidade com ênfase em Normas Internacionais – IFRS/CPC (Universidade FUMEC). Com mais de 25 anos de experiência nas áreas administrativa e financeira, já atuou em empresas de grande porte, como Ambev, MRV e Grupo PDG, além de acumular vivência internacional como gerente financeiro, no Peru. Sua trajetória inclui liderança de equipes, reestruturação de processos, implantação de ERPs, planejamento financeiro, gestão orçamentária, negociação com bancos e fornecedores, além de forte atuação em auditorias internas, externas e due diligences. Atualmente, ocupa o cargo de Controller na Partners Comunicação Integrada.

#### **Simone Caldas – Profissional de Comunicação Máster**

Formada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás, possui aperfeiçoamento em Mídia e Política pela UnB. Possui mais de 30 anos de experiência em comunicação e, hoje, atua como jornalista de comunicação máster no Tribunal de Contas da União (TCU) pela Partners. Possui ampla trajetória em veículos de imprensa de abrangência nacional, como Correio Braziliense e O Popular, onde foi repórter e subeditora. Coordenou equipes em jornais, revistas e emissoras de rádio, além de liderar áreas de comunicação no Ministério do Turismo, Ministério da Cultura, Procuradoria-Geral do Trabalho e Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB). Atuou em agências de comunicação, como CDN e In Press Porter Novelli, gerenciando crises, realizando media training e desenvolvendo estratégias de comunicação institucional para clientes dos setores público e privado.

#### **Sílvia Bessa – Profissional de Comunicação Plena**

Jornalista graduada pela Universidade Católica de Pernambuco. Há mais de uma década, se destaca entre os jornalistas mais premiados do Brasil (Ranking "Repórteres mais premiados da História", Jornalistas & Cia – SP), com mais de 20 honrarias, entre elas os prêmios Esso, Embratel e Correspondentes Internacionais da ONU. Atua há mais de cinco anos com comunicação integrada, colocando sua experiência a serviço das áreas de planejamento, gestão e execução de projetos especiais, produção de conteúdos multiplataformas e coordenação de equipes. No setor da Educação, atuou como coordenadora de projetos editoriais para estudantes do Ensino Médio e como coordenadora e autora de projetos para o Ensino Fundamental anos finais. Como escritora, assinou pesquisa e relatório sobre o Projeto Criança Alfabetizada em Pernambuco. Tem trabalhos feitos para a Escola Superior de Advocacia (OAB-PE), Porto Digital, Companhia Editora de Pernambuco (CEPE), Secretaria de Educação de Pernambuco, Associação Bem Comum

(CE), Sistema GGE de Ensino, Revista Imprensa (SP), Diário de Pernambuco e Correio Braziliense. Hoje, colabora com a produção de projetos especiais na Partners Comunicação.

#### **Raquel Domingues – Produtora de conteúdo on e offline**

Jornalista com foco em redação jornalística e publicitária, revisão textual, assessoria de imprensa, copywriting e fotografia. É pós-graduada em Jornalismo Cinematográfico pelo Centro Universitário Una (2012) e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro Universitário Newton Paiva (2011). Ao longo da carreira, atuou em agências de comunicação, veículos de imprensa e empresas de design, atendendo a clientes públicos e privados em funções como redatora, revisora, assessora de imprensa, social media e coordenadora de equipe multidisciplinar. Entre suas experiências destacam-se passagens pela Agência Brasileira de Engenharia Turística (ABET), Fazenda Comunicação e Marketing, Grupo Vittoria de Comunicação, Benedita Comunicação e, atualmente, na Partners Comunicação. Nessas empresas, desenvolveu projetos voltados à comunicação institucional, campanhas publicitárias, redes sociais, eventos culturais e produção de conteúdos para órgãos como Sebrae-MG e Sebrae-TO. Tem domínio de ferramentas digitais como o Pacote Office, Google Workspace, Wordpress, Canva e aplicativos de edição de imagem e vídeo, além de experiência com gestão de projetos e organização corporativa.

#### **Eliane Maciel – Especialista em Media Training**

Jornalista (MTE 35928-RJ), escritora com 19 livros publicados e socióloga formada pela UFF/UNIJUI-RS, acumula mais de 30 anos de experiência em comunicação empresarial, integrada e estratégica. Referência em mediação de conflitos, comunicação socioambiental, responsabilidade social e gestão, já coordenou projetos relevantes para empresas como Petrobras, Vale, Samarco, Neoenergia, Mosaic Fertilizantes, entre outras.

Sua trajetória abrange a atuação em veículos de imprensa de grande circulação – como a Bloch Editores e o Jornal do Brasil – e em projetos de TV educativa e corporativa, como produtora executiva da TV FIRJAN, com mais de 900 horas de conteúdo ao vivo. É também especialista em capacitação de lideranças e porta-vozes, com ampla experiência em media training, comunicação não violenta e relacionamento com públicos diversos.

Atua desde 2013 em programas de treinamento e desenvolvimento, tendo capacitado mais de 450 profissionais – entre diretores, coordenadores e especialistas – em media training, negociação, mediação de conflitos, comunicação com diversos stakeholders e outras habilidades essenciais à comunicação corporativa. Esse impactou organizações como Petrobras, Samarco, Fundação Renova, Vale, Apex Brasil, Neoenergia, Mosaic Fertilizantes, VLI Logística, entre outras.

Sua experiência inclui ainda a cooperação do PARP – Programa de Agentes de Relacionamento da Petrobras, onde desde 2017 liderou workshops e encontros que já formaram cerca de 350 profissionais da companhia – entre

diretores, gerentes e coordenadores – como porta-vozes opostas e preparadas para o relacionamento com públicos estratégicos .

Além de atuar como consultora e treinadora, é autora do livro "Com Licença, Vou à Luta" , que se tornou um best-seller nacional e foi adaptado para o cinema em 1986 , consolidando seu papel como uma voz potente no debate sobre mulheres, trabalho e protagonism

Na esfera pública, foi diretora de Cultura de Petrópolis, onde liderou importantes projetos de revitalização turística e cultural, e contribuiu com a criação do primeiro centro cultural acessível do estado do Rio de Janeiro. Como autora, produziu livros de memória empresarial, materiais pedagógicos e conteúdos institucionais premiados, incluindo o Relatório Anual da Light, vencedor do Prêmio ABERJE de Comunicação Externa (2001).

#### **Liège Camargos – Especialista em Comunicação Interna**

Jornalista pelo Uni-BH. Pós-graduada em Comunicação Empresarial (Faculdade Santo Agostinho), em Marketing (Universidade Fumec) e em Gestão Cultural (Fundação Clóvis Salgado). Possui mais de 25 anos de atuação em comunicação institucional, assessoria de comunicação, relacionamento com a imprensa, gestão estratégica de comunicação e marketing. Especialista em estratégia e conteúdo para redes sociais; produção de conteúdo audiovisual; assessoria e relacionamento com a imprensa; comunicação interna; publicações institucionais (livros, relatórios ambientais, cartilhas, manuais, entre outros); jornais e revistas de empresas (impresso e online); desenvolvimento de carreira e assessoria comercial para influenciadores digitais, gestão de equipes multidisciplinares. Atuou em empresas como Fiat Automóveis, TV Globo, SBT, jornal O Tempo e Ideia Comunicação Empresarial. Atualmente, está como Diretora de Relações Institucionais na Partners Comunicação.

#### **Ângela De Marchi Carneiro – Profissional de Comunicação Plena (Comunicação Digital)**

Jornalista com carreira sólida em comunicação, destacando-se em diversas áreas, como monitoramento, edição de conteúdo, comunicação organizacional e marketing institucional. Teve ampla experiência no Conselho Regional de Medicina do Rio de Janeiro, onde liderou as equipes de comunicação e marketing, contribuindo para o sucesso de campanhas que impactaram positivamente na imagem do Conselho e de seus 65 mil membros. Além disso, gerenciou estratégias de mais de 30 contas digitais em segmentos variados, aplicando suas habilidades criativas e estratégicas para produzir conteúdo eficaz e promover engajamento nas redes sociais. Atualmente, exerce suas habilidades e conhecimentos, atuando como analista de redes sociais. Sua abordagem hands-on e vasta experiência em comunicação contribuem significativamente para a equipe, destacando-se na criação de campanhas digitais de impacto e na produção de conteúdo eficaz para estratégias de marketing online.

**Lorenço Oliveira Borba – Profissional de Comunicação Junior (Comunicação Digital)**

Jornalista formado pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), onde também se especializou em Jornalismo Digital. Com ampla experiência na produção de conteúdo jornalístico e audiovisual, já atuou como repórter no Jornal do Comércio e editor-chefe no Jornal Momento, além de trabalhar como redator na Abajur Propaganda. Atualmente, coordena a conta de comunicação interna na Cemig (MG) e é produtor executivo de projetos contratados por instituições como BNDES, Anatel, Banco da Amazônia e TV Assembleia Legislativa do RS. Também é idealizador e co-apresentador do Cuscocast, podcast em vídeo sobre música e cultura, além de atuar como web designer e produtor independente de conteúdo audiovisual. Suas habilidades incluem produção de diretrizes, edição de texto, coleta e edição de áudio e vídeo, além de UX e desenvolvimento de sites institucionais. É fluente em inglês, tem nível avançado de italiano e segue se aperfeiçoando com oficinas e cursos voltados ao jornalismo narrativo e investigativo.

**Carolina Hilal – Assessora de imprensa**

Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade da Cidade (RJ), pós-graduada em Comunicação Empresarial pela Universidade Cândido Mendes (RJ) e mestre em Psicossociologia pela UFRJ, onde atualmente cursa o doutorado na mesma área. Atua como Coordenadora de Comunicação na Partners Comunicação Integrada, liderando a equipe de atendimento da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar), com foco em assessoria de imprensa, gerenciamento de crises, comunicação estratégica e marketing de conteúdo. Ao longo de sua trajetória, acumulou experiência como diretora de contato na Planin Worldcom, onde coordenou ações para a Embratel, incluindo a atuação durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016. Também trabalhou na FSB Comunicação, atendendo clientes como Cremerj, Hospital Pró-Cardíaco, Copacabana Palace e na Nova Comunicação e Marketing, com foco em assessoria para instituições da área de saúde, educação e eventos. É fundadora da Exodus Comunicação, e já prestou consultoria estratégica em comunicação e marketing digital, atuando também como Account Manager na Alest Consultoria, com gestão de contas empresariais na plataforma Workplace do Facebook. Especialista em comunicação institucional, gestão de crises, CRM, copywriting e transformação digital, é certificada por instituições como Google, Facebook, LinkedIn e ScrumStudy. Possui experiência em docência universitária, formação em coaching, marketing digital e inteligência emocional, além de ser autora do livro "Jornal Comunitário: Comércio e Cidadania Integrados no Bairro" (Editora Multifoco). Desenvolveu e aplicou treinamentos próprios nas áreas de comunicação e desenvolvimento humano, como "Fisque seu Público", "Papo Reto", "IntensaMente RJ" e "Fênix RJ".

**Camila Ianareli – Assessora de imprensa**

Formada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e pós-graduada em Gestão Estratégica da Comunicação pela PUC-MG. Possui mais de 15 anos de experiência profissional e ampla expertise em gestão de equipes em contratos públicos, tendo atuado por 7 anos como Coordenadora de Comunicação no Conselho Regional de Odontologia de Minas Gerais. Tem experiência e conhecimento em produção de conteúdo para web, UX writing,

branding, marketing de relacionamento, interface entre agências de publicidade e assessoria de imprensa. Hoje está como Gerente Nacional de Atendimento na Partners Comunicação.

#### **Jordana Barros – Assessora de imprensa**

Jornalista, professora e pesquisadora com mais de 10 anos de experiência em veículos de imprensa e, principalmente, em assessoria de comunicação. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Piauí, é especialista em Comunicação Empresarial e Institucional pela UFMA e graduanda em Marketing Digital pela Uninter. Já atuou como professora substituta no curso de Jornalismo da UFMA e na pós-graduação em Assessoria de Imprensa, além de colaborar com pesquisas acadêmicas no GCIBER sobre ciberjornalismo e transformações no jornalismo. Como assessora de imprensa, lidera estratégias de comunicação e produção de conteúdo. Hoje, atua como assessora de imprensa no Sebrae Maranhão pela Partners.

#### **José André – Assessor de imprensa**

Pós-graduado em Gestão Estratégica da Comunicação pela FACHA e bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário da Cidade. Com 25 anos de experiência na área, atua hoje como assessor de comunicação pleno na ANS, pela Partners. Ao longo da carreira, consolidou sua atuação em assessoria de imprensa, com passagens por grandes agências como FSB, Edelman, Approach e Textual, além de experiências em empresas e instituições públicas e privadas. Teve participação ativa no relacionamento com a mídia, produção de conteúdo institucional, organização de eventos e gestão de crises, atendendo clientes dos setores de saúde, seguros, construção civil, varejo, economia e cultura. Também possui experiência internacional e formação complementar em mídias sociais, marketing digital e língua portuguesa.

#### **Patrícia Maia Albuquerque Souza – Assessora de imprensa**

Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pelo Centro Universitário IESB (2007) e com pós-graduação em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Faculdade Estácio de Sá. Sua formação complementar inclui cursos em Marketing Digital e em Gestão da Comunicação em Tempos de Crise, além de inglês e espanhol. Com mais de dez anos de experiência em assessoria de comunicação, atuou como assessora de imprensa no Ministério das Cidades, onde participou do desenvolvimento de serviços de mídias digitais, campanhas governamentais e produção de conteúdo institucional. Além disso, coordenou a comunicação da Feira do Livro de Brasília, em 2019, e atuou em outras empresas como responsável pelo planejamento e criação de conteúdo para mídias sociais e gerenciamento de sites.

#### **Rebecca Melo – Assessora de imprensa**

Jornalista com mais de 10 anos de experiência, tendo amplo conhecimento em redação, comunicação corporativa e gestão de mídias digitais. Com seis anos dedicados ao atendimento exclusivo à Comunicação Institucional da Petrobras, destacou-se na elaboração da nova identidade visual e na produção de conteúdos para o site exclusivo à imprensa, Agência Petrobras. Ao longo de sua carreira, atuou em diversas empresas, como Morning Star, Mello Comunicação e Partners Comunicação, desempenhando papéis estratégicos

na produção de material de apoio, cobertura de eventos, análise de clipping, e coordenação de equipes.

Jornalista formada pela Universidade Estácio de Sá, Rebecca complementou sua formação com um MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), recebendo a Medalha Alumni Diamante pela destacada atuação profissional. Além de sua experiência na área corporativa, voluntariou-se na equipe de redes sociais da Pastoral da Comunicação (Pascom) da Paróquia São Francisco Xavier (PSFX).

Atualmente é assessora de Imprensa na Partners, fazendo o atendimento à imprensa para a Transportadora Brasileira Gasoduto Bolívia-Brasil (TBG) e cobertura de férias na Agência Nacional de Saúde (ANS). Realizando análise de clipping, apresentação de eventos, acompanhamento de porta-voz, elaboração de releases, atendimento de pautas e publicação de textos no portal externo e redes sociais.

#### **Maria Isabel de Melo Ribeiro Pordeus – Assessora de imprensa**

Formada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco e com especialização em Gestão de Marcas – Branding pela UFPE, atua há mais de 20 anos na área de comunicação, com forte experiência em assessoria de imprensa, branding e planejamento estratégico. Atualmente, coordena a equipe de assessoria de imprensa terceirizada do Sebrae/PE, liderando ações de relacionamento com a mídia e posicionamento institucional. Esteve por mais de duas décadas na MID Comunicação, onde ocupou cargos de liderança como Diretora de Relacionamento e Conteúdo, atendendo marcas como Elizabeth Revestimentos, Queiroz Galvão, Tambaú Alimentos, Grupo Hebron, Grupo Entre Amigos e Fátima Rendas. Também atuou em projetos de branding e reposicionamento para marcas como Sociedade Brasileira de Computação, Lojas Tropical e Centro Urológico de Pernambuco, desenvolvendo estratégias completas de identidade e comunicação.

#### **Hans von Manteuffel – Fotógrafo**

Fotógrafo com longa trajetória profissional no Brasil, onde reside desde 1990 e se naturalizou brasileiro em 2007. Nascido na Alemanha, atuou como fotógrafo autônomo entre 1991 e 1997, realizando trabalhos para a Fundação de Cultura do Recife, Empetur e empresas como a Coca-Cola, além de colaborar com a revista Match Point, em São Paulo. Foi repórter fotográfico sênior do Jornal do Commercio entre 1998 e 2002, e, posteriormente, participou de campanhas políticas, cobriu eventos culturais e assinou imagens para veículos como a revista Continente Multicultural e Viagem e Turismo da Abril. Trabalhou com grandes marcas e instituições públicas por meio de agências como Ampla e Grouponove, e produziu imagens para livros sobre artistas pernambucanos. Entre 2004 e 2015, atuou como correspondente do jornal O Globo no Recife. Atualmente, trabalha na Compensa pela Partners, sendo responsável pela captação, edição e organização de imagens institucionais para mídias impressas e digitais, incluindo cobertura de eventos, gestão de banco de imagens e produção de conteúdo visual.

