

# CULTSP PRO

CAMPANHA "CULTURA  
QUE TRANSFORMA"

## Proposta Técnica

Concorrência 001/2025

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO

FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA | CNPJ 05.527.558/0001-43

#FATOR F  
INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO

São Paulo, 10 de abril de 2025.

CONCORRÊNCIA 001/2025

CONTRATANTE UASG 290122

PROPOSTA TÉCNICA

Fator F Inteligência em Comunicação Ltda

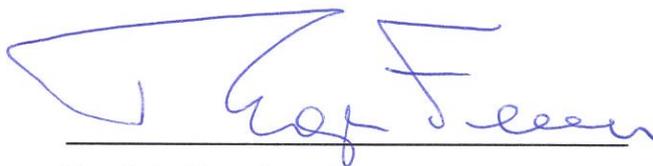
CNPJ 05.527.558/0001-43

Inscrição estadual: isenta

Inscrição municipal: 3.606.963-9

A Fator F Inteligência em Comunicação Ltda tem a honra de apresentar sua proposta técnica para a prestação de serviços de Comunicação Corporativa Integrada.

Cordialmente,



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94**

**(11) 98280.3000**

**[roger.ferreira@fatorf.com.br](mailto:roger.ferreira@fatorf.com.br)**

**Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.**

**CNPJ 05.527.558/0001-43**

**Fone/WhatsApp (11) 99942.9344**

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141

Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

AF

4

RD

01

## SUBQUESITO 1. RACIOCÍNIO BÁSICO

A cultura não é apenas expressão simbólica ou entretenimento. Ela é também economia, geração de renda, emprego, desenvolvimento e inovação. Em um mundo em que a criatividade se torna insumo estratégico para o crescimento econômico e para a afirmação de identidades plurais, a economia criativa se estabelece como um dos setores mais dinâmicos e promissores do século XXI. A Unesco reconhece esse potencial ao destacar a cultura como o quarto pilar do desenvolvimento sustentável<sup>1</sup>.

Mais do que um setor econômico, a cultura promove valores imateriais indispensáveis à convivência cidadã, como o respeito à diversidade, a inclusão social, o sentimento de pertencimento e a coesão comunitária. Estudos internacionais apontam que o acesso à cultura e a participação em atividades criativas estão diretamente ligados à melhoria dos indicadores de bem-estar social, à redução da violência e à elevação da autoestima de populações vulneráveis. Assim, investir em cultura é investir em qualidade de vida.

São Paulo tem longa tradição de protagonismo cultural e vanguarda criativa no Brasil e na América Latina. A Semana de Arte Moderna de 1922, realizada no Theatro Municipal, foi um marco histórico que redefiniu os rumos da arte e da cultura brasileiras, impulsionando movimentos inovadores nas artes visuais, na literatura, na música e no pensamento nacional. Desde então, o Estado consolidou-se como um território fértil para a experimentação estética e a renovação simbólica, acolhendo artistas e desenvolvendo instituições que fazem de São Paulo um polo irradiador de tendências culturais.

Esse protagonismo cultural não se limita à Capital. O interior é um mosaico vibrante de manifestações culturais, que combinam tradições populares, saberes ancestrais, festas religiosas, folguedos e expressões contemporâneas. Cidades como Piracicaba, Ribeirão Preto, Bauru, Campinas, São Carlos, Presidente Prudente, Franca, entre tantas outras, são territórios férteis onde a cultura pulsa em teatros, coretos, centros culturais, espaços independentes, praças e feiras. A diversidade e a potência criativa do interior expressam o orgulho de um povo que reconhece na cultura um traço essencial de sua identidade.

Essa riqueza cultural, no entanto, nem sempre é acompanhada das oportunidades de formação, visibilidade e desenvolvimento profissional necessárias para transformar

---

<sup>1</sup> UNESCO. "Culture: the fourth pillar of sustainable development." 2012. Disponível em: <https://en.unesco.org/creativity/news/culture-fourth-pillar-sustainable-development>

AF

Y

RD  
02

vocações em trajetórias sustentáveis. O CULTSP PRO - Escolas de Profissionais e de Empreendedores da Cultura surge como um instrumento estratégico para corrigir essas assimetrias a partir da qualificação técnica. Trata-se de revitalizar o que já é forte, conectando raízes culturais a novas linguagens, tecnologias e práticas de mercado.

Poucos lugares no mundo possuem o potencial de São Paulo para converter talento criativo em riqueza econômica e transformação social. O Estado concentra uma das maiores redes de equipamentos culturais da América Latina, com centenas de teatros, museus, bibliotecas, cinemas, centros culturais, espaços de formação e instituições de memória. Equipamentos como a Pinacoteca, a Sala São Paulo, o Museu da Língua Portuguesa, o Museu do Futebol e a Cinemateca Brasileira são referências internacionais que comprovam o investimento estrutural e a vocação para a excelência cultural.

A articulação entre tradição e inovação, diversidade e excelência, permite que São Paulo seja protagonista em setores que lideram a economia criativa de alto valor agregado, como o audiovisual, a moda, o design, a gastronomia, a música, os games e a tecnologia. Exemplo disso é o Polo Audiovisual de Paulínia, os festivais de música independente e eletrônica que movimentam cidades do interior e do litoral, as startups criativas da capital e da Região Metropolitana, e o fortalecimento dos arranjos produtivos locais voltados à cultura e à economia criativa. A economia criativa é, para São Paulo, um diferencial competitivo estratégico com capacidade de atrair investimentos, gerar empregos qualificados e criar oportunidades inclusivas em todo o território paulista.

Nesse cenário, a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo assume protagonismo estratégico ao alinhar políticas culturais com o fortalecimento das cadeias produtivas criativas. A recente reconfiguração institucional para incorporar as indústrias criativas é um avanço notável que demonstra a sensibilidade e a visão de futuro do Governo do Estado. Sua atuação é marcada por uma visão integrada, que compreende a cultura como vetor de desenvolvimento socioeconômico e cidadania. O CULTSP PRO é a expressão concreta dessa visão, ao articular qualificação profissional, formação cidadã, inovação e sustentabilidade.

Criado pela Secretaria e gerido pelo Instituto de Desenvolvimento e Gestão (IDG), o CULTSP PRO representa um novo paradigma na formação profissional em cultura. Lançado em outubro de 2024, já se firmou como o maior programa de formação e qualificação voltado ao setor cultural e criativo do Brasil. O programa chegou ao final de 2024 com mais de 30 mil atendimentos em mais de 270 municípios por meio de cursos,

OF

7

PO

03

palestras, eventos, ações formativas e complementares. Foram organizados mais de 80 cursos e mais de 110 turmas, beneficiando diretamente mais de 2.400 alunos matriculados em várias regiões do estado, além de 260 palestras, que reuniram de 10 mil participantes.

Através de seis escolas temáticas e de um sistema pedagógico dinâmico, adaptado às demandas reais dos territórios, o programa oferece cursos gratuitos para diferentes estágios de desenvolvimento, promovendo o acesso de jovens, profissionais e populações vulneráveis às oportunidades da economia criativa.

A proposta deste desafio comunicacional, portanto, exige mais do que divulgar um programa: requer comunicar um novo tempo. Posicionar o CULTSP PRO como referência em formação criativa é valorizar a capacidade de São Paulo de reinventar seu futuro por meio da cultura. Trata-se de construir uma comunicação com capacidade de traduzir toda a intensidade desse movimento cultural em linguagem acessível, inspiradora e impactante, conectando-se com os corações e mentes dos cidadãos paulistas.

A comunicação que propomos está alinhada à missão da Secretaria de democratizar o acesso à cultura, fomentar a diversidade e estimular a inovação, em especial junto à juventude e aos territórios menos atendidos pelas oportunidades tradicionais.

A proposta da Fator F Inteligência em Comunicação parte de uma visão integrada, que articula racionalidade técnica e conexão emocional, incorporando os princípios de uma comunicação 360° centrada em narrativas mobilizadoras. Assumimos, assim, o desafio de posicionar o CULTSP PRO como uma marca pública inspiradora, que desperta pertencimento, engajamento e esperança.

Para isso, nossa proposta se ancora nos seguintes pontos:

1. **Compreensão institucional:** entender o CULTSP PRO como uma iniciativa do Governo do Estado que contribui para o cumprimento de uma agenda ampla de desenvolvimento humano, formação cidadã e sustentabilidade.
2. **Causa e efeito:** o programa impacta a geração de renda, a inclusão social e a dinamização das economias locais, criando um ciclo virtuoso de valor econômico.
3. **Resultados esperados:** ampliar a visibilidade institucional da Secretaria, fortalecer o reconhecimento público do CULTSP PRO, consolidar sua imagem como política de formação inovadora e inclusiva e gerar percepção de valor emocional junto aos diferentes públicos.

NF

r

R0

04

## SUBQUESITO 2. PLANO DE AÇÃO a) **Estratégia de relacionamento com a mídia**

A Fator F propõe uma estratégia abrangente e integrada de comunicação corporativa, alinhada aos princípios da comunicação 360 graus e da abordagem *omnichannel*. A proposta articula de forma sinérgica os principais eixos previstos no edital — assessoria de imprensa, comunicação digital e comunicação interna, sob a liderança da Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada — em um ecossistema harmônico, com papéis estratégicos bem definidos e complementares. O objetivo é garantir máxima eficácia, coerência narrativa e amplitude de alcance.

Para dar unidade à estratégia de comunicação, será criada a campanha-mestra “**CULTSP PRO — Cultura que Transforma**”, uma identidade narrativa que integrará todas as ações sob um mesmo eixo estratégico e emocional, capaz de unificar propósito, ampliar o impacto e garantir eficácia comunicacional. Essa campanha permitirá a coesão visual, conceitual e afetiva entre os diferentes canais e públicos, tornando o CULTSP PRO reconhecível, admirado e lembrado em todo o Estado de São Paulo.

A estratégia define quatro pilares — gerência integrada, assessoria de imprensa, comunicação digital e comunicação interna — que atuarão de forma coordenada, com seus papéis assim definidos:

### **Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada**

O centro nervoso da estratégia será a Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada, responsável pela elaboração do Plano Estratégico de Comunicação Integrada, articulando as frentes de atuação e assegurando a unidade entre todas as ações. Esta instância estratégica também orientará a Análise de Imagem e a produção de Diagnósticos e Mapeamentos de Presença Digital, além de coordenar o Monitoramento Online e os relatórios de desempenho.

Outras atribuições incluem a organização de sessões de *media training* com porta-vozes do programa, orientação editorial de conteúdos para redes sociais e o alinhamento permanente entre as equipes de assessoria, digital e interna, garantindo que todas as mensagens do CULTSP PRO estejam sincronizadas com sua missão institucional.

Sua atuação será sempre orientada pelos gestores da Secretaria da Cultura e pelas diretrizes da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo (SECOM), órgão central do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo (SICOM).

### **Assessoria de Imprensa**

AF

J

RD

05

A assessoria de imprensa atuará como elo entre o CULTSP PRO e os meios de comunicação. Seu papel será garantir visibilidade qualificada e recorrente do programa, além de consolidar sua imagem pública como política cultural de transformação social. Será responsável por construir e manter um fluxo constante de informações com a mídia, por meio de planejamento editorial, produção de conteúdo jornalístico, articulação com veículos e apoio a eventos que incentivem a cobertura jornalística espontânea.

Para reforçar o vínculo emocional com jornalistas e formadores de opinião, propõe-se a criação da iniciativa “CULTSP IMERSÃO” — experiências presenciais, criativas e sensoriais para que profissionais da imprensa vivenciem a transformação proporcionada pelo programa, seja participando de oficinas, assistindo a apresentações ou conhecendo histórias reais de impacto. Essa abordagem sensível e empática permitirá que os veículos não apenas noticiem, mas também se conectem ao propósito do projeto.

As ações da Assessoria de Imprensa permitirão conectar a campanha com os públicos A) e D) definidos do edital, respectivamente, todos os cidadãos do Estado de São Paulo, de todas as classes sociais e idades, e formadores de opinião do Estado.

### **Comunicação Digital**

A comunicação digital será o principal canal de interação direta com o público. Mais do que um repositório de informações, ela será projetada como um espaço de afeto, inspiração e mobilização. A abordagem será centrada na emoção, conforme preconizado por Martin Lindstrom. Segundo o autor best-seller nas áreas de branding, inovação e transformação cultural, 85% das decisões humanas são irracionais, movidas por sensações e conexões afetivas. Marcas verdadeiramente fortes, segundo ele, são aquelas que conseguem produzir um registro emocional duradouro em quem as vivencia — algo que não apenas informa, mas que é sentido, lembrado e valorizado<sup>2</sup>. Criar essa conexão emocional não é apenas uma estratégia de diferenciação, mas o caminho mais eficaz para gerar relevância e fidelidade em contextos de alta competitividade pela atenção.