**Luís Carlos Fortes de Andrade – Repórter fotográfico**

Formado em Tecnólogo em Fotografia e em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade Cruzeiro do Sul, é repórter fotográfico profissional com registro DRT-DF e filiação ao Sindicato dos Jornalistas Profissionais do DF. Com uma carreira sólida iniciada em 1984, acumula experiências em importantes veículos e agências de comunicação, como BG Press, Bizerra e Gebrim, Haggat Comunicação, Ideorama e Informe Comunicação, com atuações destacadas nos Ministérios dos Transportes e da Educação. Atualmente, atua pela Partners no Ministério da Educação (MEC), sendo responsável pela captação, produção, edição e organização de imagens fotográficas institucionais, alimentando o banco de imagens, o Flickr e os canais oficiais do MEC com fotos jornalísticas de eventos, autoridades e outras demandas estratégicas de comunicação.

**Rafael Barbosa – Profissional especialista em edição de imagens em vídeo**

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela PUC-Minas (2010). Especialista em Gestão de Redes Sociais e Marketing de Conteúdo Avançado pela Rock Content. Tem inglês avançado e italiano intermediário e 15 anos de experiência em produção, captação e finalização de vídeos, motion graphics e fotografia. Com passagem por agências de publicidade, já atuou na produção de conteúdo audiovisual para o portal de Belo Horizonte, em parceria com a Belotur. Internacionalmente, atuou no setor de Marketing de um e-commerce italiano, produzindo material audiovisual dos produtos comercializados e promovendo campanhas de tráfego pago. Atuou também em grandes marcas, como AMBEV (Skol), no carnaval de Ouro Preto; FIEMG, registrando todo o ciclo de palestras Rotas para o Futuro 2014; Vero Internet, no lançamento da marca em evento no Estádio Mineirão, dentre outros. Integrou a staff do grupo musical Trio Parada Dura, produzindo material audiovisual durante viagens e apresentações em todo o território nacional. Ao ingressar no Grupo Partners, atuou também na Agência Lebbe, tendo migrado totalmente para a Partners Comunicação em 2022. Atuou como videomaker, especialista em pós-produção e, atualmente, está como coordenador audiovisual.

**Alonso Thuler de Souza – Profissional especialista em captação, roteirização, edição e organização de conteúdo audiovisual**

Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Braz Cubas, possui duas pós-graduações pela mesma instituição: uma em Docência no Ensino Superior (2015) e outra em Cinema e Linguagem Audiovisual (2021). É registrado como jornalista (MTB 41155-SP) e editor de imagens (DRT 53025-SP). Com mais de 20 anos de experiência, atuou por 17 anos como editor de imagens na TV Diário, afiliada da Globo, e por 11 anos na Universidade Braz Cubas, onde coordenou a produção audiovisual das aulas EaD. Também passou por instituições como Senac, Sebrae-SP, Rede Alto Tietê TV, UNG, Liceu Coração de Jesus e agências como a 4Mentoring e WSM Produtora, acumulando funções como videomaker, editor, cinegrafista, professor e gerente de criação audiovisual. Atualmente atua como produtora audiovisual pleno no Sebrae-SP, por meio da Partners.

**Marcos Rodrigues – Designer Pleno**

Sua formação em Comunicação Visual pela UFRJ, além de cursos extracurriculares que refinaram suas habilidades, é um testemunho de seu comprometimento com a excelência no design gráfico. Além disso, seu envolvimento em projetos voluntários e sua premiação com o Prêmio Aberje por Melhor Jornal Mural demonstram seu talento e dedicação na área de design. É um experiente designer gráfico com uma carreira que abrange três décadas de atuação em diversos setores do design, incluindo editoria, endomarketing, eventos, publicidade e arte-finalização. Seu foco principal reside no desenvolvimento de projetos de design que estejam alinhados com campanhas de marketing, resultando na criação de peças gráficas para mídias variadas, como embalagens, outdoors, frota, billboards e materiais de ponto de venda. Também acumulou experiência valiosa como freelancer e em empresas notáveis, incluindo Coca-Cola Brasil, Laet Comunicação e Agência Pinguim, demonstrando sua habilidade em liderar equipes multidisciplinares e otimizar processos de design.

**Nicole Alves – Designer Junior**

Jornalista formada pela UFOP e técnica em Design Gráfico pelo SENAI, com ampla experiência em design, branding e UX. Atuou por mais de cinco anos como designer na Partners, desenvolvendo identidades visuais, materiais editoriais e campanhas digitais para clientes públicos e privados. Também trabalhou como designer gráfica e redatora na Megali Hub e acumulou experiências como professora de português para estrangeiros em instituições na Colômbia, Peru e no Brasil. No início da carreira, passou pela PlugMinas e PCX Tecnologia, focando em design editorial e materiais didáticos. Possui diversas certificações em UX Writing, UX/UI, Design Thinking e Estratégia de UX, com formações pela Alura, Estação Hack, Aldeia CC e Coderhouse Peru.

**Flávio Figueiredo – Profissional Especialista em Monitoramento**

Graduado em Jornalismo pelo Centro Universitário UNA, com pós-graduação em Gestão e Análise Estratégica de Dados pela PUC Minas. Atua com metrificação, produção e análise de relatórios de sentimentalização e saúde da marca em ambiente digital de clientes. No setor de digital, também desempenha funções de produção e curadoria de conteúdo textual para ações promocionais, informacionais e institucionais no ambiente web, além do planejamento de calendários editoriais, desde a concepção criativa até a comunicação digital, gestão e monitoramento de mídias sociais, SAC 4.0 e atendimento ao cliente. Atualmente, está como supervisor de monitoramento de redes sociais e canais online na Partners Comunicação.



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
 MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
 UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

A REITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS,  
 no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso  
 de **COMUNICAÇÃO SOCIAL/JORNALISMO** no 1º semes-  
 tre de 1985, confere o título de

**BACHAREL**

8

**Simone Caldas Fernandes da Silveira**

*brasileira, nascida a 1º de outubro de 1960, em  
 Anápolis - Goiás,  
 cédula de identidade n.º 1.234.149 - SSP - Go*

e outorga-lhe o presente diploma, a fim de que possa gozar de  
 todos os direitos e prerrogativas legais.

Goiânia, 19 de setembro de 1985

\_\_\_\_\_  
 PROFª MARIA DO ROSÁRIO CASSIMIRO  
 Reitora

\_\_\_\_\_  
 DIPLOMADO

h

SELO DE CONSUL.TA. ITT09633  
 CÓDIGO DE SEGURANÇA: 2489.927-1830.8037  
 Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
 Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
 Empl:R\$8.17 TFA:R\$2.54 Total:R\$10.71 ISS:R\$0.38  
 Consulte a validade deste selo no site: <http://selos.ijmg.jus.br>

1º TABELONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
 Autêntico este documento, composto de folha(s), por mim  
 rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
 fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
 Selo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 2783

SECRETARIA DE JUSTIÇA  
 GOV. VICENTE FERREIRA  
 BELO HORIZONTE, 15 de Novembro de 1989

NO DA  
 ETIQUETA  
 AUG21819Z

DATA DA COLAÇÃO  
DE GRAU 09/09/85

Curso reconhecido pelo  
Decreto n. 76.841 de 17/12/76  
(D.O.U. 18/12/76)



Divisão de Registro Acadêmico — DAA

Controle: n. 691 Livro 3-65 fls. 99-V

Martha Sílvia Rodrigues  
Chefe de Seção de Expediente e Registro de Diplomas

MEC - Universidade Federal de Goiás

Diploma registrado sob o n° 592

Livro 2-C.S. Fls. 97-1

Processo 652040/85-75

Em 23 de outubro de 1985

Walmir Cardoso de Oliveira  
Diretor do Departamento de Assuntos Acadêmicos

CONFERE

EM 30 outubro 1985  
Suzel Maria de Aguiar  
Diretora do D.R.A. - D.A.A. - UFG



# UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO

O REITOR DA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO



no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de ..... **COMUNICAÇÃO SOCIAL** .....

no **2º** período letivo de **1997** e colação de grau a **30 DE JANEIRO DE 1998** ..... confere o título de

**BACHAREL** .....

**SILVIA REGINA BESSA CUNHA**

cédula de identidade nº **4.783.787** órgão expedidor **SSP/PE** .....

filho (a) de **LUIZ BEZERRA DA CUNHA e de MARIA ZUILA BESSA CUNHA** .....

natural de **PERNAMBUCO** nascido (a) a **24 DE MAIO DE 1975** .....

nacionalidade **BRASILEIRA** ..... e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Recife (PE) **26** de **JANEIRO** de **1999**

*elo Sousa Zimels Reulh*  
Diretor de Admissão e Registro

*J. Mendes Jr*  
Reitor

*Silvia Regina Bessa Cunha*  
Diplomado

106

89

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO  
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA  
DIRETORIA DE ADMISSÃO E REGISTRO  
SEÇÃO DE EXPEDIÇÃO E REGISTRO DE DIPLOMAS

Curso de Journalismo  
Reconhecido pelo(a) Decreto nº 62.139,  
de 17 / 01 / 1968, publicado(a) no D.O.U. de 18 / 01 / 1968.

Diploma registrado sob nº 0169/1999, livro EE5-1  
folha 0029, conforme processo nº 0280/1998 - SERD, de  
acordo com a competência fixada no art.48, § 1º, 1ª parte, da Lei 9.394, de  
20/12/96, publicado no D.O.U. de 23/12/96, e a delegação efetivada pela  
Portaria nº 129, de 06 / 10 / 1998, do Magnífico Reitor da  
Universidade Católica de Pernambuco.

Em 18 de fevereiro de 1999

Taciana Barbosa Farias  
Responsável pelo Registro  
**Taciana Barbosa Farias**  
Aux. Administrativo - DAR

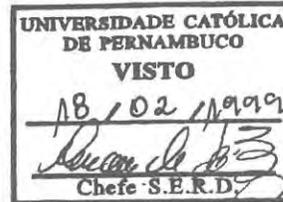
Em 18 de fevereiro de 1999

Miriam de Sá Leitão Barreto  
Chefe da Seção de Expedição e Registro de Diplomas  
**Profª Miriam de Sá Leitão Barreto**

Profª Maria Teresa Barreto de Melo Peretti  
**Profª Maria Teresa Barreto de Melo Peretti**  
Diretora de Admissão e Registro  
Mat. 0315.6-0

*Apostila*

*A portadora do presente diploma completou, nesta Universidade, em 1997/2º semestre, a habilitação em jornalismo. Recife, 26 de janeiro de 1999.*



Ulce Severina Barreto Peretti  
Diretor de Admissão e Registro

Pe. Theodoro Paulo Severino Peters, S.J.  
Reitor

Pe. Theodoro Paulo Severino Peters, S.J.  
REITOR

Profª Maria Teresa Barreto de Melo Peretti  
Diretora de Admissão e Registro

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09635  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 2895.0874.2947.0131  
Quantidade de atos praticados: 1  
Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 TFJ:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://seios.tjmg.us.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215984

1062

PODER JUDICIÁRIO TJMG - CORREDEORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
 Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min. rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé. Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09627  
 CÓDIGO DE SEGURANÇA: 4234.5274.1684.7399  
 Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
 Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
 Emol: R\$8,17 TFC: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
 Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

Nº DA ETIQUETA: ADG215976



# NEWTON PAIVA

Centro Universitário



O Reitor do Centro Universitário Newton Paiva, no uso de suas atribuições, tendo presente o termo de Colação de Grau, conferido no dia 02 de março de 2012 a

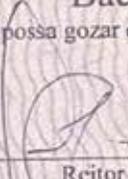
## Raquel Domingues

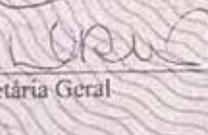
Portadora da Cédula Identidade nº MG-11.120.164/SSP/MG, de nacionalidade Brasileira, nascida em 21 de dezembro de 1989, natural do Estado de MINAS GERAIS, outorga-lhe o presente Diploma de

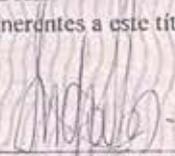
### Bacharel em Comunicação Social

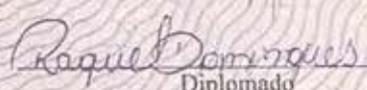
para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais inerentes a este título.

Belo Horizonte, 26 de março de 2012

  
 \_\_\_\_\_  
 Reitor

  
 \_\_\_\_\_  
 Secretária Geral

  
 \_\_\_\_\_  
 Pró-Reitor Acadêmico

  
 \_\_\_\_\_  
 Raquel Domingues  
 Diplomado





	
Centro Universitário Newton Paiva	
Curso: COMUNICAÇÃO SOCIAL	
<small>Reconhecido p/ Dec. 36 no. 77814, publ. D.O.U. 18/05/1976-Renov. P.M.nº264/2011, publ. D.O.U em 19/07/05</small>	
Habilitação em: Jornalismo	
Conclusão:	Registro Acadêmico:
ANO: 2011 Semestre: 2	10810703

DIPLOMA REGISTRADO POR DELEGAÇÃO DE COMPETÊNCIA DO PRESIDENTE DA REPÚBLICA, ATRIBUIÇÃO CONFERIDA PELO ART. 84, INCISO IV DA CONSTITUIÇÃO, NOS TERMOS DO § 4º, ART. 2º, DO DECRETO 5.786, PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, SEÇÃO I, NO DIA 25 DE MAIO DE 2006.

Belo Horizonte, 26 de março de 2012

  
MARLENE ERMELINDA DE MENEZES  
Responsável pelo Registro

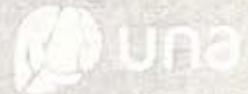
033378

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por meio de rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09632  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 7418.0664.1618.7620  
Quantidade de atos praticados: 1  
Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Eml:R\$8,17 TFJ:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
AD0216981

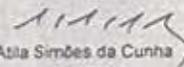


## CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA

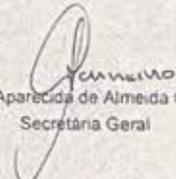
Decreto Federal de 02 de outubro de 2000  
POS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU*

# *Certificado*

Certificamos que *Raquel Domingues*, RG MG-11.120.164, concluiu o curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* - Especialização em *Jornalismo Cinematográfico* - promovido pelo Centro Universitário UNA, no período de 05/03/2012 à 19/12/2012, com a carga horária de 360 horas.

  
Atila Simões da Cunha  
Reitor

Aluno

  
Adriane Aparecida de Almeida Carneiro  
Secretária Geral



### HISTÓRICO ESCOLAR

Data de Conclusão: 15/12/2013

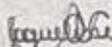
Disciplina	CH	Nota	Situação	Professor	Titulação
* Cenários, Tendências e o Mundo do Trabalho	19	83	Aprovado	David de Melo Costa	Mestre em Administração - UFSC/SC
* Competências Profissionais	24	92	Aprovado	Luciano Andrade Ribeiro	Mestre em Engenharia de Produção - UFSC/SC
Direção de Arte, Fotografia e Som	20	89	Aprovado	Leonardo Ayres Furtado	Mestre em Artes Visuais - UFMG/MG
Direção de cinema	20	91	Aprovado	Rodrigo Silva Nascimento	Mestre em Teoria e Prática de Documentários Curtos - Universidade de Barcelona/ES
Direção de TV	20	78	Aprovado	Claudia Alves Teixeira	Mestre em Artes - UFMG/MG
* Ética e Sustentabilidade	24	79	Aprovado	Juliana Lobo Alben	Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas - PUC/MG
História da TV e Especificidades do Meio Televisivo	20	100	Aprovado	Ana Paula Pátalos Carvalhais Pereira	Mestre em Comunicação Social - PUC/MG
História do Cinema	20	90	Aprovado	Paulo Roberto de Carvalho Barbosa	Doutor em Artes - UFMG/MG
História e estética dos e- visuais para as imagens em movimento	20	85	Aprovado	Luís Cesar Azeiteiro de Carvalho Lafeta	Mestre em Artes - UFMG/MG
História e Teoria da Dramaturgia e do Roteiro	20	90	Aprovado	Fernando Antônio Sales Serra	Mestre em Arquitetura: Crítica e Projeto - Universidade de Barcelona/Spain
Indústria Audiovisual	20	100	Aprovado	Eduardo Dias Fonseca	Mestre em Artes - UFMG/MG
Linguagem e Narrativa Cinematográfica	20	84	Aprovado	Bruno Cesar Simões Costa	Doutor em Comunicação Social - PUC/MG
* Métodos e Técnicas de Pesquisa	19	73	Aprovado	Daniel de Melo Costa	Mestre em Administração - UFSC/SC
Montagem e Edição	20	96	Aprovado	Sérgio Nunes Nepomuceno	Especialista em Artes Visuais - Cultura e Criação - SENAC/MG
Música para Cinema e TV	20	85	Aprovado	Fredson Augusto Viana de Assis Pessoa	Mestre em Artes - UFMG/MG
Novas Tecnologias	20	76	Aprovado	Washington de Avelar Pinho	Mestre em Artes Visuais - UFMG/MG
Práticas Organizacionais	13	83	Aprovado	Rafael Luiz Occorini Nunes	Mestre em Artes Visuais - UFMG/MG
Pré-Produção, Produção e Pós-Produção	20	86	Aprovado	Douglas Ricardo de Costa Miranda Junior	Mestre em Artes - UFMG/MG
Processos de Finalização Audiovisual	20	90	Aprovado	Wesley José Batista Costa	Mestre em Artes Visuais - UFMG/MG
Roteiro Audiovisual	20	95	Aprovado	Eugênio Wagner Martins de Oliveira	Mestre em Artes Visuais - UFMG/MG
Tópicos Especiais	13	100	Aprovado	Fausto Coimbra Alves Pereira	Mestre em Artes - UFMG/MG

Trabalho de Conclusão de Curso  
DOCUMENTÁRIO: REVISÃO

**CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO:** "Considerar-se-á aprovado o aluno que obtiver, em cada disciplina, o total mínimo de 70 (setenta) dos 100 (cem) pontos distribuídos em avaliações e frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária prevista, excluída a frequência para as disciplinas ofertadas a distância."