Nesse sentido, o CULTSP PRO será posicionado como uma marca pública inspiradora, que transforma vidas. A comunicação digital terá como missão:

i) **Revelar o propósito profundo** do programa: transformar vocações em trajetórias possíveis e promover cidadania por meio da cultura;

---

<sup>2</sup> LINDSTROM, Martin. *BrandSense: Construa marcas poderosas por meio dos sentidos*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

AF

7

RP  
06

- ii) **Traduzir esse propósito em experiências digitais memoráveis**, com conteúdos audiovisuais sensíveis, interações humanas e linguagem acolhedora;
- iii) **Atuar como catalisadora de histórias reais**, mostrando o impacto concreto do programa na vida de pessoas e comunidades;
- iv) **Estimular o engajamento afetivo**, incentivando que os próprios usuários compartilhem suas vivências com a marca.

Os princípios editoriais são: **Humanização** – Dar rosto, voz e sentimento às ações do programa; **Inspiração** – Apresentar a cultura como caminho de transformação e realização; **Representatividade** – Mostrar a diversidade do Estado e valorizar as expressões regionais; **Proximidade** – Criar identificação, com linguagem acessível e acolhedora; **Afetividade** – Gerar empatia e orgulho de fazer parte da cultura paulista; **Conexão com o futuro** – Mostrar a cultura como setor dinâmico, inovador e profissional. Essa linha editorial emocional será o fio condutor para todas as plataformas digitais, permitindo que a mensagem institucional não apenas informe, mas toque e permaneça. Sua implementação vai permitir atingir, além dos públicos já citados, os itens B) e C) da campanha, respectivamente, o público-alvo do programa e produtores culturais.

#### **Comunicação Interna**

A comunicação interna será o eixo que sustentará o alinhamento e a coesão entre todos os envolvidos. Seu papel será manter os valores, a missão e os objetivos do programa vivos e compreendidos por todos — desde a alta gestão até os agentes nos territórios. Ela atuará como reforço de identidade e motivação, estimulando o orgulho de fazer parte do CULTSP PRO. Entre suas funções estão consolidar canais horizontais de comunicação, dar visibilidade às boas práticas, fomentar a escuta ativa e promover o pertencimento.

Será proposta a criação do movimento interno “**#EuFaçoParte**”, com campanhas de valorização das equipes, vídeos inspiradores e rodas de conversa entre os profissionais. A intenção é que a comunicação interna seja tão humana e mobilizadora quanto a externa.

#### **Influenciadores, Integração e Sinergia**

Atenção especial será dedicada ao relacionamento com influenciadores digitais — jornalistas ou não — que atuam nos diversos territórios culturais do estado de São Paulo. Esses atores exercem papel fundamental na formação de opinião e na difusão de conteúdos, especialmente no universo da cultura, onde a legitimidade e a linguagem de pertencimento são cruciais. No Brasil, há mais de 10 milhões de perfis com ao menos mil

RD

07

seguidores e cerca de 500 mil com mais de 10 mil seguidores. A articulação com esses perfis permite não apenas aproximar a campanha de seus públicos-alvo específicos — jovens, profissionais criativos, comunidades tradicionais e empreendedores da cultura — como também regionalizá-la, adaptando a linguagem e os conteúdos às realidades locais.

A estratégia apresentada se limita ao escopo definido no edital, respeitando o conjunto de serviços previstos e os parâmetros orçamentários e temporais estabelecidos. No entanto, a Fator F vai propor aos gestores da Secretaria da Cultura e da Secretaria de Comunicação ações adicionais em áreas oportunas como propaganda (inclusive impulsionamento de conteúdos), marketing, relações públicas e outras ferramentas que reforcem a campanha, desde que integradas a uma lógica de estratégia *crossmedia*, na qual todos os canais — digitais e tradicionais — se reforçam mutuamente.

Também será sugerido o uso de equipamentos e serviços próprios do Governo do Estado para ampliar o alcance da campanha, como os postos do Poupatempo, escolas da rede estadual, hospitais, ETECs e FATECs, restaurantes Bom Prato, rodovias sob concessão, unidades do Detran e demais estruturas públicas com capilaridade e visibilidade, assim como circuitos internos de TVs e mídias do Governo do Estado. Essa ampliação do ecossistema de comunicação permitirá ganhos de escala, capilaridade e impacto, respeitando os princípios da economicidade, eficiência e integração governamental.

### **SUBQUESITO 3 b) ações a serem desenvolvidas pela contratada junto à mídia**

A campanha-mestra **CULTSP PRO — Cultura que Transforma** será o eixo central de todas as ações de comunicação propostas. Com identidade narrativa própria, ela unifica o relacionamento com os públicos e permite comunicação consistente e eficaz.

A Fator F sugere, como marco inicial da campanha, a organização de um seminário/workshop chamado “**Cultura que Transforma**”, com participação de especialistas, gestores públicos, artistas e representantes da sociedade civil, além de autoridades estaduais, sendo recomendada a participação do Governador do Estado e da Secretária da Cultura. O evento funcionará como ação de lançamento da campanha atraindo a atenção de jornalistas e influenciadores e estimulando cobertura qualificada.

As ações serão organizadas a partir dos quatro eixos definidos no item (a):

#### **1. Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada**

- Elaboração do Plano Estratégico de Comunicação Integrada, com cronograma de ações detalhado;

AF

f

RD  
08

- Realização do diagnóstico inicial de imagem e mapeamento de presença digital;
- Monitoramento contínuo da cobertura, do alcance e da repercussão da campanha, com relatórios semanais;
- Coordenação de reuniões de alinhamento entre equipes e com os gestores;
- Realização de *media training* com porta-vozes da Secretaria;
- Curadoria e supervisão dos conteúdos editoriais e criativos;
- Elaboração de Mapa de Influenciadores Digitais nos âmbitos estadual e regional, considerando perfis com aderência ao universo cultural e capacidade de engajamento, por segmento e território;
- Criação de mailing segmentado de veículos de imprensa, com foco regional e temático, para orientar o disparo de conteúdos personalizados e ações específicas;

## 2. Assessoria de Imprensa

- Fazer do seminário/workshop “Cultura que Transforma” um evento que engaje a imprensa e seja um marco inicial da campanha, com a organização de entrevista coletiva, entrevistas exclusivas e produção de materiais para a imprensa;
- Definição de um calendário de eventos e pautas que mantenha em evidência as ações da Secretaria e do CULTSP PRO, nos âmbitos estadual e regional;
- Banco de Pautas - Imersão para a identificação de “ganchos” para eventos, pautas, coletivas, notas e informações de interesse jornalístico, como novas linhas de atuação, personagens, início de inscrições e aulas, balanços, histórias de sucesso;
- Media Training com elaboração de pontos de fala e perguntas e respostas, reforçando as mensagens-chave da campanha;
- Entrevistas exclusivas com fontes da Secretaria a veículos estratégicos, como telejornais, rádios e portais especializados e jornalistas influenciadores;
- Organização de visitas (presenciais ou virtuais) a redações, com entrega de kits de mídia, vídeos e conteúdos institucionais;
- Promoção da ação “CULTSP IMERSÃO”, com a organização de visitas de jornalistas aos polos do programa;
- Busca ativa de contato com jornalistas e influenciadores do segmento de cultura, com a produção de materiais específicos para esses profissionais e o agendamento de conversas e encontros virtuais com porta-vozes da Secretaria;
- Produção de artigos assinados por especialistas e representantes da Secretaria;

AF

f

RF  
09

- Regionalização das ações de imprensa com foco nas 17 regiões administrativas do Estado com disponibilização de fontes regionais para entrevistas e materiais segmentados buscando impactar a mídia e os influenciadores locais;
- Produção de kits de mídia para eventos e ações de imprensa, com textos, imagens, QR Codes e dados estatísticos atualizados;
- Envio regular de conteúdos e sugestões para listas de jornalistas e influenciadores por WhatsApp e Telegram;
- Monitoramento em tempo real da repercussão na mídia digital e tradicional, com alertas automáticos em casos de grande alcance ou impacto;
- Identificação de apoiadores estratégicos que compartilhem os valores do programa e possam amplificar as mensagens em seus canais;

### 3. Comunicação Digital

O planejamento das ações de comunicação digital é dividido em **arquitetura de informações e linha editorial / grade**. A campanha digital será estruturada com base em uma arquitetura de informações que distribui papéis e potencialidades entre os canais do programa, da Secretaria da Cultura e do Governo, de forma complementar e coordenada. Será elaborado um calendário integrando todos os canais, respeitando suas características e públicos, com distribuição de conteúdos nativos, adaptados a cada linguagem e formato.

O site do programa (<https://www.cultsppro.org.br/>) funcionará como hub central de informações e será constantemente atualizado com conteúdos como notícias, vídeos, depoimentos, agenda de cursos e eventos. Ele será interligado aos sites da Secretaria e do Governo por meio de links cruzados, banners e QR Codes nos materiais de divulgação.

O CULTSP PRO conta com redes sociais próprias no Facebook, Instagram, TikTok e LinkedIn, que serão ativadas com conteúdos estratégicos e integrados à comunicação institucional da Secretaria da Cultura e do Governo do Estado. As redes sociais do programa terão foco no público-alvo específico, com linguagem acessível e identidade visual própria. No Instagram e TikTok, o destaque será para vídeos curtos e emocionais, reels, trends e conteúdos gerados por usuários. O LinkedIn será utilizado para destacar temas como economia criativa, qualificação profissional e inovação cultural, com postagens institucionais, artigos e cases. O Facebook servirá como canal de relacionamento e mobilização das comunidades locais e redes culturais estabelecidas.

AF

7

R0

10

A Fator F propõe que as redes sociais da Secretaria da Cultura (Instagram, X, YouTube, TikTok, Flickr, Spotify) funcionem como veículos de repercussão e chancela, com conteúdos reforçando a dimensão e transformadora do CULTSP PRO, amplificando a campanha com a promoção de lives, séries temáticas e depoimentos em vídeo e áudio.

A Fator F vai propor à SECOM que as redes do Governo do Estado (Instagram, X, YouTube, TikTok, Flickr, LinkedIn e Facebook) sejam ativadas para ampliar o alcance da campanha, reforçar os resultados e transmitir mensagens oficiais, garantindo capilaridade e legitimidade, com foco em prestação de contas e impacto social.

**Linha editorial** - A linha editorial é centrada na construção de vínculo emocional, senso de pertencimento e inspiração prática, como já exposto, com conteúdos como:

- **“Histórias que o CULTSP PRO Transformou”** - Vídeos curtos de alunos, professores e empreendedores contando histórias de aprendizado e realização;
- **“Bastidores de quem faz”** - Postagens valorizando técnicos, produtores, educadores e coordenadores com fotos, vídeos e curiosidades sobre suas rotinas;
- Série **“Qual é o seu papel?”** - Vídeos e cards explicando o papel de diferentes áreas e profissionais dentro do ecossistema da cultura e da economia criativa.
- **“Vozes do CULTSP PRO”** - Trechos em áudio de alunos sobre o que aprenderam e como mudou suas vidas para veiculados em stories, podcasts ou áudios sociais;
- **“Mapa da Cultura que Transforma”** - Postagens interativas destacando cidades e territórios atendidos, com vídeos curtos, cards e informações locais;
- **Reels e TikToks temáticos** - Conteúdos rápidos com trilhas sonoras autorais, bastidores, desafios regionais (ex: #MinhaCulturaSP) e depoimentos espontâneos;
- Postagens **“Você sabia?”** - Curiosidades sobre os polos culturais do Estado, números do programa, profissões da cultura e dados do setor criativo;
- **Drops de conhecimento** - Vídeos de 1 minuto com professores explicando técnicas culturais ou das indústrias culturais (ex: luz cênica, gestão de festivais, edição de som, etc.), remetendo para os aprendizados do programa;
- **Galerias visuais e álbuns no Flickr** - Imagens dos cursos, eventos, cidades envolvidas, com legendas descritivas e créditos.
- **Listas no Spotify** - Playlists colaborativas com músicas de artistas participantes do programa ou trilhas das regiões onde o CULTSP PRO atua.

AF

7

RD

11

- Selo **#EuFaçoParte** - Frame personalizado para fotos de perfil, stories e reels de alunos, professores e apoiadores do programa.

**Grade** - Cada rede social será ativada com frequência planejada de postagens e tipos de conteúdo: **Instagram**: 1 post e 2 stories diários, incluindo Reels, depoimentos emocionais, bastidores e cards de curiosidades; **TikTok**: 4 vídeos semanais com desafios culturais, trends locais, bastidores e drops de conhecimento; **Facebook**: 1 post diário com foco em comunidades, eventos regionais e mobilizações locais; **LinkedIn**: 3 posts semanais com conteúdo institucional, dados do setor cultural, artigos e histórias de impacto; **YouTube**: 2 vídeos semanais com séries documentais, lives, palestras, entrevistas e compilações de resultados; **X (Twitter)**: 1 a 2 posts diários com frases de impacto, cards informativos e divulgação de links multimídia; **Flickr**: Atualização semanal com álbuns temáticos e registros dos polos, eventos e formações; **Spotify**: playlists quinzenais com artistas do programa e trilhas regionais. O **site do programa** será atualizado ao menos 3 vezes por semana com conteúdos jornalísticos e as atualizações serão interligadas por QR Codes e links cruzados às redes sociais;

Os conteúdos serão produzidos e adaptados de forma nativa para cada canal com integração ao site oficial e reforço pelas redes da Secretaria e do Governo do Estado, e também otimizados para mobile com foco em engajamento e impacto emocional.

#### 4. Comunicação Interna

- Campanha de valorização institucional **#EuFaçoParte** com peças visuais, vídeos e depoimentos, a serem divulgados pelos canais internos da Secretaria;
- Boletins internos semanais com informações e mensagens da coordenação;
- Fóruns de escuta e participação nos polos de formação;
- Compartilhamento, nos canais de comunicação internos da Secretaria, de histórias inspiradoras da equipe, promovendo pertencimento.

#### SUBQUESITO 4 c) Materiais a serem produzidos

##### 1 - Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada:

- Plano Estratégico de Comunicação Integrada; Diagnóstico de Imagem; Mapeamento de Presença Digital; Mailings de Imprensa e de Influenciadores Digitais; Monitoramento de Imprensa e Digital; Materiais para *media training*;

##### 2 – Assessoria de Imprensa:

NS

7

RC

12

- Releases e Press Kits Multimídia: Para cada evento, coletiva ou entrevista, será preparado um press kit com textos, fotos, QR Code para material multimídia;
- Sala de Imprensa Virtual: Ambiente digital de acesso livre contendo releases, notas, fotos, vídeos, áudios e atualizações sobre o andamento da campanha
- Conteúdos Multimídia: Fotos, vídeos, artes, cards, infográficos, textos, podcasts, trilhas sonoras e reels voltados à divulgação espontânea e nas mídias do Governo;
- Banco de Pautas; Artigos de Opinião; Newsletters;

### 3 – Comunicação Digital:

- **Vídeos documentais** para a série “Histórias que o CULTSP PRO Transformou”, com versões de 1 a 3 minutos (feed e reels), trilha original e legendas acessíveis;
- **Cards gráficos e mini-entrevistas em vídeo** para a série “Bastidores de quem faz”, com fotos de alta qualidade, curiosidades e depoimentos;
- **Vídeos explicativos e infográficos animados** para a série “Qual é o seu papel?”, detalhando funções no ecossistema cultural;
- **Áudios editados em formato podcast/social** para a série “Vozes do CULTSP PRO”, otimizados para stories, Spotify e WhatsApp;
- **Mapas interativos e carrosséis regionais** para o “Mapa da Cultura que Transforma”, com destaque visual para cidades e polos atendidos;
- **Reels e TikToks criativos** com trends, desafios regionais, bastidores e depoimentos espontâneos de participantes;
- **Cards “Você sabia?” com curiosidades** visuais sobre o setor cultural paulista;
- **Vídeos curtos em formato vertical** (até 60 segundos) para os “Drops de conhecimento”, com linguagem simples e legendas;
- **Álbuns de fotos e galerias comentadas** para publicação no Flickr e Facebook;
- **Playlists personalizadas no Spotify** com identidade visual e capas customizadas;
- **Frames personalizados e figurinhas digitais** para a campanha #EuFaçoParte.

### 4 – Comunicação Interna:

- Peças visuais, vídeos e depoimentos para a campanha “#EuFaçoParte”;
- Boletins semanais com atualizações das ações e mensagens da coordenação;
- Materiais de apoio para fóruns de escuta e participação em polos de formação;
- Conteúdos editoriais com histórias inspiradoras de agentes do programa.

As tabelas a seguir mostram a execução da campanha em oito semanas e o orçamento.

AF

J

RD

13

Semana	Gerência e Planejamento	Assessoria de Imprensa	Comunicação Digital*	Comunicação Interna
1	Seminário 'Cultura que Transforma'. Apresentação do Plano Estratégico. Media Training.	Coletiva no seminário. Produção de press kit. Banco de pautas.	Vídeo-manifesto Postagens de boas-vindas. Início da série 'Histórias que Transformam'.	Campanha #EuFaçoParte. Boas-vindas e compartilhamento de valores.
2	Mapeamento de presença digital, influenciadores, mailings e diagnóstico de imagem.	Entrevistas exclusivas. Releases regionais. Produção e envio de artigos.	Drops de conhecimento. Cards 'Você Sabia?'. Stories interativos sobre o seminário.	Boletim semanal. Vídeo de motivação. Escuta com a coordenação.
3	Primeiro relatório de monitoramento. Checkpoint com as frentes. Curadoria dos conteúdos.	CULTSP IMERSÃO. Banco de pautas. Busca ativa de mídia.	Mapa da Cultura. Lives com alunos. #EuFaçoParte. Postagens cruzadas.	Histórias inspiradoras da equipe. Roda de conversa nos polos. Destaque aos bastidores.
4	Revisão do plano. Ajustes em ações regionais. Reunião com lideranças locais.	Busca Busca ativa de mídia. Envio a listas de jornalistas e influenciadores.	Série 'Bastidores de quem faz'. Depoimentos emocionais. Playlist no Spotify.	Reconhecimento de equipes. Painel com feedbacks positivos. Compartilhamento cruzado.
5	Relatório parcial. Redirecionamento de ações e integração com demais núcleos.	Eventos regionais com coletivas. Materiais para veículos locais.	Vídeos com depoimentos. Reels desafios culturais. Posts colaborativos.	Agradecimentos. Destaques do impacto coletivo. Mensagens da liderança.
6	Refino dos fluxos. Media training. Análise de métricas digitais.	Busca ativa de mídia. Envio a listas de jornalistas e influenciadores.	Campanha de engajamento. Vídeos regionais. Cards com resultados.	Galeria com fotos da equipe. Canais internos. Painel com resultados da campanha.
7	Revisão de conteúdos finais. Preparação para encerramento.	Pautas de encerramento. Entrevistas e cases.	Galeria finalizando. Postagens com melhores momentos.	Boletim especial da reta final. Histórias de superação.
8	Relatório de desempenho. Reunião de retrospectiva com a equipe.	Coletiva final. Artigo de balanço geral. Galeria de fotos e vídeos.	Vídeo final. Enquetes e feedback. Resultados do programa.	Vídeo agradecendo. Mensagem da coordenação. Celebração.

\*Quantidade de publicações - Instagram: 1 post e 2 stories diários; TikTok: 4 vídeos semanais; Facebook: 1 post diário; LinkedIn: 3 posts semanais; YouTube: 2 vídeos semanais; X (Twitter): 1 a 2 posts diários; Flickr: atualização semanal; Spotify: playlists quinzenais.

#### Orçamento e estratégia da Campanha "CULTSP PRO — Cultura que Transforma"

Gerência, planejamento e coordenação	1	R\$ 52.562,33
Análise de imagem	1	R\$ 87.507,00
Plano estratégico de comunicação integrada	1	R\$ 63.641,67
<b>Assessoramento</b>		
Assessoria de imprensa e comunicação interna - baixa complexidade	1	R\$ 20.551,33
Assessoria de imprensa e comunicação interna - média complexidade	1	R\$ 30.840,67
<b>Produção, organização e gestão de banco de imagens</b>		
Produção, seleção e edição de fotografia e gestão de banco de imagens	4	R\$ 78.400,00
Captação de imagens em vídeo	2	R\$ 15.333,34
Edição de imagens em vídeo para redes sociais	8	R\$ 25.866,64
<b>Treinamento</b>		
Planejamento e execução de media training - baixa complexidade	1	R\$ 35.766,67
Planejamento e execução de media training - média complexidade	1	R\$ 56.106,67
<b>Comunicação digital</b>		
Diagnóstico e mapeamento de presença digital	1	R\$ 32.854,00
Planejamento, gestão e criação de conteúdo - baixa complexidade	1	R\$ 24.296,67
Planejamento, gestão e criação de conteúdo - média complexidade	1	R\$ 35.566,67
Design gráfico - baixa complexidade	1	R\$ 13.736,67
Design gráfico - média complexidade	1	R\$ 20.218,00
<b>Monitoramento, métricas e avaliações</b>		
Monitoramento online	1	R\$ 47.367,33
<b>Total</b>		<b>R\$ 661.166,99</b>

MF

7

RD  
LY

## SUBQUESITO 5. OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

O plano proposto pela Fator F Inteligência em Comunicação contempla um conjunto sinérgico de ações com elevado potencial de gerar mídia positiva espontânea, qualificada e recorrente. A seguir, destacam-se três aspectos criativos centrais que ampliam essa possibilidade:

### 1. Narrativa emocional com poder de engajamento e adesão pública

A estratégia de posicionar o CULTSP PRO como uma “marca pública inspiradora” ancorada em histórias reais de transformação representa uma poderosa oportunidade de gerar mídia positiva de forma orgânica. Ao promover o protagonismo de alunos, educadores, produtores culturais e empreendedores criativos — por meio de minidocumentários, áudios emocionais, bastidores e depoimentos espontâneos — a comunicação transcende a divulgação institucional, ativando um efeito multiplicador de narrativas pessoais em redes sociais, rádios comunitárias, portais noticiosos e programas jornalísticos com foco em cidadania e impacto social.

Esse tipo de abordagem é especialmente eficaz na cultura midiática contemporânea, que valoriza o *storytelling* sensível e os exemplos de superação e pertencimento. Além disso, esse eixo de conteúdo reforça o alinhamento do programa aos valores sociais mais valorizados pela imprensa: inclusão, diversidade, mobilidade social e inovação com propósito, valorizando as imagens institucionais da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas e do Governo do Estado ao mesmo tempo em que divulga serviços, informa e presta contas das ações do poder público estadual na área da cultura.

### 2. Campanha-mestra com eventos mobilizadores e cobertura espontânea

A proposta de criar uma identidade narrativa unificada — “**Cultura que Transforma**” — amplia a força da campanha e favorece a geração de mídia espontânea por meio de eventos, ativações e encontros. Em especial, o **Seminário de Lançamento “Cultura que Transforma”**, com presença de autoridades, artistas e especialistas, associado à ação “CULTSP IMERSÃO” voltada à imprensa, estabelece ganchos ideais para entrevistas, reportagens e cobertura jornalística, com pautas naturalmente atraentes para veículos de alcance estadual e regional.

Tais eventos atuam como catalisadores de cobertura positiva ao propiciar experiências reais e sensoriais para os jornalistas — promovendo conexão afetiva com o tema e

AF

8

RD  
JS

estimulando matérias aprofundadas sobre os desafios, potencialidades e histórias do programa. Isso posiciona a Secretaria e o Governo do Estado como agentes de transformação concreta da realidade social e econômica por meio da cultura.

### **3. Regionalização estratégica como instrumento de visibilidade capilarizada**

A comunicação proposta explora, com alta intencionalidade, a capilaridade do CULTSP PRO. Ao ativar assessoria de imprensa, redes sociais e mailing segmentado com foco nas **17 regiões administrativas do Estado**, além de influenciadores locais e jornalistas culturais atuantes em diferentes territórios, a estratégia favorece a cobertura regionalizada — com forte apelo às mídias locais, rádios, jornais regionais, portais e emissoras de televisão, com destaque para a interação dos influenciadores digitais temáticos e regionais.

Essa regionalização permite que o programa seja percebido como presente e relevante em cada território, o que gera identificação direta com as comunidades e favorece a multiplicação de conteúdos positivos, não apenas sobre o programa, mas sobre os impactos da política cultural como um todo. Trata-se de uma estratégia que, além de eficaz em cobertura e prestação de serviços, informando adequadamente o cidadão paulista, contribui diretamente para o fortalecimento da imagem pública da Secretaria da Cultura e do Governo de São Paulo.

AF

7

RD

16

## SUBQUESTO 6. IDENTIFICAÇÃO DE RISCOS DE IMAGEM

O desafio de comunicar um programa tão ambicioso e inovador como o **CULTSP PRO — Escolas de Profissionais e de Empreendedores da Cultura** exige uma abordagem sensível, estratégica e preventiva quanto à gestão de reputação. O cenário de atuação envolve múltiplos públicos, linguagens, expectativas e plataformas. A seguir, são detalhados três aspectos de risco à imagem institucional identificados pela Fator F Inteligência em Comunicação e que serão tratados com ações específicas de contenção, monitoramento e transparência ativa:

### 1. Desconhecimento do público sobre o programa e suas potencialidades

**Risco:** A baixa familiaridade inicial da população com o CULTSP PRO pode gerar ruído de percepção, desinteresse ou mesmo desinformação, enfraquecendo o vínculo emocional e reduzindo o engajamento. Em um contexto de sobrecarga informativa, iniciativas governamentais — mesmo de alto impacto — podem não alcançar a atenção necessária se não forem comunicadas de forma clara, atrativa e contínua.

**Resposta Estratégica:** A proposta da Fator F prevê uma campanha emocionalmente potente e tecnicamente estruturada, que une storytelling e visibilidade territorial. O uso de narrativas reais, linguagem acessível, roteiros afetivos e uma linha editorial inspiradora são o antídoto para esse risco. Além disso, a arquitetura *omnichannel* com reforço em redes da Secretaria e do Governo garante penetração ampliada e confiabilidade institucional. O monitoramento em tempo real também permite ajustes rápidos de rota e avaliação de recepção pública.