**DECLARAÇÃO:** Declaramos, para fins de direito, que o curso obedeceu a todas as disposições da Resolução CNE/CES nº 1, de 06/06/2007.

Belo Horizonte, 16 de setembro de 2013

  
Jaqueline Alves Franklin  
Assistente Administrativo

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CONREGORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
 Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
 rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduç  
 fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
 Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09803  
 CÓDIGO DE SEGURANÇA: 3764.8658.4578.6305  
 Quantidade de atos praticados: 1  
 Ato(s) praticado(s) por:  
 Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
 E-mail: R\$8,17 TF: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
 Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg Jus.br>

Nº DA ETIQUETA: ADG216965



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

**UNIJUÍ - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL**  
 Reconhecida conforme Portaria Ministerial nº 497 de 28/06/85, publicada no D.O.U. de 01/07/85.  
 Regionalizada conforme Portarias Ministeriais nº 1629 de 10/11/93 - D.O.U. 11/11/93 e nº 818 de 27/05/94 - D.O.U. 30/05/94.  
 Curso de SOCIOLOGIA reconhecido conforme Portaria Ministerial nº 227, de 22/05/2013, publicada no D.O.U. de 23/05/2013.



IJUÍ - SANTA ROSA - PANAMBI - TRÊS PASSOS

O Reitor da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de SOCIOLOGIA, em 05 de julho de 2014 e a colação de grau em 26 de julho de 2014, confere o título de LICENCIADA a

*Eliane Alves de Souza*

de nacionalidade brasileira, natural de Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, nascida a 17 de abril de 1965, portadora da Cédula de Identidade nº 06980784-0, SEPC/RJ, e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Ijuí (RS), 26 de julho de 2014.

*Cátia S. Gehrke de Medeiros*  
 Cátia S. Gehrke de Medeiros  
 Secretária Acadêmica

*Eliane Alves de Souza*  
 Eliane Alves de Souza  
 Diplomado

*Martinho Luis Keim*  
 Martinho Luis Keim  
 Reitor

uni-bh

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BELO HORIZONTE**  
**MANTIDO PELA FUNDAÇÃO CULTURAL DE BELO HORIZONTE**

CREDENCIAMENTO DE 30.10 PRESIDENTE C.M. DE 23 DE DEZEMBRO DE 1994

**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL - BACHARELADO**

Rec. Processo nº 79.011/MEC de 24/11/1976, mantido pela Portaria nº 1.790/MEC, pub. no DOU de 31/11/1994

**Conclusão:** 2.º semestre de 1994

**Habilitação:** Normalista

Diploma registrado nos termos do art. 2º, § 4º, do Decreto nº 5.786, de 24/05/2006, sob o nº 3843, livro: LR-7, processo nº 393293/2008.

Belo Horizonte, 27 de março de 2008.



Remy da Costa Melo Inácio

Coordenadora de Secretaria *Multicampi*



Marina de Lourdes Utsch Teixeira

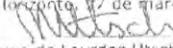
Supervisora do Núcleo de Registro de Diploma

**APOSTILA**

A presente 2ª via foi expedida em virtude do extravio da 1ª via, a qual fica sem validade no caso de ser encontrada.

A 1ª via foi registrada no MEC-UFMG, sob o nº 1773, livro: Col- 12.

Belo Horizonte, 27 de março de 2008

  
Marina de Lourdes Utsch Teixeira

Supervisora do Núcleo de Registro de Diploma

1102

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

7º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE

Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mi-  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodu-  
ção fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09622  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 6138.8130.9102.3756  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 TRF:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

Nº DA ETIQUETA ADG215972



Nº 004235



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS DE BELO HORIZONTE

(RECONHECIDA PELO DECRETO Nº 19.701 DE 11 DE JUNHO DE 1973)



FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA



CERTIFICADO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO-SENSU

O Diretor da Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte, da Fundação Mineira de Educação e Cultura, Prof. Eugênio Frederico Macêdo Loureiro

no uso de suas atribuições, certifica que *Luíza Patrícia de Camargos e Sousa*

concluiu o Curso de Pós-Graduação Lato-Sensu em *Administração de Marketing*

realizado no período de *12 de março de 1996 a 11 de dezembro de 1996, com 396 horas/aula*  
Belo Horizonte, *17* de *novembro* de *1997*

*Luiz Carlos de Almeida Reis*  
COORDENADOR DO CURSO

*Wagner*  
DIRETOR

Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas  
e Contábeis de Belo Horizonte

SETOR DE REGISTRO DE DIPLOMAS

Diploma Registrado na Secretaria da

Faculdade sob o Nº 0754

Livro Nº 001 Folhas 16 V

Belo Horizonte, 17/11/2014

\_\_\_\_\_  
FUNCIONÁRIO ENCARGADO



10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE

Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduç  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fe.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09623

CÓDIGO DE SEGURANÇA: 5341.1318.9824.2976

Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:

Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado

Emol: R\$8,17 TFA: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38

Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215973

111a



# Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

*O Reitor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, no uso das atribuições que lhe confere a Legislação e o Estatuto da Universidade, tendo em vista a conclusão e a respectiva colação de grau do Curso Superior de*

## COMUNICAÇÃO SOCIAL

*realizada no dia 23 de janeiro de 2004 por*

**ÂNGELA DE MARCHI CARNEIRO**

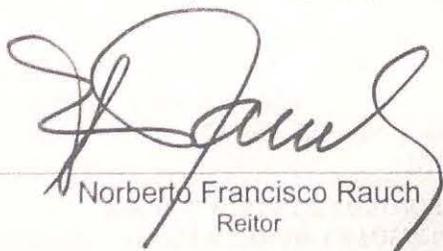
*brasileira, portadora da cédula de identidade nº 1068591815-SJS-RS, nascida a 10 de junho de 1982, em Porto Alegre, Estado do Rio Grande do Sul, manda passar-lhe o presente diploma de*

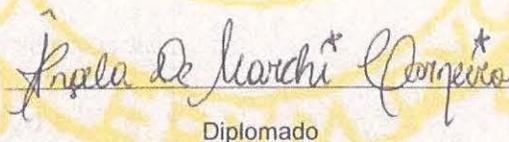
## BACHAREL EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

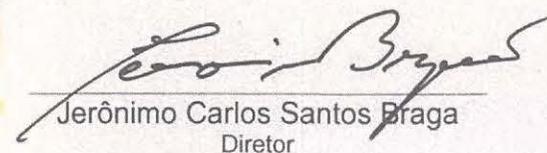
Jornalismo Impresso, Radiofônico, Televisionado e Cinematográfico

*para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.*

*Porto Alegre, 23 de janeiro de 2004.*

  
Norberto Francisco Rauch  
Reitor

  
Diplomado

  
Jerônimo Carlos Santos Braga  
Diretor

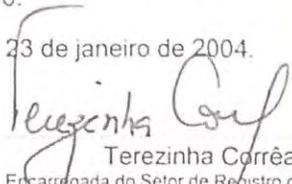


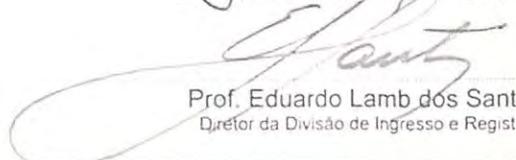
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO  
DIVISÃO DE INGRESSO E REGISTRO

Curso reconhecido pelo Decreto nº 39008/56 publicado no Diário Oficial de 16 de abril de 1956.

Diploma registrado sob nº 707 - fls. 241 do livro S2-00031, de acordo com o artigo 48, parágrafo 1º, da Lei 9394 de 20 de dezembro de 1996.

Porto Alegre, 23 de janeiro de 2004.

  
Terezinha Corrêa  
Encarregada do Setor de Registro de Diplomas

  
Prof. Eduardo Lamb dos Santos  
Diretor da Divisão de Ingresso e Registro

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09616  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 0533.1825.4247.2402  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lícas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emoi:R\$8,17 TFI:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
ADG215968



112a



# Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

*O Reitor da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, no uso das atribuições que lhe conferem a Legislação e o Estatuto da Universidade, tendo em vista a conclusão e a respectiva colação de grau do Curso Superior de*

## COMUNICAÇÃO SOCIAL

*realizada no dia 3 de agosto de 2013 por*

**LORENÇO OLIVEIRA BORBA**

*brasileiro, portador da cédula de identidade nº 2077250071-SJS-RS, nascido a 1 de agosto de 1990, em Osório, Estado do Rio Grande do Sul, manda passar-lhe o presente diploma de*

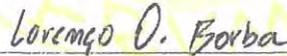
**BACHAREL EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**  
**Jornalismo**

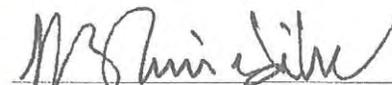


*para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.*

*Porto Alegre, 3 de agosto de 2013.*

  
\_\_\_\_\_  
Joaquim Clotet  
Reitor

  
\_\_\_\_\_  
Lorencço O. Borba  
Diplomado

  
\_\_\_\_\_  
João Guilherme Barone Reis e Silva  
Diretor

113

113

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA  
COORDENADORIA DE REGISTRO ACADÊMICO

Curso reconhecido pelo Decreto 39008/56 publicado no Diário Oficial de 16 de abril de 1956.

Diploma registrado sob nº 643 - fls. 236 do livro S2-00059, de acordo com o artigo 48, parágrafo 1º, da Lei 9394 de 20 de dezembro de 1996.

Porto Alegre, 3 de agosto de 2013.

Terezinha Corrêa  
Encarregada do Núcleo de Diplomas

Prof.ª Ana Cristina Benso da Silva  
Coordenadora de Registro Acadêmico



10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé  
Beio Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09620  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 6111.4255.1702.7107  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFE: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215971



113a



# ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN FAMECOS



Concede a

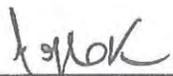
## Lorenço Oliveira Borba

de nacionalidade brasileira, portador da cédula de identidade nº 2077250071-SJS-RS, nascido em 01 de agosto de 1990, em Osório - RS, **CERTIFICADO DE PÓS-GRADUAÇÃO** por ter concluído, de acordo com a legislação vigente, na área de Ciências Sociais Aplicadas, a Especialização em

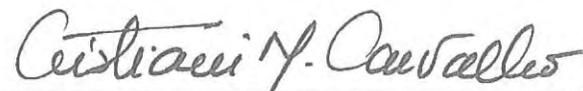
### Jornalismo Digital



Porto Alegre, 24 de fevereiro de 2021

  
Adriana Justin Cerveira Kampff  
Pró-Reitora de Graduação e Educação Continuada

  
Lorenço Oliveira Borba  
Aluno

  
Cristiane Mafacioli Carvalho  
Decana

114

11

Disciplinas	Ano/Sem.	Créd.	Car.Hor.	Graus	Professores e Convidados
ANIMAÇÃO E VISUALIZAÇÃO DE DADOS	2016/2	2	30	10,0	THOMAZ REZENDE (ESPECIALISTA)
CIBERJORNALISMO	2017/2	2	30	9,7	KAREN SICA DA CUNHA (DOUTORA)
GAMIFICAÇÃO E NEWSGAMES	2016/1	2	30	9,0	ANDRE FAGUNDES PASE (DOUTOR)
GESTÃO DE PRODUTOS DIGITAIS	2017/1	2	30	10,0	FILIPPE SPEK (MESTRE)
HIPERMÍDIA: INTERFACES DIGITAIS	2016/2	3	45	10,0	ANDREIA DENISE MALLMANN (DOUTORA)
INOVAÇÃO E METODOLOGIA EM PROJETOS DIGITAIS	2017/1	1	15	10,0	ANDREIA DENISE MALLMANN (DOUTORA)
INTERAÇÃO EM REDES SOCIAIS	2016/1	2	30	9,5	RAFAEL FLORES TERRA (ESPECIALISTA)
JORNALISMO DIGITAL E MOBILIDADE	2017/1	2	30	9,7	MARCELO CRISPIM DA FONTOURA (MESTRE)
JORNALISMO GUIADO POR DADOS	2016/1	2	30	10,0	NATÁLIA P. MAZOTTE CORTEZ (MESTRA)
NARRATIVAS HIPERTEXTUAIS	2016/1	2	30	7,8	LEONARDO FOLETTO (MESTRE)
ORIENTAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO - TCC	2017/2	—	3	10,0	SILVANA MARIA SANDINI (DOUTORA)
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL E FORMATOS DIGITAIS	2016/1	3	45	10,0	ROBERTO TIETZMANN (DOUTOR)
RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS EM MEIOS DIGITAIS	2016/2	1	15	9,0	SILVANA MARIA SANDINI (DOUTORA)

Trabalho de Conclusão. MEMO&#769;RIAS DE PRE&#769;DIOS. UM PRODUTO DE NARRATIVA MEMORIAL. . Grau: 10,0

Total de Horas: 363

Total de Créditos: 24

Período: 18/03/2016 a 10/11/2020

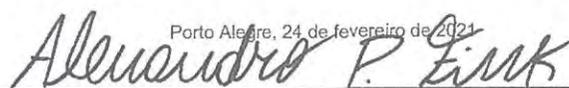
Coordenador: Andréia Denise Mallmann

Decana: Cristiane Mafacoli Carvalho

Registro sob o nº: 781

fls.: 122

do Livro: 34

Porto Alegre, 24 de fevereiro de 2021  


Alessandro Pacheco Fink  
 Coordenador de Registro Acadêmico

Para ser aprovado, o aluno deve obter:

I. Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) às atividades presenciais programadas de cada disciplina, salvo cursos EAD;

II. Grau final não inferior a 6,0 (seis) em cada disciplina;

III. Grau não inferior a 7,0 (sete) no trabalho de conclusão do curso.

Os graus são estabelecidos de 0,0 (zero) a 10,0 (dez).

A Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS - é uma Universidade reconhecida pelo Decreto Federal nº 25.794, de 09 de novembro de 1948 (D.O.U de 11/11/1948), e recredenciada pela portaria no. 694, de 28 de maio de 2012 (D.O.U de 29/5/2012). O referido curso está de acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação nº. 9.394/96 e demais normas da Universidade. Declaramos que o curso cumpriu todas as disposições da Resolução CNE/CES Nº 01/2018.