### 2. Expectativas desalinhadas em relação ao alcance e aos critérios de seleção

**Risco:** Em programas de abrangência estadual que envolvem seleção de participantes, pode haver críticas relacionadas à distribuição territorial, critérios de acesso ou percepção de exclusão de determinados grupos ou regiões. Isso pode afetar a imagem de equidade e comprometimento público da Secretaria.

**Resposta Estratégica:** A comunicação proposta incorpora desde o início a valorização da diversidade regional e social, com ações específicas de regionalização das pautas, visibilidade a polos formativos do interior, engajamento de influenciadores locais e disponibilização de fontes regionais para entrevistas. Ao antecipar possíveis dúvidas ou

AF

/

RD

17

tensões e promover uma escuta ativa em fóruns internos e externos, a campanha se posiciona como transparente e inclusiva. A comunicação será clara quanto aos critérios, números e impactos, reforçando que o programa está em expansão e é parte de uma política pública contínua.

### **3. Sobreposição ou confusão com outras iniciativas públicas ou privadas**

**Risco:** Em um ambiente saturado por múltiplas iniciativas de formação e qualificação — inclusive aquelas ofertadas por outras secretarias, instituições privadas ou do terceiro setor — existe o risco de o CULTSP PRO não ser percebido em sua singularidade, inovação e propósito estratégico. Isso pode diluir seu valor simbólico e dificultar o reconhecimento da marca pública.

**Resposta Estratégica:** Para evitar esse cenário, a proposta adota uma identidade narrativa própria, com a campanha-mestra “Cultura que Transforma”, criando um eixo unificador forte, memorável e distinto. Todos os conteúdos, eventos, materiais e canais seguirão esse fio condutor, reforçando a unicidade do programa. Além disso, a produção de conteúdos autorais, a presença de marca nas peças visuais, o uso de elementos audiovisuais consistentes e a narrativa de impacto garantem diferenciação e relevância. Também será feita escuta ativa para detectar rapidamente qualquer ruído ou confusão junto aos públicos.

## QUESITO 2 – ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM DO CONTEÚDO PUBLICADO

**Introdução** O presente relatório analisa a imagem institucional projetada pela Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas e pelo programa CULTSP PRO no período compreendido entre 09/10 e 09/11/2024. A auditoria cobre 32 dias consecutivos e tem como base a cobertura jornalística em TV, rádio, impressos e internet, considerando conteúdos veiculados nos principais meios de comunicação do Estado.

**Panorama Geral da Cobertura** Durante o período analisado, foram identificadas 77 matérias sobre o CULTSP PRO e a atuação da Secretaria, distribuídas em 26 dias. Dessas, 69 (89,6%) foram positivas, 5 (6,5%) negativas e 3 (3,9%) neutras. A presença da pauta na mídia ocorreu em 81% dos dias analisados, evidenciando uma boa constância de visibilidade.

### Pontos Positivos da Cobertura

- **Capilaridade territorial:** a ampla distribuição geográfica das notícias demonstra que o programa conseguiu romper a barreira da capital e se projetar nas regiões do interior e litoral;
- **Aproximação com a imprensa regional:** houve bom desempenho em rádios, jornais locais e portais regionais, com enfoque em serviços à população;
- **Posicionamento institucional da secretária Marília Marton:** entrevistas concedidas e presença ativa da titular da pasta reforçaram a liderança e o compromisso com o programa.;
- **Alcance de veículos de massa:** houve inserções em telejornais como SBT SP, Band, TV Record e CBN, com espaços positivos e tempo qualificado;
- **Narrativa de política pública estruturante:** a cobertura foi além de divulgação de cursos, consolidando a percepção do CULTSP PRO como programa de formação cidadã e desenvolvimento territorial.

### Pontos de Risco à Imagem

- **Percepção de ruptura:** a matéria da Folha de S.Paulo (09/10) associou o CULTSP PRO à descontinuidade das Oficinas Culturais, podendo gerar interpretação de apagamento do histórico institucional.

AF

8

18

18

- **Associação ideológica:** a presença da secretária em eventos ligados a grupos conservadores, noticiada em colunas de opinião, pode projetar imagem de alinhamento partidário ou exclusão de vozes plurais da cultura.
- **Baixa projeção em editoriais estratégicas:** temas como economia criativa, turismo, educação e sustentabilidade não foram explorados de forma transversal, reduzindo o alcance potencial do programa.

### Sugestões de Ações de Comunicação Integrada

- **Reposicionamento narrativo:** desenvolver peças e releases que conectem o CULTSP PRO à evolução das Oficinas Culturais, reforçando a continuidade institucional e a valorização de trajetórias anteriores;
- **Diversificação de editoriais:** promover pautas que insiram o programa em colunas de economia, gastronomia, turismo, educação e bem-estar, ampliando o escopo de cobertura e os perfis de público;
- **Validação plural:** organizar eventos, entrevistas e podcasts com representantes de diferentes estéticas, territórios e posicionamentos culturais, mostrando a diversidade de interlocução da Secretaria;
- **Ativação simbólica:** utilizar espaços icônicos, como o Edifício Oswald de Andrade, como vitrines de ações de arte urbana, com alto potencial de repercussão midiática.

**Conclusão** O período de análise revelou uma comunicação ativa e eficaz na maior parte do tempo, com forte engajamento regional e cobertura predominantemente positiva. Por outro lado, alguns pontos de risco foram identificados, sobretudo na forma como a narrativa oficial pode ser apropriada por discursos externos ou reduzida a espectros ideológicos. Para que a estratégia de comunicação integrada do CULTSP PRO alcance seu pleno potencial, é fundamental articular narrativas mais amplas, plurais e integradas à realidade dos territórios e das editoriais da imprensa moderna.

AF

7

RD

20

**Data:** 09/10/2024 Auditoria: 7 matérias

### **Análise**

O lançamento do CultSP Pro em 9 de outubro gerou repercussão majoritariamente positiva na imprensa, com inserções em veículos relevantes como SBT, BandNews e CBN. No entanto, o volume total de matérias ficou aquém do potencial de visibilidade de um programa com essa magnitude. Apesar da percepção clara de um trabalho competente por parte da assessoria, a cultura exige estratégias de impacto para garantir capilaridade e narrativas mais profundas.

Um ponto sensível foi a matéria da Folha de S.Paulo, publicada no próprio dia do lançamento. O conteúdo teve efeito negativo ao abordar a substituição das Oficinas Culturais — um projeto com 38 anos de história — por uma nova identidade vinculada ao atual governo. A narrativa pode ter transmitido ruptura e exclusão de legado, sugerindo falta de escuta ao setor cultural. Isso comprometeu parte do brilho institucional do anúncio. Ainda que a matéria tenha citado a abrangência e o investimento robusto, o foco recaiu sobre a crítica, e não sobre a inovação.

### **Pontos positivos**

- Inserções em veículos de grande audiência, como os quatro minutos dedicados ao tema no SBT São Paulo.
- Capilaridade regional alcançada por matérias em Campinas, Vale do Paraíba e capital.
- Reconhecimento espontâneo por veículos especializados, como o portal Das Artes.
- A matéria da Folha de S.Paulo não reverberou negativamente em outros veículos.

### **Riscos à imagem**

- Percepção pública de desmonte das Oficinas Culturais.
- Imagem de distanciamento institucional frente aos agentes culturais.
- Ofuscamento do lançamento por crítica publicada no principal jornal do estado.

AF

r

RD

21

## Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada

- emplacar artigos assinados por especialistas técnicos e agentes locais, reforçando o vínculo regional.
- Realizar rodadas de entrevistas em rádios e veículos digitais do interior.
- Desenvolver pautas de continuidade e evolução a partir da transição das Oficinas Culturais, humanizando o novo formato.
- Reforçar o conteúdo em redes sociais com bastidores do lançamento e depoimentos de agentes culturais impactados.

AF

→

RD

22

**Data:** 10/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

A cobertura do segundo dia trouxe reforços positivos à imagem do programa, com presença estratégica em veículos regionais. A Band São Paulo exibiu uma matéria de mais de dois minutos — tempo raro para a temática cultural em TV aberta — e os jornais Correio Popular (Campinas) e Cruzeiro do Sul (Sorocaba) aprofundaram os elementos técnicos do programa. A abordagem conseguiu traduzir a proposta das seis escolas temáticas e o impacto esperado na cadeia produtiva da cultura.

Essa comunicação regional é essencial para posicionar o CultSP Pro como política de estado, e não como uma ação concentrada na capital.

### **Pontos positivos**

- Amplo espaço na Band São Paulo, com conteúdo detalhado e tom positivo.
- Cobertura em jornais líderes regionais com linguagem local e aprofundamento.
- Capilaridade territorial mantida com presença em Campinas e Sorocaba.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Realizar eventos presenciais simplificados nas cidades contempladas, criando vínculos com a comunidade e gerando novas pautas regionais.
- Reforçar presença em rádios locais com entrevistas periódicas com representantes regionais do programa.
- Produzir conteúdo audiovisual curto com alunos e professores locais para redes sociais, amplificando a presença digital.

AF

↑

RD

23

**Data:** 11/10/2024 Auditoria: 5 matérias

### **Análise**

O terceiro dia de cobertura manteve o ritmo e mostrou que a pauta não se esgotou no lançamento. As cinco matérias publicadas foram positivas e apareceram em veículos com públicos diversos — como o Catraca Livre (com forte engajamento jovem) e a CBN Vale (com alta credibilidade). A presença nos jornais Diário do Grande ABC e Diário do Rio Claro reforça a abrangência regional da comunicação.

### **Pontos positivos**

- Diversidade de veículos e públicos alcançados — jovens, classes médias, interior e metrópole.
- Espaço qualificado na rádio CBN, fortalecendo credibilidade.
- Alcance no Catraca Livre posiciona o programa em meio urbano e conectado.

**Riscos à imagem** • Nenhum identificado.

**Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada** • estimular uma abordagem mais voltada ao serviço público nas matérias, com foco na transformação local. • Utilizar releases segmentados por região e temática para personalizar a abordagem junto à imprensa. • Fortalecer a presença de porta-vozes com vínculo nos territórios — professores, gestores e agentes culturais locais. • Criar uma campanha de depoimentos curtos para redes sociais, com foco em "transformações reais".

AF

8

RD

24

**Data:** 12/10/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

Mesmo com uma única publicação, o destaque no Jornal da Band representa um ganho expressivo. O tempo de cobertura e a sensibilidade editorial do repórter Juliano Dip garantiram uma abordagem cuidadosa, relevante e conectada com o tema. Isso demonstra a importância de mapear profissionais da imprensa que se identificam com o universo cultural e são capazes de aprofundar as pautas.

### **Pontos positivos**

- Quase dois minutos de exposição em telejornal nacional da Band.
- Condução empática e qualificada do repórter.
- Quarta aparição consecutiva do CultSP Pro na imprensa, indicando manutenção ativa da pauta.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- ampliar o mapeamento de jornalistas com histórico no setor cultural.
- Trabalhar cada escola temática como uma pauta própria, gerando novas entradas na imprensa.
- Desenvolver miniperfis de docentes e coordenadores, oferecendo conteúdo humanizado e regionalizado para veículos locais.
- Criar série de vídeos curtos para Instagram e YouTube, com foco em bastidores e curiosidades das formações.

DF

7

10

25

**Data:** 13/10/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

A cobertura do quinto dia garantiu a continuidade da presença do CultSP Pro na imprensa, com publicação no G1 Bauru e Marília. A matéria destacou a oferta de cursos gratuitos em cidades do interior como Garça e Tupã, reforçando a execução territorializada da política pública. Mesmo com apenas uma publicação, a escolha editorial revela que o programa está sendo percebido como relevante nas pontas do estado.

### **Pontos positivos**

- Veiculação em portal regional da Globo, garantindo amplitude e credibilidade.
- Reforço do caráter estadual e descentralizado do CultSP Pro.
- Prova de que o tema segue sendo trabalhado pela assessoria, mesmo fora do ciclo de lançamento.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Segmentar releases por cidade, com recortes personalizados sobre o impacto local.
- Criar conteúdos com professores e agentes locais para Instagram e Facebook das cidades.
- Oferecer pautas para rádios regionais com personagens reais, como alunos inscritos e seus objetivos com o curso.

AF

7

RD

26

**Data:** 14/10/2024 Auditoria: 2 matérias

### **Análise**

Com duas inserções relevantes em rádios regionais, o CultSP Pro manteve presença e relevância no noticiário cultural. A CBN São José dos Campos e Vale citou o programa em uma discussão mais ampla sobre cultura regional, e a Rádio Brasil Campinas abordou diretamente a oferta de cursos. O tom geral foi positivo e alinhado à proposta do programa.

### **Pontos positivos**

- Inserção espontânea em rádio de prestígio (CBN) posicionando o CultSP Pro como política de renovação.
- Enfoque em prestação de serviço, com informações práticas sobre cursos em Campinas e Hortolândia.
- Audiência qualificada e regionalizada atingida.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Ampliar a presença institucional com porta-vozes regionais em rádios e podcasts. • Trabalhar ações em redes sociais locais em conjunto com prefeituras e parceiros regionais.
- Estruturar conteúdos que mostrem o CultSP Pro como motor de desenvolvimento econômico e cultural nas cidades.