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

19º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE

Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé. Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09625

CÓDIGO DE SEGURANÇA: 9846.3762.4440.848

Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:

Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado

Emol: R\$8,17 TFI: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38

Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA ADG216974

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mi  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodu  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09604  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 3948.8925.4509.2176  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFC: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



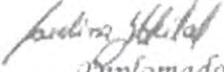
Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215956

UNIVER  
CIDADE

O Reitor do Centro Universitário da Cidade do Rio de Janeiro - Univercidade no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL, em 5 de outubro de 2005, confere o título de BACHAREL EM COMUNICAÇÃO SOCIAL, a CAROLINA SANTOS HILAL, portadora da Cédula de Identidade nº 129556577, expedida pelo IFP/RJ, nascido(a) a 31 de março de 1982, natural Estado de SÃO PAULO e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Rio de Janeiro, 1 de Novembro de 2006

  
Secretário(a) geral

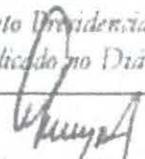
  
Diplomado(a)

  
Reitor

Centro Universitário da Cidade

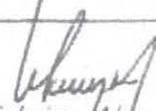
Curso de Comunicação Social

Reconhecido pelo Decreto Presidencial nº 81.277  
de 31/01/1978, publicado no Diário Oficial de 01/02/1978

  
Prof. Gelmires Alves da Silva  
Secretário Geral

Apostila

Concluiu a habilitação em  
Jornalismo em 05/10/2005

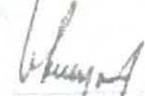
  
Prof. Gelmires Alves da Silva  
Secretário Geral

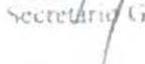
  
Prof. Antonio Melo Alvarenga Neto  
Reitor

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA CIDADE

Por delegação de competência conferida pelo Decreto nº  
3.860, publicado no D.O.U. de 10/07/2001 e Parecer  
CNE/CES 250/02, publicado no Diário Oficial de  
02/09/2002.

O diploma fica registrado sob o nº 5230 -  
livro 03 fls 89 em 21/11/06  
Processo nº 006738  
Rio. de J. 11.06

  
Secretário Geral

  
Setor de Diplomas



018061



## CERTIFICADO

A Universidade Candido Mendes – UCAM com base na legislação em vigor e nos seus respectivos Estatutos e Regimentos, certificam que

**CAROLINA SANTOS HILAL DE ALBUQUERQUE**

concluiu com aproveitamento o Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*,  
Especialização, com 360 horas, em

**COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL**

Rio de Janeiro, 08 de junho de 2018.

Marcelo Antonio de Oliveira Alves de Moura  
Coordenador de Pós-Graduação e Extensão

Aluno (a)

Andreya Mendes de Almeida Scherer Navarro  
Diretora



116a

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09613  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 8351.7767.9441.7702  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferrelra - Escrevente Autorizado  
Emai: R\$8,17 TFJ: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215970



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
Centro de Filosofia e Ciências Humanas  
Instituto de Psicologia

Programa EICOS – Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social

## DECLARAÇÃO

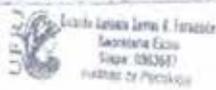
Declaro para os devidos fins que no dia 29 de junho de 2020, **CAROLINA SANTOS HILAL DE ALBURQUERQUE** defendeu sua dissertação de Mestrado, neste curso de Pós-Graduação, cujo trabalho é intitulado "O abuso sexual no espaço público: narrativas digitais do sofrimento".

A aluna foi aprovada e declarada apta a receber o título de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O PPG em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social é curso *stricto sensu* reconhecido plenamente e consta na página oficial da CAPES ([https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/programa/viewPrograma.jsf?popup=true&cd\\_programa=31001017101P9](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/programa/viewPrograma.jsf?popup=true&cd_programa=31001017101P9)).

Declaro ainda que o processo de confecção de diploma de Mestrado da interessada não foi finalizado, devido ao atraso causado pela troca de sistema administrativo de processos na UFRJ nos últimos meses, não tendo no momento, prazo para sua conclusão.

Rio de Janeiro, 21 de janeiro de 2021

  
  
Luciana Santos Lima K. Ferreira  
Secretaria Eicos  
Supl. (030367)  
Instituto de Psicologia



10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09640  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 8338.2207.6456.8847  
Quantidade de atos praticados: 1  
Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 TFl:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <http://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215989



UNIVERSIDADE FUMEC  
 FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS



A Reitora da Universidade FUMEC, tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social

em 20 de dezembro de 2006,

confere o grau de Bacharel em Comunicação Social

a Camila Tanareli do Couto

nacionalidade Brasileira natural de Belo Horizonte/MG

nascido(a) em 17 de março de 1984, RG MG-11.084.426 SSP/MG

a quem outorga este diploma, para que possa usufruir de todas as prerrogativas e direitos concedidos pela lei.

Belo Horizonte, 30 de agosto de 2007

Divina  
 Pró-Reitora de Ensino, Pesquisa e Extensão  
 Divina Sebastiana Lara Vivas

Romilda Silva  
 Reitora  
 Romilda Rachel Soares da Silva

Camila Tanareli do Couto  
 Diplomado (a)

118

*[Handwritten mark]*

15

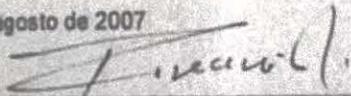
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Reconhecimento renovado pelo Decreto Estadual de 31 de agosto de 2004.

UNIVERSIDADE FUMEC / FCH

Habilitação: Jornalismo

Belo Horizonte, 30 de agosto de 2007



Gestor (a) de Ensino

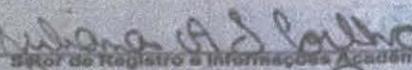
Credenciada pelo Decreto Estadual n.º 43.776, de 2 de abril de 2004, publicado no *Minas Gerais*, em 3 de abril de 2004. Diploma registrado nos termos do art. 48 da Lei Federal n.º 9.394, de 20 de dezembro de 1996.

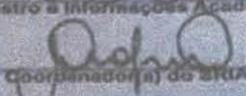
Processo n.º: 5843

Registro n.º: 03/CS200425

Belo Horizonte, 05 de setembro de 2007

Minas Gerais - Brasil

  
Diretor de Registro e Informações Acadêmicas - BRUA

  
Coordenador(a) do BRUA

UNIVERSIDADE  
FUMEC

05698

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09617

CÓDIGO DE SEGURANÇA: 5887.7898.0768.3364

Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:

Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado

Emol: R\$8,17 TFJ: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38

Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215969





# UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

FUNDAÇÃO INSTITUÍDA NOS TERMOS DA LEI Nº 5.152 DE 21-10-1966

O Reitor da Universidade Federal do Maranhão, com a autoridade que lhe confere o Regimento Geral, tendo em vista os termos da Ata de Colação de Grau realizada no dia vinte de janeiro de dois mil e onze, confere a

**JORDANA FONSECA BARROS**

nacionalidade Brasileira, natural de Imperatriz - MA,

nascido(a) em 13 de janeiro de 1989, identidade nº 192:61320010 SSP/MA, o presente Diploma de

**BACHAREL EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas concedidos a este título pelas leis da República.

Fão Luis (MA) 07 de abril de 2011

*[Assinatura]*  
Reitor

*[Assinatura]*  
Pró-Reitor de Ensino

*[Assinatura]*  
Diplomada

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09606  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 4191.4981.6280.9320  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TF: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
ADG216958

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO - CAMPUS II IMPERATRIZ  
Reconhecido pelo(a) Portaria do MEC nº 40, de 12.12.2007,  
publicado no DOU de 13.12.2007.

**MEC - UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO**  
**PRÓ-REITORIA DE ENSINO**  
**DIVISÃO DE REGISTRO DE DIPLOMAS**

Diploma Registrado Sob o 42480  
Livro nº. 127 Fis. nº. 39416  
em 07/04/11, Processo nº. 0002/11-60  
Art 48 da Lei n. 9.394/96.

-----  
*Dayse Maria Menezes Moreira Mal*  
Dayse Maria Menezes Moreira Mal 4937 9  
Diretora da Divisão de Registro de Diplomas - DIRED

VISTO: *M. Barros*  
-----  
Prof. Ms. Manoel de Jesus Barros Martins - Matr. 5802-5  
Diretor do Departamento de Desenv. e Org. Acadêmica - DEDAC



*Natalino Salgado Filho*  
PROF. DR. NATALINO SALGADO FILHO  
Reitor

1192

004631

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

UFMA



# UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

FUNDAÇÃO INSTITUÍDA NOS TERMOS DA LEI N° 5.152, DE 21-10-1966

O Pró-Reitor de Pesquisa e Pós Graduação, no uso de suas atribuições legais e tendo em vista a conclusão do Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional realizado no período de 22/ 1/ 2016 a 21/ 7/ 2017, com carga horária de 390 horas, confere o presente

Certificado a Jordana Fonseca Barros

nascido(a) em 13 de 1 de 1989, nacionalidade Brasileira

natural de Imperatriz - MA cédula de identidade n° 19216132001-0 SSP-MA

São Luis, 16 de agosto de 2018

Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Coordenador

Jordana Fonseca Barros  
Aluno(a)

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mi-  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodu-  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09608  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 8910.7391.5731.9656  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emel:R\$8,17 TFl:R\$2,54 Total:R\$10,71 IS:R\$0 38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215960

120

12

DISCIPLINAS	DOCENTES	TITULAÇÃO	CH	CR	PERÍODO	CONCEITO
1. Assessoria para Órgãos Públicos e Projetos Sociais	Yara Medeiros dos Santos	Mestre	30	2T	22 a 24.01.2016	A
2. Crítica de Mídia	Miguel Angel Lumillos Garcia	Doutor	30	2T	29 a 31.01.2016	B
3. Assessoria Política	Alexandre Zarate Maciel	Mestre	30	2T	19 a 21.02.2016	A
4. Novas Formas de Gestão Voltadas para a Comunicação	Leonardo Leecádio Coelho de Souza	Doutor	30	2T	04 a 06.03.2016	A
5. Memória Empresarial e Institucional	Roseane Archanjo Pinheiro	Doutor	30	2T	11 a 13.03.2016	A
6. Redação para Produtos de Assessoria de Comunicação	Thaísa Cristina Bueno	Doutor	30	2T	29 e 30.04; 01.05.2016	A
7. A imagem na Assessoria de Comunicação	Vitor Curvelo Fontes Belém	Doutor	30	2T	20 a 22.05.2016	A
8. Fundamentos da Gestão de Conhecimento	Jaqueline Rossato	Doutor	30	2T	03 a 05.06.2016	B
9. Comunicação Organizacional	Leila Lima de Sousa	Mestre	30	2T	15 a 17.07.2016	A
10. Assessoria e as Novas Rotinas no Jornalismo	Giovana Borges Mesquita	Doutor	30	2T	19 a 21.08.2016	A
11. Novas Tecnologias em Comunicação	Livia Cirne de Azevedo Pereira	Doutor	30	2T	9 a 11.10.2016	A
12. Produtos jornalísticos em Assessoria de Comunicação	Marco Antônio Gehlen	Doutor	30	2	25 a 27.11.2016	A
13. Metodologia Científica e Elaboração de Projetos	Denise Cristina Ayres Gomes	Doutor	30	2T	02 a 04.12.2016	A

TÍTULO DA MONOGRAFIA: Carreira e Trabalho: Quem é o assessor de comunicação em Imperatriz (MA)?



RESULTADO FINAL	
FREQUÊNCIA GERAL	100%
CONCEITO MONOGRAFIA	A
CONCEITO GERAL	A
TOTAL DE CRÉDITOS	26 T
TOTAL DE HORAS / AULA	390h

Aprovação no CONSEPE:  
Resolução nº 1047/2013  
Área de conhecimento: Comunicação

MEC - UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
DIVISÃO DE REGISTRO DE DIPLOMAS

Certificado Registrado sob nº 15653, Livro nº 22

Fol. nº 18869 em 12/09/2018  
Art. 48 da Lei 9.394/96

Romildo Nunes Costa - Mat. 1908616  
Diretor da Divisão de Registro de Diplomas - DIREDD  
VISTO

*Silvia Duailibe*  
Silvia Cr. Lima Duailibe Costa - Mat. 0406520  
Diretora do DEOAC / PROEN

LEGENDA		
A - Excelente	C - Suficiente	T - Teórico
B - Bom	D - Insuficiente	P - Prático
AE - Aproveitamento de Estudo	E - Estágio	

Universidade Federal do Maranhão  
Fundação Instituída pela Lei Nº 5.152 de 21/10/1966 e  
recredenciada pela Portaria MEC Nº 339 de 10 de março de 2017.

Curso realizado de acordo com as determinações da  
Resolução CNE/CES nº 1, de 8 de junho de 2007

007619

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ



O Reitor da Universidade Federal do Piauí, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de **MESTRADO ACADÊMICO em COMUNICAÇÃO**, confere o título de **MESTRA em COMUNICAÇÃO** a **JORDANA FONSECA BARROS**, nascida no dia 13 de janeiro de 1989, identificada pelo CPF 030.457.553-48 e outorga-lhe o presente Diploma a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Teresina/PI, 25 de novembro de 2021.

*Regilda Saraiva dos Reis Moreira Araújo*  
Regilda Saraiva dos Reis Moreira Araújo  
Pró-Reitora de Ensino de Pós-Graduação

*Gildasio Guedes Fernandes*  
Gildasio Guedes Fernandes  
Reitor

*Jordana Fonseca Barros*  
Jordana Fonseca Barros  
Diplomada



1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mi-  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodu-  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09607  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 5701.0970.8860.4323  
Quantidade de atos praticados: 1  
Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFJ: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215959

121

13



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
 PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
 COORDENADORIA DE PROGRAMAS STRICTO SENSU



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
 PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
 COORDENADORIA DE PROGRAMAS STRICTO SENSU  
 Serviço de Registro e Controle Acadêmico de Pós-Graduação

Diploma registrado sob n.º 36.01, do Livro 01/2016, Folha n.º 901, de acordo com o disposto no Artigo 48 da Lei 9394/96.

Processo n.º 23111.048843/2021-14.

Teresina, 25/11/2021.

*Romana Eli Ribeiro Castro*  
 Serviço de Registro de Pós-Graduação

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ  
 PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
 COORDENADORIA DE PROGRAMAS STRICTO SENSU

Programa de Pós-Graduação em **Comunicação** em nível de **Mestrado Acadêmico**, Área de concentração **PROCESSOS COMUNICACIONAIS**  
 Curso avaliado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e reconhecido como o disposto na Portaria MEC n.º 978, de 26/07/2012, publicada no DOU de 26/07/2012, parecer CES/CNE n.º 244/2011, de 05/07/2011

Teresina, 25/11/2021.

*Francisco de Lima de Sousa Nascimento*  
 Coordenador de Programas Stricto Sensu

05E834

12/12

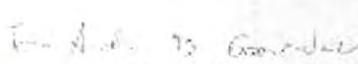
**UNIVER  
CIDADE**

O Reitor do **Centro Universitário da Cidade - UniverCidade** no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de **COMUNICAÇÃO SOCIAL** em **13 DE ABRIL DE 2005**, confere o título de **BACHAREL EM COMUNICAÇÃO SOCIAL** a **JOSÉ ANDRÉ BORGES GONZALEZ** portador(a) da Cédula de Identidade nº **124019217**, expedida pelo **IFP/RJ** nascido(a) a **7 de Novembro de 1980**, naturalidade **RIO DE JANEIRO** e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Rio de Janeiro, 15 de Agosto de 2006

  
Secretário(a) geral

  
Reitor

  
Diplomado

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mi-  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodu-  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09609  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 7674.7712.7703.814  
Quantidade de atos praticados: 1

Atos praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFE: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215961

122

122

Centro Universitário da Cidade  
Curso de Comunicação Social  
Reconhecido pelo Decreto Presidencial nº 81.277  
de 31/01/1978, publicado no Diário Oficial de 01/02/1978.

*[Handwritten Signature]*  
Prof. Gabriel Alves da Silva  
Secretário Geral

Aprovada  
Condição e Habilitação em  
Jornalismo em 13/04/2005

*[Handwritten Signature]*  
Prof. Gustavo Abel da Silva  
Secretário Geral

*[Handwritten Signature]*  
Prof. Antonio Melo Albuquerque Neto  
Reitor



CENTRO UNIVERSITÁRIO DA CIDADE  
Por delegação de competência conferida pelo Decreto nº  
3.880, publicado no D.O.U. de 10/07/2001 e Parecer  
CNE/CES 250/02, publicado no Diário Oficial de  
02/09/2002.  
O diploma fica registrado sob o nº 262.004  
livro 023 de 2004 em 16/05/06.  
Processo nº 00.05.063  
RUA RECIFE  
*[Handwritten Signature]*  
Secretaria Geral  
*[Handwritten Signature]*  
Laciana Provença  
Setor de Diplomas

019967



# Centro Universitário IESB

CENTRO UNIVERSITÁRIO INSTITUTO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR DE BRASÍLIA



A REITORA DO CENTRO UNIVERSITÁRIO IESB CONFERE O TÍTULO DE

## BACHAREL

A

*Patrícia Maia Albuquerque*

de nacionalidade Brasileira, nascida no Distrito Federal, no dia 5 de março de 1980, documento de identificação 1847785 SSP/DF, tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social, no dia 08 de dezembro de 2007 e lhe outorga o presente Diploma a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Brasília, 08 de dezembro de 2007

*[Assinatura]*  
Diplomado(a)

*[Assinatura]*  
Reitora

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE

Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09631

CÓDIGO DE SEGURANÇA: 2098.8490.0005.0767

Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:

Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado

Emol:R\$8,17 TFP:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38

Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
ADG215980

123

FD

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

**CRENCIAMENTO**

Centro Universitário Instituto de Educação Superior de Brasília-IESB, Credenciado pela Portaria MEC Nº 1.523, de 19 de outubro de 2011, publicada no Diário Oficial da União Nº 207, Seção 1, de 20 de outubro de 2011, p.7.

**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**Habilitação: Jornalismo**  
**Título: Bacharel**

Reconhecimento: Portaria Normativa MEC Nº 40, de 12 de dezembro de 2007, D.O.U Nº 239, Seção 1, pp. 39 à 43.

O(A) Diplomado(a), concluiu nesta Instituição a  
**Habilitação: Jornalismo**

Brasília, 08 de dezembro de 2007

*Eda Coutinho*  
Reitora

**CENTRO UNIVERSITÁRIO IESB**

Diploma registrado por delegação do Ministério da Educação (MEC) nos termos do Decreto Nº5786, de 24 de maio de 2006, publicado no Diário Oficial da União Nº 99, Seção 1 de 25 de maio de 2006, p.9.

Registro nº 1376                      Processo nº 247555

Livro nº 12                              Folha nº 276

Data de Registro 08 de março de 2012

*Rosani Prado Bastos*  
Rosani Ribeiro Prado Bastos  
Secretária Geral



1497

Eda Coutinho Barbosa Machado de Souza  
Reitora

APOSTILA DE SEGURANÇA  
0411022056-PATRICIA MAIA ALBUQUERQUE  
RG: 1847785 - SSP/DF  
Nascimento: BRASILIA - DF  
Data de Conclusão: 08 de dezembro de 2007

12300

UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ

COMUNICAÇÃO SOCIAL

20/08/2012

BACHARELA EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

REBECCA BARBOSA DE MELLO

21.522.654-9

SESP/RJ

25/09/1988

RIO DE JANEIRO

31

Agosto

2012

*Handwritten signature in red ink*



*Handwritten signature in blue ink*



124

05

Reitora: PAULA CALEFFI

Secretária Geral: THEREZA CHRISTINA A. VILLELA TEIXEIRA

Curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL  
Reconhecido pelo Decreto Federal nº 76135  
D.O.U. 15/08/1975

### APOSTILA

O(a) diplomado(a) concluiu nesta Universidade a habilitação em JORNALISMO.

Rio de Janeiro, 31/08/2012.

Adriana Araujo  
Supervisora  
Serviços Acadêmicos

## UNIVERSIDADE ESTÁCIO DE SÁ

DIPLOMA registrado sob o nº 0003141  
Localização K no Sistema Informatizado  
de Registro de Diplomas em 31/8/2012  
Processo nº SRD/194251/2012 nos termos do  
art. 48 §1º Lei 9394, de 20/12/1996.

Secr. de Registro de Diplomas 31/8/2012

Funcionário Responsável

Luiz Oliveira Guimarães

Assistente Administrativo

Secretário da S.R.D.



O Registro de nº 000  
em 31/8/2012, refere-  
habilitação em JORNAL

SRD 31/8/2012

Secretário da S.R.

Assistente Administrativo

Assistente Administrativo

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09636  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 7838.8838.6640.9309  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TF: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://seios.tjmg.jus.br>

NOTARIAL DO 10º OFÍCIO  
BELO HORIZONTE-MG

Nº DA ETIQUETA  
ADG215986



# Universidade Católica de Pernambuco

O REITOR DA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO



no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do curso de

**COMUNICAÇÃO SOCIAL**

no 1º período letivo de 2000 e colação de grau a

**18 DE JULHO DE 2000**

, confere o título de

**BACHAREL**

a

**MARIA ISABEL DE MELO RIBEIRO**

cédula de identidade nº **4.751.801**

SSP/PE

órgão expedidor

filha de **ARI MANOEL MELO RIBEIRO e de MARY CELIA DE MELO RIBEIRO**

natural de **BAHIA**

nascida(a) a **10 DE SETEMBRO DE 1977**

nacionalidade **BRASILEIRA**

e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Recife (PE), **28** de **JUNHO** de **2002**

*mozumatti*  
Diretor de Admissão e Registro

*Elhend Molloy*  
Reitor em Exercício

*Maria Isabel de Melo Ribeiro*  
Diplomado



Universidade Católica de Pernambuco  
Pró-reitoria Acadêmica  
Diretoria de Admissão e Registro  
Seção de Expedição e Registro de Diplomas

Curso de JORNALISMO

Reconhecido pelo(a) Decreto nº 62.139

de 17 / 01 / 1968, publicado(a) no D.O.U. de 18 / 01 / 1968

Diploma registrado sob nº 1154 - 2002, livro CC5 - 3

folha 193, conforme processo nº 0908 - 2002 - SERD

de acordo com a competência fixada no art. 48, § 1º, 1ª parte, da Lei 9.394, de 20/12/96, publicado no D.O.U. de 23/12/96, e a delegação efetivada pela Portaria nº 129, de 06/10/1998, do Magnífico Reitor da Universidade Católica de Pernambuco.

Em 05 de Julho de 2002

José Alexandre Ramos da Silva  
Responsável pelo Registro

**José Alexandre Ramos da Silva**  
Aux. Adm. - Mat. 3862.5-0

Miriam de Sá Leitão Barboza  
Chefe da Seção de Expedição e Registro de Diplomas

**Profª Miriam de Sá Leitão Barboza**

Maria Teresa Barreto de Melo Peretti  
Diretor de Admissão e Registro

**Profª Maria Teresa Barreto de Melo Peretti**

De acordo com as alterações do Estatuto desta Universidade, a Pró-reitoria Acadêmica passou a denominar-se Pró-reitoria de Graduação e Extensão.

APOSTILA

A diplomada completou, nesta Universidade, os créditos necessários à habilitação em Jornalismo.

Recife, 28 de junho de 2002.

Maria Teresa Barreto de Melo Peretti  
Diretora de Admissão e Registro

Erhard Cholewa  
Reitor em Exercício

Prof. Erhard Cholewa  
Pró-reitor de Graduação e Extensão  
no exercício da Reitoria

Profª Maria Teresa Barreto de Melo Peretti  
Diretora de Admissão e Registro



PODER JUDICIÁRIO TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Bele Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09638  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 9571.9117.36822819  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFC: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
ADG215987

006075



FGVONLINE-0/GECOMEAD-00/4720/2009

FUNDAÇÃO  
GETULIO VARGAS

O Diretor da Escola de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getulio Vargas confere a

MARIA ISABEL DE MELO RIBEIRO

Certificado do Curso

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

Nível Extensão, com 30 horas-aula, realizado pelo Programa FGV Online, no período de Fevereiro/2009 a Abril/2009, conferindo-lhe o grau 10.

Rio de Janeiro, 28 de abril de 2009.

Flavio Carvalho de Vasconcelos  
Diretor da EBAPE/FGV



PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mim rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09630  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 5603.7686.0376.6950  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 Tfu:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://seios.tjmg.jus.br>

Nº DA ETIQUETA ADG216979

CAD



VERSO  
EM BRANCO



VERS  
O  
EM BRANCO



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO



UNIVERSIDADE  
FEDERAL  
DE PERNAMBUCO

PRÓ-REITORIA PARA ASS  
DE PESQUISA E PÓS-GR



PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduçã  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09614  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 0125.5767.2737-3822  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 TFE:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <http://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215966

Certificamos que Maria Isabel de Melo Ribeiro

frequentou e obteve média final 8,74 no Curso de Pós-Graduação Lato Sensu,

em Nível de Especialização, em Gestão de Marcas

promovido pelo Departamento de Ciências Administrativas

no período de novembro de 2011 a outubro de 2013 com um total de 360 horas.

Recife(PE), 07 de dezembro de 2015

  
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação  
Ernani R. de Carvalho Neto  
SIAPE - 1547096

  
Maria Isabel de Melo Ribeiro  
Concluinte

  
Coordenadora do Curso  
Profª Christianni Marçal  
Coordenadora Geral do Programa  
MBA Executivo - UFPE

8

## DISCIPLINAS

Branding e Brand Equity

Fatores de Influência do Consumo de Marcas (parte 1)

Análise Estratégica de Marcas

Inovação e Empreendedorismo de Marcas

Fatores de Influência do Consumo de Marcas (parte 2)

Sociossemiótica Marcária

Gestão de Custos e Preço

Comunicação Integrada de Marcas

Direito de Marcas

Avaliação de Projetos de Investimentos

Gestão de Projetos e Sustentabilidade

Metodologia de Pesquisa

Tópicos Especiais em Gestão de Marcas

Monografia: A RELAÇÃO DA MARCA PORTO DIGITAL COM SEUS STAKEHOLDERS A PARTIR DA CERTIFICAÇÃO DO NPI SOB A ÓTICA DA COMUNICAÇÃO E DO MARKETING DE RELACIONAMENTO

## ÁREA DO CONHECIMENTO: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

### DADOS DO CONCLUINTE:

Nome: Maria Isabel de Melo Ribeiro

Natural de: Bahia

Nacionalidade: Brasileira

Filiação: Ari Manoel Melo Ribeiro e Mary Celia de Melo Ribeiro

Data de Nascimento: 10/09/1977 Doc. Identidade: 4.751.801

Órgão Emissor: SSP/PE

### CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO DO APROVEITAMENTO:

Frequência de pelo menos 75% das aulas ministradas com aprovação em todas as disciplinas e trabalhos do Curso, com média final não inferior a 7,00 (sete).

### OBSERVAÇÃO:

Certificado de Pós-Graduação *Lato Sensu* aprovado pelas Câmaras de Pesquisa e de Pós-Graduação do CCEPE/UFPE, em 06/11/2015. Este Curso cumpriu todas as disposições da Resolução 02/2006 do CCEPE/UFPE e da Resolução 11/2007 do CNE/MEC.

## DOCENTES/TITULAÇÃO

André Luiz Maranhão de Souza Leão/DO

Ricardo Sérgio Gomes Vieira/DO

Michelle Helena Kovacs/DO

Francisco Ricardo Bezerra Fonseca/ME

Fernando Gomes de Paiva Júnior/DO

Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa/ME

André Luiz Maranhão de Souza Leão/DO

André Marques Cavalcanti/DO

David Ricardo Colaço Bezerra/DO

Marcos Roberto Gois de Oliveira/DO

Maria Christianni Coutinho Marçal/ME

André Regis de Carvalho/DO

Charles Ulises de Montreuil Carmona/DO

Marcos Roberto Gois de Oliveira/DO

Lilian Soares Outtes Wanderley/DO

Ranière Rodrigues dos Santos/ME

Ricardo Sérgio Gomes Vieira/DO

Sérgio Carvalho Benício de Mello/DO

André Luiz Maranhão de Souza Leão/DO

Sérgio Carvalho Benício de Mello/DO

André Luiz Maranhão de Souza Leão/DO



Teresa Bernarda Ludermir

Diretor de Pós-Graduação  
PROPESQ/UFPE  
SIAPE – 1133999

CERTIFICADO Registrac  
Fl.010 do livro 12 RCL  
Processo N.º 23076.05825  
Em 07 de dezembro de

Patricia Mer

Coordenadora C  
Cursos de Espec  
PROPESQ/I  
SIAPE – 165



PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por mi-  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduçã-  
o fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09610  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 0527.9719.9086.4399  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado.  
Emol:R\$8,17 TP:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA ADG215962

O Reitor da Universidade Cruzeiro do Sul, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Fotografia, em 19 de dezembro de 2019, e a colação de grau em 24 de março de 2020, confere o título de

**Tecnólogo em Fotografia a**

**LUIS CARLOS FORTES DE ANDRADE**

brasileiro, natural do Estado do Rio de Janeiro, nascido em 06 de outubro de 1965, portador da Cédula de Identidade nº 691.372/SSP-DF, e outorga-lhe o presente Diploma a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Paulo, 28 de abril de 2020.



Diplomado

Prof.ª Esp. Paloma Moreira dos Santos Paixão  
Secretária-geral

Prof. Dr. Luiz Henrique Amara  
Reitor

129

5

# Universidade Cruzeiro do Sul

Mantida pela CRUZEIRO DO SUL EDUCACIONAL S.A.  
CNPJ 62.984.091/0001-02

Curso Superior de Tecnologia em  
Fotografia

Reconhecido de acordo com o artigo 101 da Portaria  
Normativa nº 23, de 21/12/2017, DOU nº 245, de  
22/12/2017, republicada no DOU nº 170, de 03/09/2018.

Colação de Grau: 24.03.2020



Recredenciada pela Portaria Ministerial nº 644 de 18/05/2012,  
DOU nº 97 de 21/05/2012, seção 1, p. 13.

**Secretaria-geral - Seção de Registro de Diplomas**

**Processo SG nº 6959/2020**

**Diploma Registrado sob o nº 66901**

**fis. 1 do livro 670.**

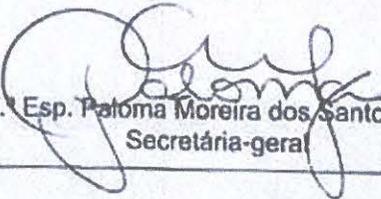
**Em 25 de junho de 2020.**

  
Prof.ª Esp. Natali Aparecida de Araújo Casqueira  
Assistente da Secretaria geral



Diploma registrado na Universidade Cruzeiro do Sul, nos  
termos do § 1º do artigo 48 da Lei Federal nº 9394/96  
(L.D.B.), de 20.12.96.

São Paulo, 25 de junho de 2020.

  
Prof.ª Esp. Paloma Moreira dos Santos Paixão  
Secretária-geral



069239

129a



# Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais



O Reitor da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais,

Professor Dom Joaquim Giovanni Mol Guimarães, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão

do Curso de Comunicação Social, em 15 de dezembro de 2010,

confere o título de Bacharel

a Rafael Melo Barbosa

filho(a) de Cristovam Chiaradia Barbosa e de

Cristina Maria Ramos de Melo Barbosa,

nascido(a) em 18 de fevereiro de 1988, natural de Belo Horizonte - Minas Gerais, e

outorga-lhe o presente diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Belo Horizonte, 17 de fevereiro de 2012

*[Assinatura]*

Pró-reitor de graduação

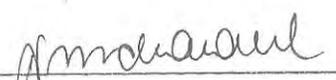
*[Assinatura]*  
Reitor

Diplomado



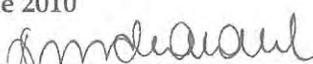
130

LEI Nº 7088, DE 23/03/1983  
O DIPLOMADO É DE NACIONALIDADE  
BRASILEIRA  
PORTADOR DA CÉDULA DE IDENTIDADE  
Nº MG - 11.885.313  
EXPEDIDA PELA  
SSP - MG

*Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais*  
Diploma registrado nos termos do Artigo 48, §1 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996,  
sob o nº 48333/2012 Processo: 1/335304/2012  
Belo Horizonte, 09 de abril de 2012  
  
\_\_\_\_\_  
Professor Felix de Araujo Souza  
Chefe do Centro de Registros Acadêmicos

Curso: Comunicação Social

Reconhecimento: Decreto nº 76.859, de 17/12/1975

*Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais*  
Habilitação: Publicidade e Propaganda  
Conclusão : 2º semestre de 2010  
  
\_\_\_\_\_  
Professor Felix de Araujo Souza  
Chefe do Centro de Registros Acadêmicos

1302

**PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA**

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09637  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 0677.6194.8006.8421  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFE: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,58  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.us.br>



Nº DA ETIQUETA ADG215986



## Certificado

Certificamos que **ALONSO THULER DE SOUZA**, brasileiro nascido em 30 de setembro de 1980, Documento de Identificação nº 33.381.395-9 SSP/SP, concluiu o Curso de Pós-graduação *Lato Sensu* em CINEMA E LINGUAGEM AUDIOVISUAL em nível de Especialização, Área de Concentração Humanidades e Artes, regulamentado de acordo com a Resolução C.N.E./C.E.S. Nº 1, de 06 de abril de 2018, conferindo-lhe o presente Certificado, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais

São Paulo 10 de setembro de 2021

  
Alonso Thuler de Souza  
Concedente

  
Prof.ª Esp. Paqueta Moreira dos Santos Paixão  
Secretária geral

  
Prof.ª Dr.ª Karina Camasara Abo  
Pós-graduação e Educação Continuada

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE

Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, ao que dou fé.