AF

2

RD

27

**Data:** 15/10/2024 Auditoria: 10 matérias

### **Análise**

Maior volume de cobertura desde o lançamento, com dez matérias positivas em diferentes meios e cidades. Isso se deve à combinação de uma nova fase concreta do programa (credenciamento de professores) e à atuação coordenada da assessoria, que distribuiu releases e articulou entrevistas com a secretária Marília Marton. O CultSP Pro se mostrou, aqui, em plena implementação e com ampla visibilidade pública.

### **Pontos positivos**

- Maior número de matérias desde o início, consolidando o programa como ação contínua.
- Repercussão ampla do chamamento para credenciamento de professores.
- Entrevistas coordenadas com a secretária em rádios regionais reforçaram institucionalidade.
- Estratégia clássica de release bem executada mostrou eficácia.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Organizar visitas da secretária Marília Marton às principais redações do estado para fortalecer laços institucionais.
- Criar linha editorial contínua baseada em marcos operacionais (início de cursos, relatos de alunos, impactos locais).
- Desenvolver séries de conteúdos digitais mostrando o passo a passo do programa nas cidades — de inscrição à formação final.

AF

7

RD

28

**Data:** 16/10/2024 Auditoria: 2 matérias

### **Análise**

O CultSP Pro manteve sua presença na mídia com duas matérias de tom positivo e abordagens complementares. A primeira, publicada no portal Rio SP Mais, destacou a fala espontânea de uma liderança local sobre a necessidade de qualificação técnica na cultura — o que posiciona o programa como resposta direta a uma demanda concreta do território. A segunda, veiculada em O Regional – São Pedro, detalhou o chamamento público para professores, com foco em prestação de serviço.

A combinação desses conteúdos sustenta a pauta em circulação e reforça a percepção do programa como algo real e em andamento. O desafio segue sendo ampliar o alcance para além da cobertura localizada.

### **Pontos positivos**

- Reconhecimento espontâneo do programa por lideranças locais em veículo regional.
- Prestação de serviço clara e objetiva sobre o credenciamento de professores.
- Continuidade da cobertura em regiões diferentes, sinalizando capilaridade.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Ampliar a divulgação do Giro Pro como símbolo de descentralização, sugerindo matérias para veículos estaduais e programas de TV como Bom Dia SP, SP1 e TV Cultura.
- Conectar a pauta a temas de inclusão profissional e geração de renda, dialogando com veículos de economia e cidadania.
- Criar vídeos curtos para redes sociais com depoimentos de moradores impactados em cidades como Registro e São Pedro.
- Estabelecer parcerias com influenciadores regionais que atuam em temas de cultura, empreendedorismo ou educação para ampliar o alcance digital.

140  
28

**Data:** 17/10/2024 Auditoria: 1 matéria

**Análise** A matéria exibida pela TV Tem no programa Bom Dia Cidade, afiliada da TV Globo, garantiu ao CultSP Pro visibilidade importante. Ainda que o formato tenha sido mais direto, de estilo "boletim de serviço", a presença em um noticiário matinal de grande audiência contribui para manter a percepção de continuidade e expansão do programa.

O foco foi a oferta de cursos gratuitos em Garça e Tupã, com linguagem simples e objetiva. Embora eficiente, a matéria poderia ter ganhado mais profundidade com a inclusão de porta-vozes ou personagens locais.

### **Pontos positivos**

- Exibição em TV aberta de grande credibilidade e alcance regional.
- Clareza na apresentação dos dados e objetivo de prestação de serviço.
- Continuidade da cobertura em nova região do estado.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado. Mas, em conteúdos localizados como este, a ausência de menção à abrangência estadual pode induzir à percepção de exclusividade regional.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Trabalhar a TV Tem e suas afiliadas com conteúdos personalizados por cidade, incluindo personagens locais e bastidores do programa.
- Sugerir pautas futuras destacando outras regiões contempladas para reforçar o caráter estadual do CultSP Pro.
- Criar kits de imprensa segmentados para cada região, com dados locais e sugestões de fontes para facilitar a produção jornalística.
- Estimular depoimentos espontâneos em redes sociais dos próprios alunos e coordenadores, humanizando a cobertura.

AF

7

RD

30

**Data:** 18/10/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

A matéria publicada em O Regional – São Pedro abordou o chamamento público do CultSP Pro com clareza e objetividade. O conteúdo é positivo e fortalece a imagem do programa como política pública que oferece oportunidades concretas para o setor cultural.

Contudo, por se tratar de uma pauta de alto interesse e impacto para profissionais da área, o tema poderia ter sido explorado com mais profundidade e disseminado em veículos de maior abrangência.

### **Pontos positivos**

- Cobertura direta e informativa sobre uma etapa essencial do programa.
- Veiculação em mídia regional reforça o compromisso com a interiorização.
- Ajuda a conectar o CultSP Pro à geração de trabalho para profissionais da cultura.

**Riscos à imagem** • Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Estruturar ações de mídia segmentada para portais especializados em cultura, trabalho, economia criativa e arte-educação.
- Criar um podcast leve e inovador — com linguagem jovem e edição profissional — sobre cultura e formação, com episódios curtos sobre as escolas e professores do CultSP Pro.
- Incentivar veículos regionais a ouvirem professores já credenciados, reforçando o aspecto humano e pedagógico do programa.
- Distribuir cards informativos sobre o processo de credenciamento para WhatsApp e redes sociais, com linguagem clara e acessível.

25

8

RD

31

**Data:** 21/10/2024 Auditoria: 2 matérias

### **Análise**

O dia trouxe duas matérias distintas, que juntas oferecem um retrato mais amplo do contexto em que o CultSP Pro está inserido. A primeira, na Rádio CBN São José do Rio Preto, teve tom positivo e reforçou a chegada do programa à cidade como oportunidade concreta de formação para profissionais da cultura.

A segunda, na coluna de Mônica Bergamo, na Folha de S.Paulo, citou a participação da secretária Marília Marton em um jantar promovido por cineastas críticos de pautas identitárias. A menção, embora breve e com elogio à secretária, expôs o risco de associação ideológica da pasta da Cultura, o que pode gerar leituras de parcialidade.

### **Pontos positivos**

- Continuidade da cobertura regional do CultSP Pro em rádio de prestígio jornalístico.
- Participação da secretária em eventos culturais reforça presença institucional.
- A citação na Folha incluiu avaliação positiva sobre a capacidade de diálogo da gestora.

### **Riscos à imagem**

- Associação da secretária a eventos com forte carga ideológica pode reduzir a percepção de imparcialidade da gestão.
- Reforço de imagem governamental em detrimento do perfil técnico e plural da Secretaria.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Promover encontros públicos com múltiplos setores da cultura (coletivos, instituições, artistas independentes) como gesto de pluralidade.
- Reforçar pautas positivas na imprensa nos dias seguintes a exposições polêmicas, diluindo desgastes e reposicionando a imagem.

AF

8

RD

32

- Criar materiais que mostrem a diversidade de públicos atendidos pelo CultSP Pro, com dados e histórias reais, fortalecendo a imagem de política universal.
- Ampliar a presença digital da secretária em canais institucionais e mídias de opinião, com conteúdo técnico e acessível, reforçando sua autoridade no tema sem polarizações.

AF

8

RD

33

**Data:** 22/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

O CultSP Pro manteve presença positiva na mídia neste dia, com três inserções bem posicionadas. A entrevista da secretária Marília Marton à Rádio Ilhabela FM teve 32 minutos de duração, aprofundando a proposta do programa, seus objetivos e impactos esperados. Trata-se de um espaço valioso em uma rádio regional, que permite construir conexão real com o território.

As demais matérias, nos portais O Liberal e Portal de Americana, abordaram a chegada do programa a Santa Bárbara d'Oeste. Com foco em cursos de artesanato, ambas reforçaram o caráter formativo e social da política. A cobertura ajuda a consolidar o nome do programa junto à população local, mostrando que ele está em fase de execução real.

### **Pontos positivos:**

- Entrevista extensa da secretária com abordagem sensível e didática.
- Matérias objetivas e de serviço em regiões interioranas.
- Foco em formação artesanal amplia a percepção de diversidade do programa

### **Riscos à imagem**

- Nenhum risco identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Produzir vídeo institucional com cenas reais das aulas, professores e alunos, com foco em diversidade regional e formativa.
- Oferecer exclusividade do vídeo a um portal de notícias ou telejornal de grande alcance, gerando nova onda de visibilidade.
- Criar calendário editorial com datas de início das aulas por cidade e sugerir pautas à imprensa regional com personagens locais.
- Utilizar canais de WhatsApp e grupos de redes sociais das prefeituras para divulgar conteúdo adaptado sobre os cursos.

AF

2

AP  
34

**Data:** 23/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

As três matérias publicadas neste dia mantiveram o CultSP Pro em evidência na imprensa. Em destaque, a entrevista de 32 minutos concedida pela secretária Marília Marton à Rádio Ilhabela FM, que trouxe detalhamento da proposta, objetivo e papel do programa. Esse tipo de aparição em emissoras regionais fortalece a percepção de presença institucional e proximidade com os territórios.

As demais publicações, no Portal de Americana e no jornal O Liberal, abordaram a implementação do curso de artesanato em Santa Bárbara d'Oeste. O foco foi a prática e o impacto direto para a população. São pautas importantes para fixar o nome do programa no território e demonstrar sua entrega.

### **Pontos positivos**

- Entrevista longa com conteúdo qualificado e aprofundado.
- Pautas de fácil compreensão e com apelo local em cidades do interior.
- Continuidade da cobertura após o lançamento.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum risco identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Desenvolver mini documentários de 1 minuto para as redes sociais, com histórias de alunos e professores.
- Criar reels com bastidores dos cursos e entrevistas curtas com formadores.
- Sugerir pautas de serviço para colunas de economia criativa e empreendedorismo local.
- Aproveitar o conteúdo da entrevista da secretária para pílulas em redes sociais, expandindo seu alcance.

27

8

110

35

**Data:** 24/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

Neste dia, duas matérias deram continuidade à cobertura regional positiva do CultSP Pro. Em destaque, a publicação de A Tribuna de Santos, jornal de grande prestígio no litoral paulista, que destacou a oferta de cursos em Santos e Cubatão. A inserção tem peso institucional e amplia a presença simbólica do programa em região tradicionalmente engajada com cultura.

A matéria de O Liberal – Impresso manteve a pauta viva em Santa Bárbara d'Oeste, reforçando a ideia de continuidade e entrega do programa. Já a terceira publicação, na coluna de Mônica Bergamo, citou novamente a secretária Marília Marton em contexto polêmico, ainda que com menção elogiosa à sua capacidade de diálogo. A exposição exige monitoramento e estratégia.

### **Pontos positivos:**

- Inserção qualificada em jornal de prestígio regional.
- Continuidade da cobertura em Santa Bárbara d'Oeste.
- Menção elogiosa à gestora da Cultura, mesmo em contexto polêmico.

### **Riscos à imagem**

- Reforço da associação da gestão cultural a grupos com alinhamento ideológico específico.
- Possível cristalização de imagem de uma secretaria voltada a apenas um segmento da cultura.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada:**

- Organizar visitas de jornalistas e influenciadores a um "dia nas oficinas" para mostrar o programa em funcionamento.

RD

36

- Manter notícias positivas circulando nos dias com menções polêmicas, diluindo o impacto reputacional.
- Fortalecer narrativas de diversidade e pluralidade da gestão em releases, redes sociais e artigos assinados.
- Criar peças digitais com depoimentos de beneficiários diversos, reforçando a pluralidade do público atendido.

AF

r

PP

37

**Data:** 25/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

O CultSP Pro manteve presença relevante na mídia neste dia, com três matérias positivas publicadas em veículos de perfis variados. A diversidade de formatos e a abrangência geográfica reforçam a consolidação do programa como uma política pública em expansão.

A matéria da Folha Metropolitana de Guarulhos destacou a abertura de mil novas vagas, com linguagem acessível e apelo de prestação de serviço. Já a publicação na Gazeta de S. Paulo, de viés mais institucional, reiterou o compromisso do Governo do Estado com a formação cultural. Por fim, a matéria no Catraca Livre ampliou o alcance digital do programa, dialogando com um público jovem e conectado.

### **Pontos positivos**

- Ampla presença territorial, com matérias na capital, Grande São Paulo e portal nacional.
- A matéria no Catraca Livre teve forte capilaridade digital e linguagem acessível.
- O enfoque em vagas e qualificação reforça o caráter de oportunidade e inclusão do programa.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Posicionar a secretária Marília Marton como liderança técnica em entrevistas e colunas de opinião, em veículos como Veja, Valor e podcasts de impacto.
- Explorar conteúdos em vídeo com a secretária falando sobre economia criativa, juventude e formação profissional.
- Criar minisséries para redes sociais com foco em "transformações reais" geradas pelo CultSP Pro.
- Buscar pautas em editorias de economia, empreendedorismo e inovação, além da cultura.