BeLO Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09602  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 4802.9488.8466.6023  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 TR:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

Nº DA ETIQUETA ADG219354



131

5

## HISTÓRICO ESCOLAR

Amparo Legal: Resolução CNE/CES nº 01, de 06.04.2018

Curso: CINEMA E LINGUAGEM AUDIOVISUAL - Especialização - Resolução Consu nº 020/2016 de 01/07/2016

CURSO DE POS-GRADUAÇÃO "LATO SENSU" Critério de aproveitamento: mínimo de nota 6,0  Período de realização: 25/02/2019 a 23/05/2021  Local de Realização: MOG DAS CRUZES - SP  CONCLUINTE: Alonso Thuler de Souza	<b>CINEMA E LINGUAGEM AUDIOVISUAL</b>	Certificado sob o nº 5515  às pgs 15	Registrado Livro 89
		RG 33.381.385-9	RGM 4076950

Disciplinas	Professores	Semestre	Cr. Horária	Média	Situação
HISTÓRIA DA LINGUAGEM AUDIOVISUAL	Prof. Dr. Francisco Redondo Penago	2019/0	40	7,00	A
ROTEIRO	Prof. Dra. Cristina Fonseca Silva Pennó	2019/0	40	7,00	A
ORIGINA DE CRIAÇÃO	Prof. Dra. Cristina Fonseca Silva Pennó	2019/1	40	6,00	A
LINGUAGEM AUDIOVISUAL	Prof. Me. Raul Fonseca Silva	2019/0	40	6,00	A
PRODUÇÃO	Prof. Dr. Francisco Redondo Penago	2019/1	40	6,00	A
ANÁLISE CRÍTICA	Prof. Me. Edison Gardin	2019/1	40	5,00	A
MONTAGEM E EDIÇÃO	Prof. Me. Edison Gardin	2019/1	40	10,00	A
ÉTICA EMPRESARIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL	Prof. Dr. Luiz Eduardo Gasparetto	2019/1	80	7,00	A



Carga Horária Total do Curso: 360 horas

Legenda: A - Aprovado      R/N - Reprovado por Nota      R/F - Reprovado por Falta  
 S - Satisfatório      I - Insatisfatório      R/N/F - Reprovado por Nota e Falta

São Paulo, 10 de setembro de 2021  
 Secretária-geral: Prof.ª Esp. Paloma Moreira dos Santos Paixão  
 Pós-graduação e Educação Continuada: Prof.ª Dr.ª Karina Camasmê Abe

Prof.ª Esp. Patrícia da Silva Rodrigues  
 Supervisão Secretária de Pós-Graduação

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduç  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09611  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 3463.0327.5725.0449  
Quantidade de atos praticados: 1  
Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFC: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulta a validade deste selo no site: <http://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215963



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA

# UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

O Reitor da UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, no uso de suas atribuições e tendo em vista a  
conclusão do Curso de COMUNICAÇÃO VISUAL em 20-12-1993  
confere o título de BACHAREL EM COMUNICAÇÃO VISUAL a

**MARCOS RODRIGUES PINHEIRO**

cedula de identidade nº 07153125 - 5 (órgão expedidor) IFP - RJ  
nascido(a) a 12 DE OUTUBRO DE 1966 natural RIO DE JANEIRO  
e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais

Rio de Janeiro, 01 de JULHO de 2003

132

MC

ONDE SE LÊ: MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA  
EIA-SE: MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E DO DESPORTO

CURSO DE COMUNICAÇÃO VISUAL  
Decreto nº 60474 de 21/05/1978  
Publicado no D.O. de 22/05/1978

Diploma registrado sob o nº 3338 Livro 4 fls. 95 em 25/09/2003  
Processo nº. 23079.015397/03-06 por delegação de competência do  
Ministério da Educação e Cultura nos termos da portaria MEC /DAU nº 71  
de 21 /10/1977.

Divisão de Diplomas 25/09/2003

*D. Marques*  
FUNCIONÁRIO RESPONSÁVEL

*Dayse de Amorim Marques*  
Chefe da S.E.R. - DD/SR-1/UFRJ  
SIAPE 1125075

Visto: *Alma Rodrigues*  
Prof.ª Alma Rodrigues Diniz - Reg. 033950-6  
Diretora da Divisão de Diploma/SR1/UFRJ



*José Roberto Meyer Fernandes*  
Sub-Reitor de Ensino de Graduação  
e Corpo Docente / SR-1  
SIAPE 6361737

*Angela Ancora da Luz*  
Diretora da EBA 1 UFRJ  
SIAPE 003674649

SÉRIE D Nº 029163

1320

# Certificado Conclusão de Curso

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

10º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduç  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Selo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09612  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 2683.4749.0929.7163  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFC: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,28  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

Nº DA  
ETIQUETA  
AD0215964



## Marcos Rodrigues Pinheiro

### Calibração Fotográfica de A a Z

Certificamos para os devidos fins que o Sr(a) Marcos Rodrigues Pinheiro completou com êxito o Curso de Calibração Fotográfica de A a Z realizado no(a) Rio de Janeiro no(s) dia(s) 25/05/2011, ministrado pelo Sr(a) Ronaldo Rufino com carga horária de 8 horas e desenvolvido pela empresa Coralis Comércio e Serviços em Colorimetria Ltda, CNPJ 08.158.838/0001-10, situada à Rua do Orfanato, 760 cj 83, São Paulo, SP, CEP-03131-010 Telefone +55 11 2915-0544.

Ronaldo Rufino  
Consultor em Cores

**VERSO  
EM BRANCO**

2





PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

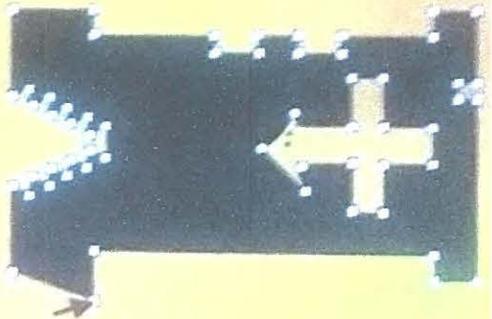
1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reproduç  
fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Selo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09613  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 8981.7770.4186.0200  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emitido em: 08/04/2025 11:38:12  
Valor: R\$8,17 TFC: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <http://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215965



# Tipocracia Mais

*Marcos Rodrigues*

participou de Tipocracia Mais Fontebah no LAV  
Rio de Janeiro, RJ, sábado, 12 de dezembro de 2009.

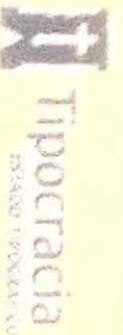
Carga horária : 9 horas

*[Handwritten signature]*

Felipe da Costa - ministrante

*[Handwritten signature]*

Henrique Nardi - decorado



www.tipocracia.com.br

**VERSO  
EM BRANCO**





IAV - INSTITUTO DE ARTES VISUAIS

# Certificado

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
 Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
 Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09615  
 CÓDIGO DE SEGURANÇA: 5027.0097.9386.2848  
 Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
 Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
 Emol: R\$8,17 TFI: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,56  
 Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

Ofício - 2  
 Nº DA ETIQUETA ADG215967

A UniverCidade - Centro Universitário da Cidade, confere a

*Marco Rodrigues*

o presente certificado de conclusão do workshop: Fontlab ministrado por Eduilson Coan, com duração de 8 horas.

Rio de Janeiro, 12 de dezembro de 2009.

Carlos M. Horcades  
Instituto de Artes Visuais

Eduilson Coan  
Tipocracia



136a

PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1368 - SERVIÇO NOT

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min.  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Selo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SÉLO DE CONSULTA: ITT09626  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 9621.1128.1607.5203  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TF: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

*[Handwritten signature]*



Nº DA  
ETIQUETA  
ADG215975

# CERTIFICADO



A Escola Superior de Propaganda e Marketing certifica que Marcos Rodrigues Pinheiro concluiu o curso Portfolio para Redatores e Diretores de Arte da Escola de Criação ESPM, no período de agosto de 2005 a julho de 2006, com carga horária de 380 horas de aula.

Rio de Janeiro, 26 de julho de 2006.

Maria Alice Langoni  
Coordenador

Escola de CRIAÇÃO 



Tatsuo Iwata  
Diretor

137

ca

137a

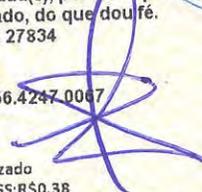
PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA



12º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Selo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09639  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 6487.8356.4247.0067  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TPJ: R\$2,54 Total: R\$10,71 ISS: R\$0,38  
Consulte a validade desse selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
ADG215988



16º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min.  
rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução  
fidel do original que me foi apresentado, do que dou fé.  
Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09628  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 1148.2513.6015.0583  
Quantidade de atos praticados: 1  
Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol: R\$8,17 TFC: R\$2,94 Total: R\$11,11 ISS: R\$0,39  
Consulte a validade deste selo no site: <http://selos.tjmg.jus.br>



Nº DA ETIQUETA  
AD0215977



República Federativa do Brasil  
Ministério da Educação

Universidade Federal de Ouro Preto  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas



O Prof. Dr. Marcone Jamilson Freitas Souza, Reitor da Universidade Federal de Ouro Preto, no uso de suas atribuições e tendo presente o termo de Colação de Grau do Curso de Bacharelado em Jornalismo, em 28 de março de 2014, confere o grau de

**Bacharela em Jornalismo**

e

**Nicole Alves Camilo**

filha de Carlos Luiz Camilo da Silva e Marcia de Cassia Alves Camilo, nascida em 13 de fevereiro de 1991, natural de Belo Horizonte, Estado de Minas Gerais,  
e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Ouro Preto (MG), 30 de setembro de 2014.

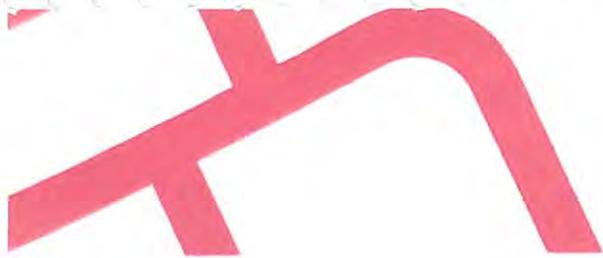
Nicole Alves Camilo  
Diplomada  
MG14884506 - SSP

Prof. Dr. José Arthur dos Santos Ferreira  
Diretor do ICISA



Prof. Dr. Marcone Souza de A. Freitas  
Pré-Reitor de Graduação

Prof. Dr. Marcone Jamilson F. Souza  
Reitor



una

O Reitor do Centro Universitário Una, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do curso de Jornalismo, em 14 de julho de 2021 e a colação de grau em 21 de setembro de 2021, confere o título de Bacharel a

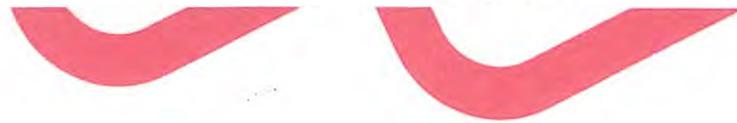
**Flávio Figueiredo**

brasileiro, natural de Rio de Janeiro-RJ, nascido em 13 de março de 1999, RG MG-17.687.720, PCE-MG, e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Belo Horizonte, 27 de setembro de 2021

*Flávio Figueiredo*  
Diplomado

*Rafael Luiz Ciccarini Nunes*  
Reitor



PODER JUDICIÁRIO - TJMG - CORREGEDORIA GERAL DE JUSTIÇA

1º TABELIONATO DE NOTAS DE BELO HORIZONTE  
Autentico este documento, composto de 1 folha(s), por min rubricada(s), numerada(s) e carimbada(s), por ser reprodução fiel do original que me foi apresentado, do que dou fé. Belo Horizonte, 08/04/2025 11:38:12 27834

SELO DE CONSULTA: ITT09605  
CÓDIGO DE SEGURANÇA: 8148.3528.1777.9877  
Quantidade de atos praticados: 1

Ato(s) praticado(s) por:  
Lucas Nunes Ferreira - Escrevente Autorizado  
Emol:R\$8,17 TFI:R\$2,54 Total:R\$10,71 ISS:R\$0,38  
Consulte a validade deste selo no site: <https://selos.tjmg.jus.br>

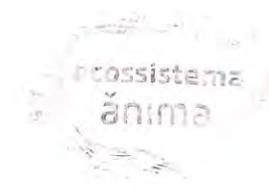
Nº DA ETIQUETA ADG215957

139

RD

*Handwritten mark*

*Handwritten mark*



UNA

Centro Universitário Una

Mantido(a) pelo(a) BRASIL EDUCACAO S/A

CNPJ: 05.648.257/0001-78

Credenciamento: Portaria nº 869 de 15 de agosto de 2016, seção 1, página 10

**CURSO: Jornalismo**

Ato Legal: Portaria n. 266, publicado(a) no DOU n. 65, Seção 1, Página 45 de 04/04/2017.

**Conclusão:** 1.º semestre de 2021.

Diploma nº 12508 registrado nos termos do art. 2º, § 4º, do Decreto nº 9.235, de 15/12/2017, sob o nº 3100012508, livro: 23, processo nº 10860828/2021.

Nome da autoridade registradora: Antonio Augusto Gomes Rodrigues

Cargo: Secretário Acadêmico

Belo Horizonte, 27 de setembro de 2021

  
Cláudia Regina Chaves de Paiva  
Analista de Registro



139<sup>pc</sup>



**Infraestrutura,  
Tecnologias e  
Ferramentas**

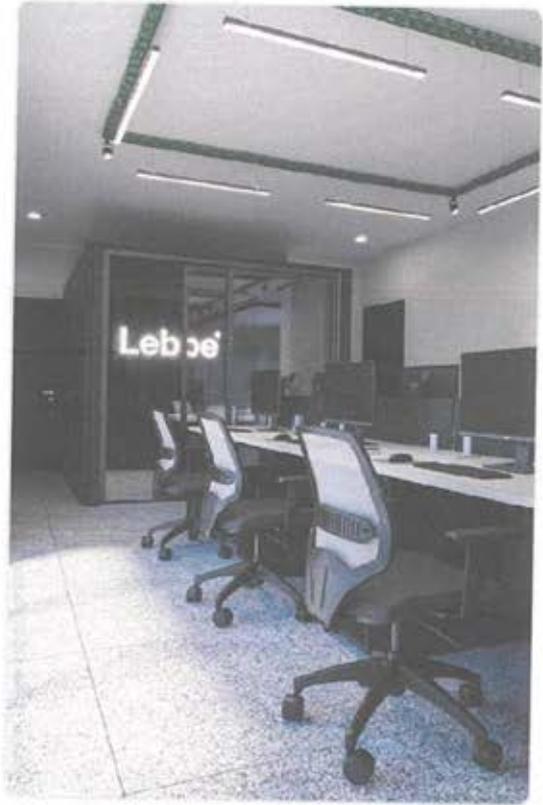
## INFRAESTRUTURA, TECNOLOGIAS E FERRAMENTAS à disposição do cliente

A Partners Comunicação é filiada à Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje), à Agência Nacional de Cinema (Ancine) e à Associação Brasileira dos Agentes Digitais (Abradi). Atendemos empresas e órgãos em todo o Brasil e colocamos à disposição de nossos clientes toda a nossa estrutura de atendimento técnico, com o apoio de nossas equipes operacional, financeira, administrativa e jurídica. Estamos estruturados com o que há de mais moderno em softwares, hardwares e ferramentas de tecnologia da informação para prestar serviços de comunicação com excelência.

### Nossos escritórios







2

2

Em Belo Horizonte, a Partners Comunicação está instalada em uma sede com 450m<sup>2</sup> de área, estrategicamente localizada na Região Centro-Sul da capital mineira.



#### **Belo Horizonte:**

A Partners está instalada em uma sede própria (são dois andares, com mais de 400 m<sup>2</sup>), estrategicamente localizada em região nobre da capital mineira, à Avenida do Contorno, 8.289, bairro Gutierrez. Telefone: 55 31 3029-6888.

#### **Brasília:**

Uma das filiais está situada em ponto nobre de Brasília e também conta com excelente infraestrutura para o atendimento aos clientes na capital federal.

#### **São Luiz:**

No Nordeste, temos outra filial, localizada no Avicênia Center. Ponto importante para atendimento nessa região do país.

**Unidades de negócios:** Alagoas, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Santa Catarina, São Paulo, Sergipe e Tocantins.

Nossos escritórios e nossas unidades de negócios vão muito além de pontos de apoio: são centros de inovação e de excelência, onde desenvolvemos estratégias que impactam positivamente na imagem e na reputação dos nossos clientes perante todos os seus respectivos públicos.

#### **Infraestrutura e tecnologia**

Nossa infraestrutura é equipada com tecnologia de ponta (e em constante modernização), permitindo uma comunicação eficaz e atendimento impecável. Contamos com equipamentos de última geração e um ambiente projetado para facilitar a colaboração e a criatividade, além de salas de reunião modernas e totalmente climatizadas, para recebermos bem, sempre. Essa estrutura robusta nos permite responder rapidamente às necessidades dos nossos clientes, mantendo alto padrão de excelência.