**Data:** 26/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

Com três matérias positivas em veículos tradicionais do interior, o CultSP Pro continuou sendo pauta na mídia regional. A publicação no Cruzeiro do Sul – Sorocaba tratou do programa como oportunidade para fazedores de cultura. O Diário do Rio Claro e a versão digital de A Tribuna – Santos também reforçaram o caráter formativo da iniciativa.

Apesar da menor quantidade de publicações em comparação aos dias de maior volume, a constância da cobertura e a regionalização dos conteúdos indicam uma boa manutenção da pauta.

### **Pontos positivos**

- Manutenção da cobertura em regiões distintas do estado.
- Matérias com foco em utilidade pública e prestação de serviço.
- Continuidade do interesse da mídia espontânea, mesmo após semanas do lançamento.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Fortalecer relacionamento com redações regionais, com envio de materiais adaptados a cada cidade.
- Oferecer entrevistas com professores, coordenadores e alunos locais para gerar matérias com mais profundidade.
- Investir em materiais digitais personalizados para redes sociais das Fábricas, prefeituras parceiras e influenciadores locais.
- Incentivar programas de rádio a abrirem espaço para entrevistas sobre o CultSP Pro como serviço público.

AF

7

RD

33

**Data:** 28/10/2024 **Auditoria:** 2 matérias

### **Análise**

As matérias do dia reforçaram a diversidade de formatos e públicos alcançados pelo CultSP Pro. A reportagem da TV Record São Paulo tratou do programa na região de São José do Rio Preto com entrevista a porta-voz, o que deu credibilidade à pauta. Já o Portal da Cidade – Registro destacou o Giro Pro como uma ação itinerante, fortalecendo a descentralização.

A criação e atuação do Giro Pro têm alto valor simbólico e comunicacional e poderiam ser ainda mais exploradas em veículos estaduais.

### **Pontos positivos**

- Inserção em TV aberta com grande audiência.
- Reforço à interiorização do programa com matéria em Registro.
- Abordagem clara e de fácil compreensão.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Promover o Giro Pro como pauta de abrangência estadual, com esforço para inserções em SP1, Estadão e Folha.
- Criar identidade visual própria para o Giro Pro, com logotipo, jingle e conteúdo audiovisual.
- Produzir websérie curta com bastidores da ação nas cidades por onde passa.
- Investir em peças de mídia exterior nas cidades contempladas: cartazes, totens, rádio comunitária.

AF

8

RP

YO

**Data:** 29/10/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

A presença do CultSP Pro em Presidente Prudente, divulgada no portal da Metrópole FM, reforça a interiorização e o alcance do Giro Pro. A linguagem foi objetiva, com foco em prestação de serviço.

Contudo, a chegada a uma cidade estratégica como Presidente Prudente poderia ter rendido maior repercussão. O potencial da pauta vai além do público interessado nos cursos — também é relevante para demonstrar investimento público em cultura.

### **Pontos positivos**

- Continuidade do Giro Pro em novas regiões.
- Reforço da interiorização do programa.
- Manutenção da pauta em circulação.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Ampliar a comunicação para públicos que não farão os cursos, destacando investimento público em cultura.
- Utilizar espaços urbanos (ônibus, mercados, terminais) para informar a população geral.
- Estimular imprensa local a abordar o programa como política pública estruturante.
- Criar posts patrocinados segmentados para cada cidade onde o Giro Pro atua, com linguagem adaptada.

AF

8

RB

YI

**Data:** 30/10/2024 Auditoria: 2 matérias

### **Análise**

Duas pautas de alto potencial simbólico foram veiculadas no dia 30, ambas positivas, mas com repercussão ainda modesta frente ao seu valor comunicacional. A primeira abordou o lançamento do concurso de grafite para o Edifício Oswald de Andrade, um dos espaços culturais mais emblemáticos da cidade de São Paulo. Já a segunda destacou uma masterclass para artesãos e produtores em Santa Bárbara d'Oeste, reforçando o caráter formativo do CultSP Pro.

Ambas as iniciativas têm forte apelo junto a editorias de cultura, comportamento e cidadania. No entanto, faltou uma estratégia mais robusta de divulgação, que explorasse o caráter visual e humano das ações, atingindo grandes portais, telejornais e redes sociais.

### **Pontos positivos**

- Concurso de grafite valoriza o patrimônio público e conecta o programa à arte urbana.
- A masterclass em Santa Bárbara mostra a entrega concreta e adaptada às regiões.
- A diversidade das pautas fortalece o posicionamento plural do CultSP Pro.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum risco identificado neste dia.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Produzir vídeos curtos e dinâmicos sobre o concurso no Edifício Oswald para circular nas redes da Secretaria e de coletivos de grafiteiros.
- Oferecer pauta à imprensa sobre o concurso com foco em cultura urbana, turismo e revitalização do centro.
- Criar carrosséis para Instagram detalhando o processo de seleção e depoimentos de grafiteiros.
- No caso da masterclass, transformar a ação em estudo de caso sobre formação para economia criativa local.

AF

f

RB

Y2

**Data:** 31/10/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

O CultSP Pro foi destaque em três publicações no dia 31, com destaque especial para a entrevista da secretária Marília Marton à CBN Campinas, durante o Congresso dos Pequenos Municípios, em Águas de São Pedro. A fala reforçou o elo entre cultura e economia criativa como vetor de desenvolvimento regional. Trata-se de uma exposição qualificada e relevante, que deveria ter tido maior projeção estadual.

As outras duas matérias, em Garça e Santa Bárbara d'Oeste, reforçam a continuidade da presença do CultSP Pro nos territórios, com foco na entrega de cursos e atividades formativas.

### **Pontos positivos**

- Entrevista qualificada da secretária, conectando cultura à economia dos pequenos municípios.
- Pautas locais mostram o programa em andamento e com entrega real.
- Presença territorial consistente em diferentes regiões do estado.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Trabalhar a fala da secretária como base para artigos em colunas de economia, planejamento urbano e desenvolvimento regional.
- Criar séries para redes sociais como “#CultSPNasCidades” com imagens e histórias reais do programa em ação.
- Promover uma minissérie documental (em reels ou YouTube) sobre cultura e pequenos municípios.
- Investir em clips editados para circular a entrevista em redes da Secretaria, Fábricas e parceiros institucionais.

**Data:** 01/11/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

O CultSP Pro foi tema de uma matéria no portal PublishNews, com foco no concurso de grafite para o Edifício Oswald de Andrade. A publicação destacou o caráter inovador da iniciativa e seu alinhamento com a cultura urbana e a revitalização de patrimônio público. A escolha do Edifício Oswald de Andrade, no Bom Retiro, amplia o potencial simbólico da ação, que conecta arte, juventude, turismo e identidade cultural.

Apesar da qualidade da pauta, sua repercussão foi restrita. O tema tem forte apelo imagético e jornalístico e poderia ter alcançado grandes portais, editorias de cultura e comportamento, e programas de TV.

### **Pontos positivos**

- A matéria apresenta uma dimensão criativa e simbólica do CultSP Pro, alinhada a tendências contemporâneas da arte urbana.
- A escolha do Edifício Oswald de Andrade como palco da iniciativa fortalece a conexão entre cultura, memória e revitalização territorial.
- O interesse demonstrado por um portal especializado como o PublishNews valida a importância da pauta para o setor cultural.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum risco identificado neste dia.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Trabalhar o concurso de grafite como uma pauta visual e urbana para SP1, TV Cultura, Estadão e colunas de comportamento como UOL TAB e Marie Claire.
- Criar conteúdo audiovisual com os grafiteiros participantes e com imagens do edifício, formatado para Instagram Reels, TikTok e YouTube Shorts.
- Produzir um minidocumentário sobre a história do Edifício Oswald de Andrade, ligando passado e presente da cultura paulista.
- Convidar influenciadores ligados à arte urbana para acompanhar o concurso e amplificar a ação nas redes sociais com conteúdo autêntico.

Rp

44

**Data:** 02/11/2024 Auditoria: 4 matérias

### **Análise**

Ainda que não citassem diretamente o CultSP Pro, as quatro matérias de 2 de novembro tratam de temas que impactam a percepção pública da Secretaria da Cultura. As reportagens, veiculadas pela Folha de S.Paulo, DCM, Na Telinha e Revista Oeste, abordaram declarações do governador Tarcísio sobre o financiamento da TV Cultura. O tom variou de crítico a neutro, mas o contexto exige uma leitura atenta.

A associação entre a pasta da Cultura e uma possível fragilização de equipamentos simbólicos, como a emissora pública, pode respingar em programas como o CultSP Pro, ainda que indiretamente. O desafio da comunicação está em reforçar a imagem de continuidade, fortalecimento e modernização das políticas culturais.

### **Pontos positivos**

- A presença da secretária Marília Marton nas reuniões demonstra envolvimento direto com temas relevantes para a cultura.
- A postura cautelosa e a menção a soluções inspiradas em modelos internacionais indicam preocupação técnica e compromisso com a sustentabilidade do setor.
- A nota da Secretaria reafirmando o crescimento do orçamento e o pagamento integral dos repasses ajuda a conter especulações.

### **Riscos à imagem**

- A interpretação de que a TV Cultura está sendo desvalorizada pode afetar a imagem da gestão como um todo.
- Programas como o CultSP Pro podem sofrer por associação, especialmente entre setores mais sensíveis à preservação de equipamentos culturais históricos.
- A repetição de pautas como essa pode cristalizar uma visão de "desmonte", mesmo diante de dados contrários.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Posicionar o CultSP Pro como um exemplo de investimento em cultura de forma moderna e descentralizada, com ações concretas em andamento.

AF

→

RB

45

- Promover entrevistas em profundidade com a secretária sobre a visão estratégica da pasta, evitando ruídos ideológicos.
- Criar uma campanha digital com a série "Cultura em Ação", mostrando os programas ativos, os territórios atendidos e os impactos gerados.
- Reforçar a comunicação sobre os equipamentos culturais públicos em funcionamento e em processo de requalificação.

AF

7

RD  
46

**Data:** 03/11/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

O CultSP Pro apareceu no jornal Primeira Página, em nota breve e sem aprofundamento. A publicação foi neutra e funcionou como reforço de visibilidade no centro do estado, embora tenha deixado de explorar o potencial da pauta.

A ausência de elementos humanos, dados locais ou fontes entrevistadas enfraquece o impacto da nota, que tem tom de release replicado. Havia espaço para construir uma matéria completa e contextualizada, com ganho para o programa e para a Secretaria.

### **Pontos positivos**

- Presença do programa em região pouco abordada anteriormente.
- Manutenção da visibilidade do CultSP Pro mesmo em dia de baixa cobertura.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum risco identificado neste dia.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Adaptar os releases para cada região com dados locais, depoimentos e sugestão de fontes, facilitando a produção de matérias mais ricas.
- Propor publicação de artigos assinados por coordenadores regionais ou professores do programa, reforçando a expertise local.
- Estimular o uso de plataformas como LinkedIn para compartilhar resultados e boas práticas regionais do CultSP Pro.
- Estabelecer relações diretas com jornalistas do interior, oferecendo pautas customizadas para suas audiências.

AF

7

KB

Y7

**Data:** 04/11/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

Neste dia, o CultSP Pro ganhou destaque em regiões importantes do estado. Duas matérias abordaram o curso gratuito de gastronomia sustentável em Ribeirão Pires, reforçando a conexão do programa com a economia criativa, o meio ambiente e a geração de renda. A terceira matéria destacou as atividades do programa em Ribeirão Preto, dentro do Centro Cultural Palace — equipamento de forte valor simbólico para a cidade.

As inserções demonstram que o CultSP Pro está operando como programa em andamento, com entregas reais, e que vai além da formação tradicional ao incluir temas contemporâneos como sustentabilidade, território e identidade alimentar.

### **Pontos positivos**

- Destaque para a gastronomia sustentável, tema de grande interesse público.
- Ação articulada com um equipamento cultural relevante como o Centro Cultural Palace.
- Três inserções regionais em um mesmo dia indicam consistência na comunicação.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Ampliar a divulgação em editorias de gastronomia, sustentabilidade e economia solidária.
- Estimular coberturas jornalísticas com foco nos impactos do curso sobre renda e inclusão.
- Criar parcerias com influenciadores de gastronomia local para repercussão nas redes sociais.
- Desenvolver um minidocumentário para redes sobre o curso, com depoimentos de alunos e imagens da aula em andamento.

AF

7

R0

48

**Data:** 05/11/2024 Auditoria: 3 matérias

### **Análise**

A cobertura do dia teve como destaque uma matéria de peso no jornal da Band São Paulo, com entrevistas da secretária Marília Marton e de um porta-voz técnico. A presença na TV em horário nobre, com tempo generoso, deu visibilidade institucional e reforçou a credibilidade do CultSP Pro como política de Estado.

As outras duas matérias deram continuidade à pauta de gastronomia em Ribeirão Pires e à chegada do Giro Pro em Ubatuba. Esses registros reafirmam a força do programa em diferentes territórios, com formatos e abordagens diversos.