Utilizamos a plataforma do Google Workspace e seus apps, reconhecidos mundialmente pela robustez, segurança e eficiência. Dessa forma, é oferecido aos colaboradores e aos clientes um ambiente colaborativo e protegido, assegurando que a comunicação e o tratamento de dados estejam respaldados pelo mais alto nível de proteção e armazenamento em nuvem.

Com foco na LGPD, a Partners conta com a atuação de um "DPO as a Service", garantindo que todas as práticas da empresa estejam em conformidade com as exigências legais vigentes. Por isso, é prática interna a melhoria contínua e minuciosa dos processos, a fim de garantir a privacidade e a segurança dos dados tratados diariamente, respeitando sempre os direitos de toda a cadeia de stakeholders.

A Partners adota os serviços em nuvem para hospedagem dos servidores, garantindo, assim, mais segurança e escalabilidade. Temos também: rede wireless corporativa com banda larga dedicada; 81 notebooks locados de última geração e 65 notebooks próprios, com tecnologia alinhada ao atendimento das demandas de cada usuário; impressora multifuncional de alto desempenho; scanners; nobreaks; e outros equipamentos necessários ao uso diário, que fica a serviço da equipe para o cumprimento de todas as nossas demandas.

A empresa conta também com moderno Departamento de Design Gráfico, equipado com iMACs de telas de 27 polegadas e softwares dos pacotes Adobe e Apple, dentre outros. Já no Departamento de Produção Audiovisual, a Partners possui 8 ilhas de edição com processadores Intel i7 e i9, placa gráfica dedicada, com armazenamento de 2 TB e 32 GB de memória RAM. Esse núcleo dispõe de múltiplos equipamentos para atender às demandas dos clientes, com excelência, como: câmeras Sony e Blackmagic, lentes cine e zoom, drones DJI, microfones Sony e Sennheiser, rebatedores, equipamentos de iluminação e estrutura completa para transmissões audiovisuais ao vivo e de podcasts. A Partners dispõe, ainda, de sala de reuniões com monitor de alta resolução para videoconferência, facilitando, assim, as tratativas com nossos clientes.

Do planejamento à pós-produção e à metrificação, a Partners acompanha e dá suporte aos projetos dos clientes, do início ao fim.

### Infraestrutura em Brasília

A Partners possui presença estratégica em Brasília, com escritório localizado em ponto privilegiado da capital federal, que reforça o nosso compromisso em oferecer serviços de excelência e de proximidade aos nossos clientes da região. O espaço moderno está preparado para atender às demandas mais exigentes, garantindo agilidade, eficiência e resultados de alta qualidade.

**Nosso histórico de atendimentos inclui clientes de renome, como:** Agência Nacional de Águas (ANA), Anatel, Ministério da Economia, Ministério da Justiça, ONG norte-americana Oceana (com atuação global), Supremo Tribunal de Justiça, Supremo Tribunal Federal, Tribunal Regional Federal da 1ª Região e Tribunal Superior Eleitoral.

Atualmente, nosso escritório em Brasília atende às contas do CONASEMS, Empresa Brasil de Comunicação (EBC), FUNPRESF, MEC e TCU. Cada um desses atendimentos é uma prova do nosso compromisso em fornecer soluções inovadoras e personalizadas, que superam as expectativas e entregam resultados concretos.

**Além disso, a Partners providencia tudo o que for necessário referente à estrutura, à tecnologia, à segurança e à equipe para a execução dos trabalhos, conforme contrato.**

### **Inovação faz parte do nosso DNA: do storytelling ao storydoing**

O **Programa de Transformação Digital** da Partners, iniciado em 2023, demonstra o forte compromisso que temos com a modernização dos processos internos e a otimização das operações. Ao focar em inteligência artificial, dados, segurança e adequação à LGPD, buscamos não apenas aumentar nossa eficiência, mas também fortalecer nossa posição no mercado e entregar mais valor aos clientes. O objetivo estratégico central desse programa é transformar a Partners em uma organização data-driven, eficiente e competitiva, capaz de oferecer produtos e serviços inovadores e personalizados, alinhados aos mais altos padrões de governança e sustentabilidade. Em outras palavras, buscamos:

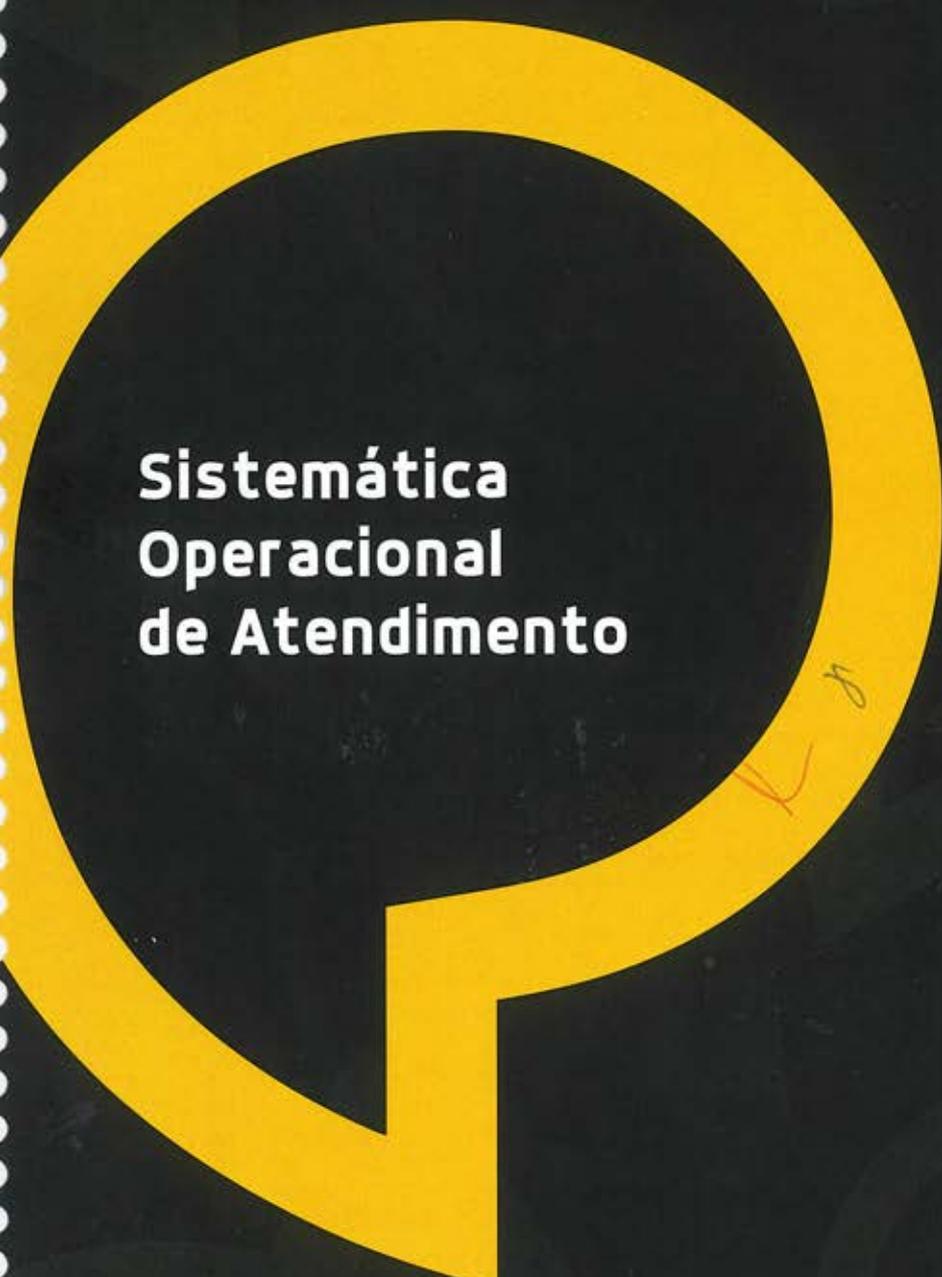
- **Modernizar:** substituir processos manuais por soluções digitais e automatizadas;
- **Otimizar:** aumentar a eficiência operacional e reduzir custos;
- **Inovar:** desenvolver novos produtos e serviços baseados em dados e tecnologia;
- **Personalizar:** oferecer experiências mais personalizadas aos clientes;
- **Sustentar:** adotar e maximizar práticas ESG para construir uma marca mais forte e atrair investimentos.

### **Benefícios para nossos clientes**

O Programa de Transformação Digital da Partners trará diversos benefícios diretos aos nossos clientes, tais como:

- Produtos e serviços mais personalizados;
- Atendimento com mais agilidade e eficiência;
- Mais segurança na gestão dos dados;
- Acesso a novas possibilidades de negócio e entregas com base nas tendências de mercado;
- Dashboards estratégicos para análise de resultados e tomadas de decisão.

E é o programa **ideal** para atender às demandas digitais da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo.



**Sistemática  
Operacional  
de Atendimento**

## Metodologia e estratégia - SISTEMÁTICA OPERACIONAL DE ATENDIMENTO

A Partners Comunicação adota uma abordagem completa de **comunicação integrada**, combinando consultoria, planejamento e execução de tudo o que envolve a prestação de serviços de comunicação. Utilizamos ferramentas estratégicas, como pesquisas detalhadas, cronogramas de ação, auditorias de imagem, análises de tendências de mídia e mensuração de resultados, para atender às metas de nossos clientes.

### Atendimento estruturado e personalizado

A Partners está à disposição dos clientes todos os dias da semana, garantindo suporte contínuo e eficaz. Nosso atendimento é meticulosamente planejado para evitar falhas e ruídos, garantindo um ambiente de trabalho harmonioso e relações de confiança entre todos os envolvidos. Todas as estratégias e planos de comunicação são cuidadosamente desenvolvidos e supervisionados pelo nosso corpo diretor e aprovados pelos clientes. Para garantir a qualidade desse serviço, os clientes se comprometem também a indicar, manter e alocar a quantidade necessária de prepostos para garantir a melhor parceria entre Partners e Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo, observando os perfis específicos para cada atividade contratual.

Nosso fluxo de trabalho garante alinhamento com as políticas internas estratégicas de comunicação dos clientes, além de seguir as recomendações de boas práticas técnicas e a legislação vigente, desde o briefing até a execução, antecipando crises e fortalecendo a reputação. Nossa equipe, sempre disponível, atende presencialmente ou remotamente, garantindo agilidade e sinergia com as demandas e os prazos estipulados. Nossa equipe alocada estará presente onde a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo solicitar, conforme contrato.

### Compromisso com a segurança de dados e a LGPD

Seguimos todas as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) em todas as etapas dos serviços prestados, garantindo segurança e integridade das informações de nossos clientes, respeitando a privacidade e a confidencialidade de todos os dados gerenciados. Além disso, adotamos medidas de segurança reforçadas e investimos em treinamento contínuo para a equipe, garantindo que todas as operações sejam feitas em conformidade com a legislação vigente.

### Planejamento, estratégia e soluções: tudo baseado em dados

Por aqui, combinamos criatividade com planejamento estratégico, consultoria especializada, inteligência de mercado, posicionamento digital assertivo, relacionamento com comunidades, treinamentos contínuos e uma integração constante entre inovação e compromisso com resultados.

Cada projeto começa com uma **imersão profunda**: conectamos as informações fornecidas pelos clientes a dados obtidos por meio de diagnósticos internos e externos, análise de relatórios referentes aos canais de comunicação nos quais a marca/instituição se encontra, mapeamento de riscos e

identificação de prioridades. Transformamos esses dados e análises em inteligência de mercado e em gestão de imagem, **identificando oportunidades estratégicas e orientando as decisões dos nossos clientes com base em informações – sem achismo**. Nosso objetivo é ajudar os clientes a cumprirem suas promessas e a conquistarem novos mercados.

Essa fase estratégica é a base para ações assertivas, alinhadas às necessidades específicas da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo.

#### **Capacidade de atendimento técnico e planejamento estratégico**

**A Partners está totalmente preparada para atender às demandas da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo no que se refere à comunicação corporativa**, conforme especificado no edital e em seus anexos. Nossa abordagem estratégica engloba o desenvolvimento de um planejamento digital robusto, com ações específicas para garantir que todas as necessidades da Secretaria sejam atendidas de forma eficiente e integrada.

Adotamos um modelo de atendimento dinâmico, que abrange tanto o planejamento de longo prazo quanto a capacidade de atender rapidamente a demandas emergenciais, incluindo gestão de crises digitais e suporte em tempo real, quando necessário. Para isso, disponibilizaremos à Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo um atendimento disponível e altamente qualificado e especializado em comunicação corporativa, para executar as atividades diárias.

#### **Atendimento emergencial e plantão permanente**

Compreendemos a importância de um atendimento contínuo e, por isso, garantimos disponibilidade em caráter permanente, incluindo plantões para atender a situações emergenciais. Nossa equipe está preparada para atuar com prontidão, mesmo fora do horário comercial, durante a noite, em feriados e em fins de semana. Essa estrutura de plantão assegura que todas as demandas urgentes sejam tratadas de forma rápida e eficiente, mantendo a qualidade do atendimento e minimizando qualquer possível impacto negativo para a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo.

## Em síntese, a metodologia de atendimento da Partners para seus clientes se dá em três etapas:



### IMERSÃO:

**Objetivo:** analisar o cenário atual da comunicação institucional e definir diretrizes estratégicas para garantir alinhamento e coerência.

### Atividades:

- Análise da identidade institucional: levantamento de missão, visão, valores e tom de comunicação;
- Diagnóstico da percepção do público-alvo: análise qualitativa e quantitativa da percepção da marca (pesquisas internas e externas);
- Avaliação dos canais institucionais: estudo de site, blogs, redes sociais, relatórios anuais, campanhas institucionais e materiais internos;
- Mapeamento de stakeholders estratégicos: colaboradores, parceiros, clientes, investidores, setor público e sociedade civil;
- Revisão da comunicação interna: alinhamento entre discurso institucional e ações de endomarketing;
- Análise de discursos e posicionamentos públicos: revisão de comunicados oficiais, eventos institucionais e presença digital.

### IMPLANTAÇÃO:

**Objetivo:** construir e executar estratégias que fortaleçam a presença e reputação da organização.

### Atividades:

- Desenvolvimento do Plano Estratégico de Comunicação Institucional, com diretrizes de linguagem, tom de voz e identidade visual;
- Criação de um calendário de comunicação institucional, incluindo campanhas institucionais, lançamentos, eventos e ações de engajamento;
- Produção de conteúdo institucional: artigos, newsletters, relatórios anuais, materiais institucionais, discursos e apresentações;

- Gestão e atualização dos canais institucionais: site, blog corporativo, redes sociais institucionais e materiais físicos;
- Execução de campanhas de posicionamento da marca e projetos de fortalecimento da imagem institucional;
- Integração com comunicação interna e endomarketing, garantindo alinhamento entre mensagens para colaboradores e público externo;
- Gerenciamento de crises institucionais: criação de um protocolo de resposta para crises e treinamentos de porta-vozes;
- Monitoramento e alinhamento com a estratégia ESG, garantindo que a comunicação reforce o compromisso da organização com sustentabilidade e governança.

## AVALIAÇÃO

**Objetivo:** mensurar o impacto da comunicação institucional e realizar ajustes estratégicos.

### Atividades:

- Monitoramento de indicadores institucionais: engajamento nos canais oficiais, percepção da marca e impacto das campanhas institucionais;
- Análise de reputação e imagem institucional: estudo da consistência da comunicação e seu impacto na credibilidade da organização;
- Relatórios periódicos: avaliação do desempenho das estratégias e ações implementadas;
- Feedback contínuo com stakeholders: pesquisas de percepção e envolvimento de públicos estratégicos para melhoria da comunicação;
- Revisão do planejamento estratégico: ajustes no posicionamento institucional conforme o contexto do mercado e tendências de comunicação.

### InPar – Metodologia exclusiva da Partners para análise de conteúdos relevantes para a gestão do cliente

O índice Partners – InPar é um cálculo de média ponderada, que se mede a partir do somatório das notas de cada uma das matérias veiculadas on e offline. Além de respeitar os aspectos de conteúdo e relevância dos canais, por meio de cálculos de ponderações, o InPar utiliza um método exclusivo de Matriz de Performance e estima o quanto as aparições do período chegaram próximo do que poderia ser entendido como cenário ideal, em que o conteúdo é favorável e de que forma ocupa espaço nos principais canais de comunicação. Isso nos permite oferecer ao cliente soluções com base em informações e em dados, garantindo mais segurança quanto à tomada de decisões inteligentes para alcançar os objetivos estratégicos estipulados.