### **Pontos positivos**

- Reportagem em TV aberta, com linguagem jornalística e institucional robusta.
- Continuidade na cobertura do curso de gastronomia.
- Presença do Giro Pro em nova região, com cobertura positiva.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Trabalhar o Giro Pro como uma narrativa de Estado, com cobertura coordenada em TV, portais e redes sociais.
- Posicionar o CultSP Pro também em editorias de economia e desenvolvimento regional.
- Criar uma identidade visual para o Giro Pro e explorar seu potencial como marca itinerante.
- Sugerir pautas que conectem cultura à geração de renda e transformação territorial.

AF

r

RB  
YS

**Data:** 06/11/2024 Auditoria: 5 matérias

### **Análise**

O CultSP Pro esteve presente em diferentes frentes neste dia. As duas matérias mais diretas trataram da passagem do Giro Pro por Ubatuba e regiões de Ribeirão Preto, mantendo a pauta viva no interior. Outras três abordaram programas das Fábricas de Cultura sobre a cultura coreana, demonstrando que os equipamentos da Secretaria seguem mobilizando temas relevantes e conectados ao cotidiano urbano.

Ainda que as matérias não tenham explicitamente feito essa conexão, havia grande potencial para articular a sede do CultSP Pro no Bom Retiro — bairro com forte presença da comunidade coreana — às atividades das Fábricas, criando uma narrativa integrada e potente.

### **Pontos positivos**

- Giro Pro segue em execução e com cobertura constante.
- Presença das Fábricas de Cultura na mídia espontânea com temática atual e plural.
- Capilaridade regional mantida e reforçada.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum identificado.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Sugerir pauta integrada: CultSP Pro no Bom Retiro + cultura coreana nas Fábricas = narrativa de interculturalidade.
- Explorar a possibilidade de parceria com coletivos e embaixadas para eventos conjuntos.
- Incluir em redes sociais conteúdos sobre a cultura coreana e sua presença em São Paulo, com linguagem leve e informativa.
- Criar episódio temático do podcast "Na Cena" com foco na influência da cultura asiática em São Paulo.

RP

↑

RP  
50

**Data:** 08/11/2024 Auditoria: 1 matéria

### **Análise**

O CultSP Pro foi tema de uma longa entrevista exibida pela TV Alesp, com mais de oito minutos de duração. O conteúdo foi positivo, didático e tratou o tema com a profundidade que ele merece. A reportagem funciona como um bom registro institucional — ajuda a sedimentar o CultSP Pro como uma política pública real e estruturada.

Apesar da qualidade da abordagem, o alcance da TV Alesp é limitado ao público já politizado ou diretamente ligado ao Legislativo. Ou seja: excelente conteúdo, mas com audiência restrita. Esse tipo de material, bem produzido e informativo, precisaria circular em espaços com mais apelo popular ou de maior audiência, especialmente pensando em públicos que ainda não conhecem o programa — e que são justamente os que mais se beneficiariam dele.

### **Pontos positivos**

- O programa foi tratado com profundidade e respeito editorial, com tempo e espaço para explicar seus objetivos e estrutura.
- A entrevista trouxe um tom técnico, institucional e confiável, o que fortalece a imagem da Secretaria da Cultura.
- Serve como conteúdo de referência para futuras ações de comunicação.

### **Riscos à imagem**

- Nenhum risco identificado neste dia — mas a limitação de alcance da TV Alesp impede que o programa amplie sua penetração junto ao grande público.

### **Sugestões de Ações de Comunicação Corporativa Integrada**

- Reaproveitar a matéria da TV Alesp em pílulas curtas, com trechos editados para circular nas redes sociais da Secretaria, das Fábricas de Cultura e de parceiros. Isso ajuda a furar a bolha da comunicação oficial e alcançar públicos mais amplos.

AF

J

BB  
51

- Adaptar o conteúdo da entrevista para formatos visuais (cards, reels, stories) que funcionem bem nas redes sociais, com frases de impacto e trechos de vídeo atrativos.
- Utilizar o vídeo como peça base em campanhas institucionais de reforço da imagem do CultSP Pro, inclusive em apresentações para parceiros e novos municípios.
- Sugerir um segundo conteúdo para TV aberta ou portais de notícias populares, com linguagem mais acessível e voltada ao grande público.

A

r

Rb

S2

### QUESITO 3. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, PERFIL E HABILIDADES ESPECÍFICOS DA EQUIPE

#### SUBQUESITO 1 - Qualificação da Equipe de Profissionais

A Fator F Inteligência em Comunicação declara que conta com o serviço de profissionais experientes e qualificados em número suficiente capazes de executar os produtos e serviços objetos deste edital. Para o atendimento da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo a Fator F coloca à disposição 16 (dezesesseis) profissionais, contemplando todos os perfis previstos no edital, que executarão serviços em elevado padrão de qualidade. Apresentamos a seguir os currículos resumidos e os documentos comprobatórios da formação e da experiência de cada profissional, acompanhados dos respectivos perfis.

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94**

**(11) 98280.3000**

**roger.ferreira@fatorf.com.br**

**Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.**

**CNPJ 05.527.558/0001-43**

**Fone/WhatsApp (11) 99942.9344**

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

DF

7

10

53

**1 - ADRIANA ALVES****Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada – Perfil Master (Altíssima Complexidade)**

**Antonia Adriana Pereira Alves, RG 25.597.318-4**, é jornalista formada pela Universidade de Ribeirão Preto em 2004. Foi Coordenadora de Comunicação da Secretaria Municipal da Saúde da Prefeitura de São Paulo entre 27/07 2020 e 31/01/ 2025, e nessa função liderou os trabalhos de assessoria de imprensa, comunicação digital (site e redes sociais) e comunicação interna. Também foi coordenadora de comunicação da Secretaria Estadual de Logística e Transportes entre 01/06/2017 e 01/10/2019, liderando atividades de assessoria de imprensa e comunicação digital (site e redes sociais). Foi coordenadora da assessoria de imprensa da Secretaria Estadual de Educação entre 01/02/2011 e 01/02/2014 e assessora da imprensa da agência FSB Divulgação entre 17/02/2014 e 12/05/2017, com atendimento a diversos clientes públicos e privados. Também foi repórter do jornal Agora São Paulo em dois períodos (entre 01/04/2005 e 12/05/2005, e entre 02/06/2008 e 09/03/2010) e do jornal Bom Dia Bauru entre 31/10/2005 e 15/04/2008 cobrindo assuntos como Cidades, Educação, Saúde e Habitação. Com mais de 17 anos de experiência específica, possui experiência, conhecimentos e habilidades na liderança de equipes de comunicação integrada e nos serviços do Edital.

AF

↑

RD  
54

## DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Antonia Adriana Pereira Alves, RG 25.597.318-4**, foi Coordenadora de Comunicação da Secretaria Municipal da Saúde da Prefeitura de São Paulo entre 27/07 2020 e 31/01/ 2025, e nessa função liderou os trabalhos de assessoria de imprensa, comunicação digital (site e redes sociais) e comunicação interna. Também foi coordenadora de comunicação da Secretaria Estadual de Logística e Transportes entre 01/06/2017 e 01/10/2019, liderando atividades de assessoria de imprensa e comunicação digital (site e redes sociais). Foi coordenadora da assessoria de imprensa da Secretaria Estadual de Educação entre 01/02/2011 e 01/02/2014 e assessora da imprensa da agência FSB Divulgação entre 17/02/2014 e 12/05/2017, com atendimento a diversos clientes públicos e privados. Também foi repórter do jornal Agora São Paulo em dois períodos (entre 01/04/2005 e 12/05/2005, e entre 02/06/2008 e 09/03/2010) e do jornal Bom Dia Bauru entre 31/10/2005 e 15/04/2008 cobrindo assuntos como Cidades, Educação, Saúde e Habitação. Com mais de 17 anos de experiência comprovada, possui experiência, conhecimentos e habilidades na liderança de equipes de comunicação integrada e nos serviços do Edital.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP









# Universidade de Ribeirão Preto

Associação de Ensino de Ribeirão Preto



A Reitora da Universidade de Ribeirão Preto,  
no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social  
em 2003, confere o título de

Bacharel em Comunicação Social a

## Antonia Adriana Pereira Alves

brasileira, natural do Estado de São Paulo,  
nascida a 12 de maio de 1979, RG 25.597.318-4 - SP

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

Ribeirão Preto, (SP), 07 de fevereiro de 2004

DRA. ELMARA LÚCIA DE O. BONINI CORAUCI  
Reitora

Diplomada

VANESSA FRANÇA BONINI PANICO  
Diretora de Assuntos Comunitários e Estudantis

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL DO TÍTULO



56 B

4

15

Curso de  
**COMUNICAÇÃO SOCIAL com  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

Reconhecido pelo Decreto n.º 79.240  
de 10 de fevereiro de 1977

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO  
UNAERP**

**9118**

Diploma registrado sob n.º .....  
Livro **03**., Fls. **81**., Processo **226/2004**,  
nos termos do Artigo 48, § 1.º da Lei 9394 de 20 de  
dezembro de 1996.

Ribeirão Preto, **23** de **março** de **2004**.

*Vanessa França Bonini Panico*  
.....  
Vanessa França Bonini Panico  
Diretora de Assuntos Comunitários e Estudantis

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO  
UNAERP**

Diploma expedido sob n.º **6567**, no Livro **07**.

Ribeirão Preto, **15** de **março** de **2004**.

*Rosângela Maria Tígila Vilar*  
.....  
Rosângela Maria Tígila Vilar  
Encarregada do Setor de Registro de  
Diplomas da UNAERP

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO  
UNAERP**

**APOSTILA**

Apostila-se o presente diploma para declarar que o(a)  
diplomado(a) concluiu nessa Universidade, o Curso de

**COMUNICAÇÃO SOCIAL,**

com direito a registro na Habilitação em

**JORNALISMO**

(Reconhecido pelo Decreto 79.240/77)

Ribeirão Preto, 07 de fevereiro de 2004

*Vanessa França Bonini Panico*  
.....  
Vanessa França Bonini Panico  
Diretora de Assuntos Comunitários e Estudantis

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO**

APOSTILA AVERBADA: **JORNALISMO**.....

Ribeirão Preto, **23** de **março** de **2004**

*Rosângela Maria Tígila Vilar*  
.....  
Rosângela Maria Tígila Vilar  
Encarregada do Setor de Registro de  
Diplomas da UNAERP



132 Tabelião de Notas  
ESTA CÓPIA AUTENTICADA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL DOU FE.  
S.P. 28 JUN. 2021  
MICHÉL MENDES  
Escritório nº 27  
Rua Princesa Isabel, 37  
04601-001 - São Paulo - SP  
CADA AUTENTICAÇÃO  
Valida somente se  
com o selo de  
autenticidade

**UNAERP**

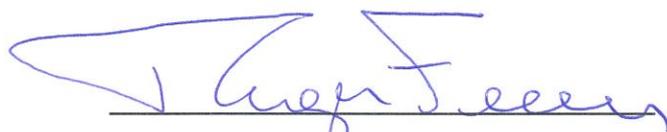
**2 - FÁBIO LIRA****Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Junior (Baixa Complexidade)**

**Fábio Moura Lira Rossini, RG. 42.795.478-2**, formou-se em Jornalismo pela Universidade São Judas Tadeu em 2016 e possui pós-graduação em Cinema pela FIAM-FAAM. Atou como assessor de imprensa para a agência FSB Comunicação entre 11/01/2016 e 05/04/2019 atendendo clientes como Prefeitura de Santos, Centro Paula Souza Detran-SP e Cruz Vermelha. Com mais de três anos de experiência específica, Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Fábio Moura Lira Rossini, RG. 42.795.478-2**, atou como assessor de imprensa para a agência FSB Comunicação entre 11/01/2016 e 05/04/2019 atendendo clientes como Prefeitura de Santos, Centro Paula Souza Detran-SP e Cruz Vermelha. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**  
**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

*Handwritten initials*

*Handwritten mark*

*Handwritten numbers 20 and 57*



## Universidade São Judas Tadeu



**SÃOJUDAS**  
UNIVERSIDADE

O Reitor da Universidade São Judas Tadeu, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do curso de **Jornalismo** no ano de 2015, com colação de grau em 10 de maio de 2016, confere o título de **bacharel** a

*Fabio Moura Lira Rossini*

brasileiro, natural de São Paulo -SP, nascido em 29 de setembro de 1993,  
RG 42.795.478-2,  
e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Paulo, 10 de maio de 2016

  
Prof. José Reinaldo Altenfelder Silva Mesquita  
Reitor

  
Prof. Rosário Antônio D'Agostino  
Diretor de Registro Acadêmico

  
Prof. Rosário Antônio D'Agostino  
Diretor

*Fabio Moura Lira Rossini*  
Diplomado



28 B

→

27

**SÃOJUDAS**

**Universidade São Judas Tadeu**

**Mantido(a) pelo(a) AMC - SERVIÇOS EDUCACIONAIS LTDA**

*Credenciamento: Portaria 264 de 04 de maio de 1989*

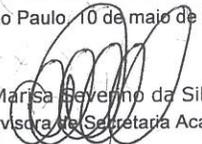
**CURSO: JORNALISMO**

*Reconhecimento: Portaria n.º 707, publicado(a) no DOU de 19/12/2013.*

**Conclusão: 2015.**

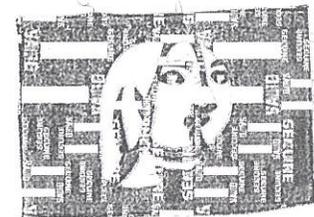
Diploma registrado nos termos do art. 2º, § 4º, do Decreto nº 5.786, de 24/05/2006, sob o nº 46800, livro: LRG-5, processo nº 5067373/2015.