Os processos estabelecidos no fluxograma têm como objetivo nortear e atender a todas as necessidades e às demandas dos nossos clientes, e são customizadas e adaptadas, caso a caso. Consideramos que o bom relacionamento deve ser construído de forma conjunta, aliando a expertise da Partners ao direcionamento da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo.

Cada etapa de implementação dos serviços de comunicação corporativa passará por um alinhamento com a gerência de atendimento responsável, promovendo e incentivando uma relação de confiança entre a Secretaria e a Agência. São definidas as metodologias, os planos de ação e a periodicidade de análise de resultados. O projeto é iniciado somente após a aprovação do cliente.

### Plataformas para a otimização de resultados na área técnica

Trabalhamos com o que há de mais moderno e seguro na criação de conteúdo e na mensuração dos resultados dos serviços de comunicação oferecidos a nossos clientes. Para o trabalho em questão, estarão disponíveis as seguintes ferramentas:



**Aprova AI** – Solução para gestão e aprovação de materiais internos e externos.



**Chat GPT** – O Chat GPT é uma avançada IA de linguagem natural, desenvolvida pela OpenAI. Ele auxilia na criação de conteúdo, oferecendo respostas inteligentes e personalizadas. Sua capacidade de compreender e gerar textos melhora significativamente o atendimento ao cliente, agilizando a produção de materiais de comunicação.



**Canva** – Plataforma de design gráfico intuitiva para criação de materiais visuais personalizados.



**Clocking IT** – Aplicativo desenvolvido na linguagem de programação Ruby. Tem como principal objetivo o gerenciamento de projetos, rastreando tarefas, problemas e uso do tempo, e ajuda na organização de tarefas diversas e complexas. Isso possibilita o monitoramento da produtividade do colaborador e do volume de trabalho para o atendimento de cada cliente, em cada tarefa.



**Envato** – Plataforma global que oferece recursos digitais para criação de conteúdos, como templates de design, vídeos, fontes, músicas, fotos e códigos. Ele facilita o desenvolvimento de materiais visuais e interativos, com qualidade profissional, agilizando a produção criativa.

## Eleven Labs

**ElevenLabs** – Plataforma de pesquisa e desenvolvimento de áudio por IA, criando vozes realistas e contextualmente inteligentes em 32 idiomas. Sua tecnologia é usada em audiolivros, jogos, mídia, publicidade e acessibilidade, tornando o conteúdo mais inclusivo. Com foco em segurança e inovação, a plataforma busca equilibrar impacto e criatividade na interação digital.



**GAMMA** – Plataforma para criação de apresentações interativas e inovadoras.

## Gemini

**Gemini** – O Google Gemini é a mais recente e avançada família de modelos de inteligência artificial generativa da Google, lançada em 2024. Ele representa um salto significativo na capacidade dos sistemas de IA da empresa, superando até mesmo especialistas humanos em diversos benchmarks de avaliação. O Gemini é capaz de gerar conteúdo criativo, resolver problemas complexos e integrar-se a sistemas existentes, além de ler e reconhecer imagens, áudios e vídeos.

## gettyimages

**Getty Images** – Banco de imagens premium para criação de conteúdos visuais de alta qualidade.

## infogram

**Infogram** – Ferramenta para criação de infográficos e relatórios visuais interativos.



**LiveBuzz** – Ferramenta de gestão e de monitoramento com usabilidade e experiência centradas no usuário. Permite o monitoramento da marca em mais de uma dezena de mídias sociais, automação de campanhas e geração de relatórios. Também dá acesso a recursos como Social CRM, encurtador de URL customizado e business intelligence.

## Meta

**Meta Business Suite** – Plataforma de gerenciamento de anúncios e performance do Facebook e Instagram.

## Midjourney

**Midjourney** – O Midjourney é uma IA que cria imagens a partir de comandos de texto, integrando-se ao aplicativo de mensagens Discord. Usuários enviam mensagens em salas do Discord com os comandos e a IA gera opções de imagens para escolher. Essa abordagem

oferece uma experiência personalizada e rica, diferenciando-se de outros modelos generativos que produzem apenas textos.



Ferramenta que fornece mailings especializados para cada tipo de nicho e demanda. Em sua base de dados, conta com cerca de 40 mil jornalistas verificados. O processo de pesquisa e atualização de contatos é diário, em tempo real, e tudo é feito em conformidade com a LGPD.

 **RD Station** – Plataforma completa de automação e de otimização de conteúdo digital, que permite executar projetos de atração de visitantes a sites e a redes sociais, geração de leads, relacionamento pré e pós-venda e e-mail marketing. É uma das principais ferramentas do segmento na América Latina. Atua como um sistema de gestão (análise e planejamento) que aprimora a execução e os resultados de projetos de marketing digital, especialmente os de inbound marketing.



**Reportei** – Ferramenta de análise e geração de relatórios para redes sociais e marketing digital.



**Runrun.it** – Ferramenta de gestão de projetos indicada para todos os tipos de empresa, organizando o trabalho, melhorando a produtividade geral das equipes, mapeando custos/prazos e entendendo melhor as métricas que devem ser controladas.



**Scup** – Ferramenta líder no mercado brasileiro em monitoramento, atendimento e relacionamento em mídias sociais, responsável por auxiliar seus operadores no aumento das possibilidades de atuação digital. Entrega soluções para aumento de receita, por meio de engajamento com clientes e prospects, proteção de reputação, prevenção de crises e redução de custos operacionais.



shutterstock

**Shutterstock** – Plataforma global de banco de imagens, vídeos, músicas e conteúdos editoriais licenciados, com um acervo de mais de 300 milhões de arquivos. Utilizamos a ferramenta para acessar recursos visuais de alta qualidade, garantindo produções criativas e profissionais para diferentes projetos.



**Talkwalker** – Considerada uma das melhores ferramentas de monitoramento de mídias do mercado mundial, tendo recebido o prêmio Top Performance 2016 como uma das maiores inovações tecnológicas do mundo no segmento. Por meio do monitoramento de todo o ambiente online, nossos analistas transformam as informações coletadas em inteligência para a tomada de decisão.



**v-tracker** – Solução de monitoramento de mídias digitais capaz de gerenciar marca, nome ou produto por meio do rastreamento de notícias, opiniões, repercussão nas redes sociais, blogs,

jornais, portais, vídeos, fotos, listas de discussão e outros. Gera relatórios e gráficos para a consolidação das informações e análise de impacto estratégico e tomada de decisão.

 **Workr** – Primeira plataforma nacional de gestão da comunicação na nuvem. Ela integra ferramentas de gestão de conteúdo, Customer Relation Manager (CRM), e-mail, newsletter, clipping, press, site e eventos ao vivo. É uma das melhores ferramentas de distribuição de e-mails e mailings voltados para imprensa e CRM, o que facilita o trabalho diário das equipes de assessoria de imprensa, marketing digital e comercial.

Pelo que foi aqui apresentado (e por tudo o que podemos fazer juntos), a **Partners Comunicação** é a **parceira ideal para contribuir com as demandas da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Governo do Estado de São Paulo**, de forma que esta alcance seus objetivos estratégicos, em tudo o que tange à comunicação corporativa. E será um prazer construirmos essa história juntos!

**Termo de encerramento**

Encerro a presente documentação, integrante do quesito Experiência, Capacidade de Atendimento, Perfil e Habilidades dos Profissionais, e confirmo que todas as informações foram desenvolvidas pela Partners Comunicação LTDA.

Belo Horizonte, 10 de abril de 2025.



**Raquel Domingues**

**CPF: 080.814.276-35**

**Representante legal – Partners Comunicação**



## 3.1.4. Atendimento aos Preceitos de Desenvolvimento Sustentável

Secretaria de  
Comunicação



SÃO PAULO  
GOVERNO DO ESTADO

## DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE PRECEITOS DE SUSTENTABILIDADE

Eu Raquel Domingues, CPF n.º 080.814.276.35 como representante devidamente constituído da empresa PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, CNPJ n.º 03.958.504/0001-07, doravante denominado Licitante, declaro, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proponente está ciente de sua responsabilidade ambiental e se compromete em adotar práticas ecologicamente corretas realizando as seguintes ações:

(i) descartar o material utilizado (lâmpadas, cartuchos, caixas de papelão), fazendo a separação dos resíduos recicláveis, tendo o cuidado necessário com acondicionamento dos materiais tóxicos: lâmpadas à base de vapor de mercúrio, sódio ou similar; cartuchos e outros, de modo a evitar a evaporação de produtos tóxicos no meio ambiente;

(ii) destinações dos materiais recicláveis às cooperativas e associações dos catadores incentivando a prática da reciclagem e a proteção do meio ambiente;

(iii) utilizar papéis originários de áreas de reflorestamento para reprodução de documentos; sendo que para os fins a que se destina esta licitação, somente será utilizado papel reciclado.

b) a empresa reconhece sua responsabilidade com o meio ambiente, adotando todas as medidas necessárias para evitar, atenuar ou reparar os impactos resultantes desta atividade, mantendo-se disponível à fiscalização pelos Órgãos responsáveis, e que já iniciou (ou está em fase de implantação) as seguintes medidas: já iniciou a implantação do modelo de trabalho remoto (home office) para seus colaboradores, com o objetivo de reduzir a emissão de gases poluentes provenientes do transporte diário, diminuindo, assim, a pegada de carbono da empresa. Além disso, com a adoção do home office, a empresa tem diminuído o consumo de energia elétrica e papel, visto que muitas operações passaram a ser realizadas de forma digital, sem a necessidade de deslocamento ou grandes impressões de documentos, tendo como meta em um prazo de um ano a atingir o nível mínimo para reconhecimento pelos Organismos Ambientais de Empresa Sustentável.

c) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Belo Horizonte/MG, 10 de abril de 2025.



Raquel Domingues  
CPF 080.814.276.35  
RG SSP MG 11120164  
Representante Legal

**DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL,  
SOCIAL E ECONÔMICA**

**LICITAÇÃO Nº: 01/2025**

PROCESSO Nº 005.00000254/2024-72

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, inscrita no CNPJ sob o nº 03.958.504/0001-07, por intermédio de seu representante legal, a Sra. Raquel Domingues, portadora da Carteira de Identidade nº 11120164, e do CPF nº 080.814.276.35, DECLARA sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) se comprometer com a adoção de práticas de responsabilidade e sustentabilidade ambiental, social e econômica, se comprometendo no mínimo a:
- (i) descartar o material utilizado (lâmpadas, cartuchos, caixas de papelão), fazendo a separação dos resíduos recicláveis, tendo o cuidado necessário com acondicionamento dos materiais tóxicos: lâmpadas à base de vapor de mercúrio, sódio ou similar; cartuchos e outros, de modo a evitar a evaporação de produtos tóxicos no meio ambiente.
  - (ii) destinações dos materiais recicláveis às cooperativas e associações dos catadores incentivando a prática da reciclagem e a proteção do meio ambiente.
  - (iii) utilizar papéis originários de áreas de reflorestamento para reprodução de documentos; sendo que para os fins a que se destina esta licitação, somente será utilizado papel reciclado.
- b) a empresa reconhece sua responsabilidade com o meio ambiente e atesta que adotará todas as medidas necessárias para evitar, atenuar ou reparar os impactos resultantes desta atividade, mantendo-se disponível à fiscalização pelos Órgãos responsáveis.
- c) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Belo Horizonte/MG, 10 de abril de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
Raquel Domingues  
CPF 080.814.276.35  
RG SSP MG 11120164  
Representante Legal





Ministério do Meio Ambiente  
Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis



CADASTROS TÉCNICOS FEDERAIS  
CONSULTA PÚBLICA A CERTIFICADO DE REGULARIDADE - CR

Registro n.º:  Data da consulta:  CR emitido em:  CR válido até:

**Dados básicos**

CNPJ:   
 Razão social:   
 Nome fantasia:   
 Data de abertura:

**Endereço**

Logradouro:  Complemento:   
 N.º:  Município:   
 Bairro:  UF:   
 CEP:

**Cadastro Técnico Federal de Atividades e Instrumentos de Defesa Ambiental - CTF/AIDA**

<u>Código</u>	<u>Atividade</u>
0003-00	Consultoria técnica

Conforme dados disponíveis na presente data, a pessoa jurídica acima possui Certificado de Regularidade, em conformidade com as obrigações cadastrais do CTF/AIDA.

A inscrição no CTF/AIDA constitui declaração, pela pessoa jurídica, de observância dos padrões técnicos normativos estabelecidos pela Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT, pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia – INMETRO e pelo Conselho Nacional de Meio Ambiente – CONAMA.

O Certificado de Regularidade emitido pelo CTF/AIDA não desobriga a pessoa inscrita de obter licenças, autorizações, permissões, concessões, alvarás e demais documentos exigíveis por instituições federais, estaduais, distritais ou municipais para o exercício de suas atividades, especialmente os documentos de responsabilidade técnica, qualquer o tipo e conforme regulamentação do respectivo Conselho de Fiscalização Profissional, quando exigíveis.

O Certificado de Regularidade no CTF/AIDA não produz qualquer efeito quanto à qualificação e à habilitação técnica da pessoa jurídica inscrita.

**Fechar**

Este site é protegido por hCaptcha e sua [Política de Privacidade](#) e [Termos de Serviço](#) se aplicam.

*(Assinaturas manuscritas em vermelho e azul)*



MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE  
INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS  
*CONSULTA CONSOLIDADA DOS DADOS DA INSCRIÇÃO DE PESSOA JURÍDICA NO CTF/AIDA*

**Dados básicos:**

Razão Social: PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

CNPJ: 03.958.504/0001-07

Data de abertura do CNPJ: 18/07/2000

Nome fantasia: PARTNERS COMUNICAÇÃO  
PRO BUSINESS

Situação cadastral: Ativo

Última alteração da inscrição: 01/04/2025

Certificado digital:

**Endereços:**

*Endereço:*

Logradouro: AVENIDA DO CONTORNO

Nº: 8289

Complemento: 2 E 3 ANDARES

Bairro: GUTIERREZ

Município: BELO HORIZONTE

CEP: 30110-059

UF: MG

Tel: 30110-059

Fax: MG

*Endereço para correspondência:*

Logradouro: AVENIDA DO CONTORNO

Nº: 8289

Complemento: 2 E 3 ANDARES

Bairro: GUTIERREZ

Município: BELO HORIZONTE

CEP: 30110-059

UF: MG

*Endereço eletrônico:*

"E-mail" principal: [licitacao@partners360.com.br](mailto:licitacao@partners360.com.br)

"E-mail" secundário: [licitacao@partners360.com.br](mailto:licitacao@partners360.com.br)

"Site" da pessoa jurídica: <https://partnerscom.com.br/>

*Coordenadas geográficas:*

Latitude: 19° 56' 17.4"

Hemisfério: Sul

Longitude: 043° 56' 05.1"

Hemisfério: Oeste



MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE  
INSTITUTO BRASILEIRO DO MEIO AMBIENTE E DOS RECURSOS NATURAIS RENOVÁVEIS

**Recuperação de senhas:**

Requerente: Presencial

"E-mail" do requerente:

Data/hora da recuperação: 07/02/2018 - 15:10:10

**Comprovante de Inscrição:**

Última atualização: 01/04/2025

Validade: 01/04/2027

**Certificado de regularidade - última emissão:**

Situação: Ativo

Chave de validação: BHNFMQXTRJ4WVQMG

Emissão: 01/04/2025

Validade: 01/07/2025

Usuário (cancelamento):

**Relacionamento com pessoas físicas:**

Nº	CPF	Nome	Município/UF	Relação
1	118.016.566-73	ALESSANDRO GUIMARÃES BRAGA	BELO HORIZONTE/MG	Responsável Técnico
2	230.727.766-87	DOMINGOS SÁVIO	BELO HORIZONTE/MG	Declarante
3	230.727.766-87	DOMINGOS SÁVIO	BELO HORIZONTE/MG	Responsável Legal

**Categorias / Atividades:**

Nº	Categoria	Atividade	Início da atividade
1	Consultoria sobre problemas ecológicos e ambientais	Consultoria técnica	18/07/2000

**Termo de encerramento**

Encerro a presente documentação, integrante do quesito Atendimento aos Preceitos de Desenvolvimento Sustentável, e confirmo que todas as informações foram desenvolvidas pela Partners Comunicação LTDA.

Belo Horizonte, 10 de abril de 2025.



**Raquel Domingues**

**CPF: 080.814.276-35**

**Representante legal – Partners Comunicação**



**Termo de encerramento**

Encerro a presente documentação referente ao Invólucro 1, composto por 158 páginas, e confirmo que todas as informações foram desenvolvidas pela Partners Comunicação LTDA.

Belo Horizonte, 10 de abril de 2025.



**Raquel Domingues**

**CPF: 080.814.276-35**

**Representante legal – Partners Comunicação**