São Paulo, 10 de maio de 2016

  
Marisa Beverino da Silva  
Supervisora de Secretaria Acadêmica



**13º Tabelião de Notas**  
**AUTENTICAÇÃO:**  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL, DOU FE.  
S.P. 26 JAN. 2021  
**JEREMIAS DOS SANTOS**  
Escritório Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
04601-001 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7622  
CADA AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,90





## CERTIFICADO

O Reitor do Centro Universitário das Faculdades Integradas Alcântara Machado no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Especialização - Pós-Graduação "Lato Sensu" em **CINEMA**, com área de conhecimento: Humanidades e Artes, confere o presente Certificado a

*Fabio Moura Lira Rossini*

de nacionalidade Brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascido aos 29 de setembro de 1993, portador do RG.42.795.478-2

São Paulo, 03 de agosto de 2018

FIAMFAAM

*C. J. Hashimoto*

Válido para Diplomas, Certificados e Históricos

Prof.<sup>a</sup> Cristiane da Silva Hashimoto  
Secretária-Geral

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

S.P. 26 JAN. 2021

JEREMIAS DOS SANTOS  
Escritório Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 3637 Brooklin Paulista  
São Paulo - SP - Tel: 5041-7522  
AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,90

*Manuel Nabais da Furriela*

Válido para Diplomas, Certificados e Históricos

Prof. Manuel Nabais da Furriela  
Reitor



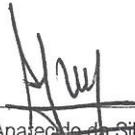
49  
10  
B

→  
41

**FIAMFAAM**

CENTRO UNIVERSITÁRIO

Certificado nº. 05 de CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO – Ano 2017/2018  
Registrado às fls. 01v do livro nº. 01 em 03 de agosto de 2018.

  
\_\_\_\_\_  
Sidnei Aparecido da Silva  
Setor de Registro

CURSO REALIZADO ATENDENDO À RESOLUÇÃO- CNE/CES Nº 01/2007



### 3 - LILIAN MURALINS

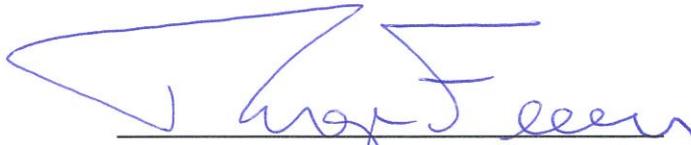
#### Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Junior (Baixa Complexidade)

**Lilian Muralins Scabio, RG 45.959.535-0**, formou-se em Jornalismo pela Universidade Nove de Julho em 2015. Atuou como assessor de imprensa para esta agência no atendimento da Secretaria Municipal da Saúde da Prefeitura de São Paulo entre 01/01/2022 e 31/03/2025. Com mais de três anos de experiência específica, possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação

### DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Lilian Muralins Scabio, RG 45.959.535-0**, atuou como assessor de imprensa para esta agência no atendimento da Secretaria Municipal da Saúde da Prefeitura de São Paulo entre 01/01/2022 e 31/03/2025. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação.

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

05.527.558/0001-43  
Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP



Rb  
60



# Universidade Nove de Julho



O Reitor da Universidade Nove de Julho - UNINOVE,  
no uso de suas atribuições e tendo em vista a colação de grau do  
Curso de Comunicação Social,

em 04 de agosto de 2015, confere o título de

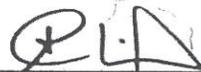
## Bacharela em Comunicação Social a Lillian Muralins Scabio

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 30 de setembro de 1989,  
RG nº 45.959.535-0 - SP

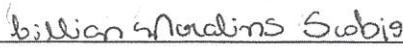
e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Paulo, 14 de setembro de 2015

  
\_\_\_\_\_  
PROF. EDUARDO STORÓPOLI  
Reitor

  
\_\_\_\_\_  
PROFA. MARIA CRISTINA BARBOSA STORÓPOLI  
Pró-Reitora Acadêmica

  
\_\_\_\_\_  
PROF. APARECIDO LUCIMAR MUNSON  
Secretário de Registro de Diplomas

  
\_\_\_\_\_  
LILLIAN MURALINS SCABIO  
Diplomada



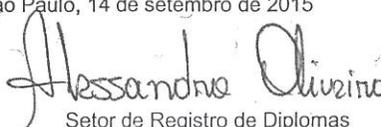
19 8

→

24

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE  
Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Bacharelado,  
Reconhecido pela Portaria MEC nº 707, de 18/12/2013, publicada  
no D.O.U. em 19/12/2013.

UNINOVE  
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO  
APOSTILA  
Curso: COMUNICAÇÃO SOCIAL  
Habilitação: JORNALISMO  
Colação de Grau: 04 de agosto de 2015  
São Paulo, 14 de setembro de 2015  
  
Prof. Aparecido Lucimar Munson  
Secretário de Registro de Diplomas

**UNINOVE**  
UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO  
Diploma registrado sob n.º 179035  
Processo n.º 02502/15-VG  
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.  
São Paulo, 14 de setembro de 2015  
  
Setor de Registro de Diplomas  
De acordo,   
Prof. Aparecido Lucimar Munson  
Secretário de Registro de Diplomas

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOUTOR  
S.P. 02 JUN. 2021  
JEREMIAS DOS SANTOS  
Escritório Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
04601-001 - São Paulo, SP  
Tel: 5041-7622  
CADA AUTENTICAÇÃO R\$ 3,90  
Valor e soma de bits de segurança autenticada

  
Colégio Notarial do Brasil  
Seção São Paulo - SP  
111203  
AUTENTICAÇÃO  
AU1098BC0227313

179631

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO  
UNINOVE  
Universidade Nove de Julho

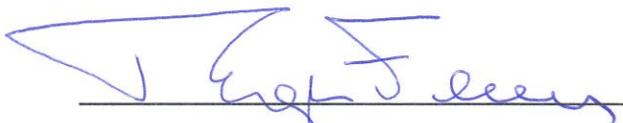
#### 4 - FERNANDA POLI

**Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Pleno (Média Complexidade)**  
**Fernanda Poli Garcia, RG 29.217.281-3**, concluiu o curso de Jornalismo pela Universidade São Judas Tadeu em 31/01/2005 (o diploma cuja cópia é incluída nessa proposta é a segunda via, emitida em 02/10/2013, e o mesmo documento informa que a primeira via foi emitida em 12/04/2005), e fez a Pós-Graduação Latu Sensu “Programa de Especialização em Comunicação Jornalística: Jornalismo Político” na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Trabalhou entre 21/03/2005 e 06/12/2013 na Rádio 2 Comunicação, empresa especializada na produção de conteúdos radiofônicos para clientes públicos e privados, com destaque para sua atuação para o Governo do Estado de São Paulo na produção e divulgação de conteúdos jornalísticos diversos. Também colaborou com a agência Fator F entre 01/02/2014 e 31/12/2020 no atendimento às necessidades de assessoria de imprensa para clientes públicos e privados, totalizando 15 anos e sete meses de experiência específica. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

#### DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Fernanda Poli Garcia, RG 29.217.281-3**, trabalhou entre 21/03/2005 e 06/12/2013 na Rádio 2 Comunicação, empresa especializada na produção de conteúdos radiofônicos para clientes públicos e privados, com destaque para sua atuação para o Governo do Estado de São Paulo na produção e divulgação de conteúdos jornalísticos diversos. Também colaborou com a agência Fator F entre 01/02/2014 e 31/12/2020 no atendimento às necessidades de assessoria de imprensa para clientes públicos e privados, totalizando 14 anos de experiência. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**  
**Fator F - Inteligência**  
**em Comunicação Ltda.**  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

AF

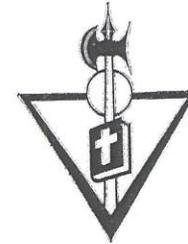
7

AB

62

2.ª Via

# Universidade São Judas Tadeu



O Reitor da Universidade São Judas Tadeu, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social em 31 de janeiro de 2005, confere o título de Bacharela em Comunicação Social a

**Fernanda Poli Garcia,**

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 07 de junho de 1987

R.G. n.º 29.217.281-3 - SP

e outorga-lhe o presente Diploma,

a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Paulo, 02 de outubro de 2013

OFICIAL DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E TABELIA DE NOTAS DO DISTRITO DE ERMELINO MATAZZO - SÃO PAULO - CAPITAL  
Rua Boaventura Rodrigues da Silva, 112  
MARIA BEATRIZ LIMA FURLAN  
AUTENTICAÇÃO  
Autêntico a presente cópia reprográfica extraída nestas notas a qual confere com o original do que dou fé

São Paulo

06 MAR. 2021

Valor Cobrado R\$ 3,90  
Válido somente com o selo de autenticação



Colégio do Brasil

115428

AUTENTICAÇÃO

AU1082AE0325916

REG. CIVIL PESSOAS NATURAIS E ANEXO NOTAS DO DISTRITO DE ERMELINO MATAZZO - SÃO PAULO - CAPITAL

Diretor

Reitor

\_\_\_\_\_  
Diplomada

  
\_\_\_\_\_  
Diretora de Registro Acadêmico

Handwritten initials in blue and red ink.

Prof. José Reinaldo Altenfelder Silva Mesquita  
Reitor

Prof. Rosário Antônio D'Agostino  
Diretor

Prof<sup>a</sup>. Maria Cláudia Mesquita Poças  
Diretora de Registro Acadêmico

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU  
Reconhecida pela Portaria n.º 264  
de 04.05.1989, D.O.U. 05.05.1989

Curso de  
COMUNICAÇÃO SOCIAL

Reconhecido pela Portaria n.º 1.200, de 19-08-1994,  
D.O.U. de 22-08-1994

APOSTILA

A diplomada concluiu a Habilitação em:  
JORNALISMO

São Paulo, 02 de outubro de 2013

Prof. Rosário Antônio D'Agostino  
Diretor

APOSTILA

Apostila-se o presente diploma para declarar que sua 1.ª via foi registrada sob n.º 009367, processo n.º 000307/2005, em 12 de abril de 2005, nesta Universidade.

São Paulo, 02 de outubro de 2013

Prof. Rosário Antônio D'Agostino  
Diretor

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU  
Secretaria de Diplomas  
Anotadas as Apostilas

São Paulo, 11 de outubro de 2013

Kleber Miranda Campanha Morgado  
Auxiliar da Secretaria de Diplomas

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU  
Secretaria de Diplomas

Diploma Registrado sob n.º **37916**

Processo n.º 003182/2013

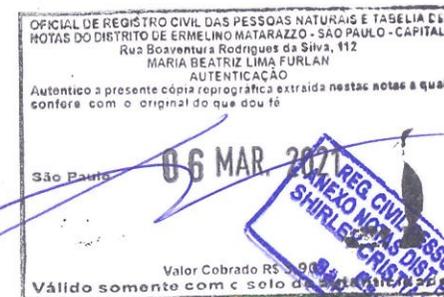
nos termos do Artigo 48 da lei 9394-96.

São Paulo, 11 de outubro de 2013

Kleber Miranda Campanha Morgado  
Auxiliar da Secretaria de Diplomas

De acordo.

Ana Carolina Sosa Testa  
Supervisora da Secretaria de Diplomas





PUC-SP  
COGEAE

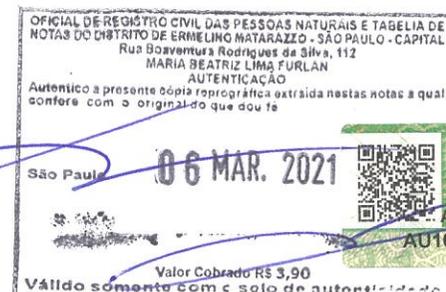
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo  
Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão

## CERTIFICADO

Certificamos que **Fernanda Poli Garcia** concluiu o curso de Pós-Graduação Lato Sensu  
“**Programa de Especialização em Comunicação Jornalística: Jornalismo Político**”, realizado  
no período de 29/02/2008 a 15/12/2012, com carga horária total de 390 horas, promovido  
pela Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes.

São Paulo, 14 de novembro de 2013.

  
Prof. Dra. ALEXANDRA FOGLI SERPA GERALDINI  
Pró-Reitoria de Educação Continuada





PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
Secretaria de Administração Escolar

Certificado registrado sob n.º 8002

Processo n.º 20135511, nos termos da Resolução CNE/CES n.º 01 de 08  
de junho de 2007.

São Paulo, 14 de Novembro de 2013

De acordo

Maguina Rocha Brandt  
Coordenadora da Secretaria de Administração Escolar

OFICIAL DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E TABELA DE  
NOTAS DO DISTRITO DE ERMELINO MATARAZZO - SÃO PAULO - CAPITAL  
Rua Boaventura Rodrigues da Silva, 112  
MARIA BEATRIZ LIMA FURLAN  
AUTENTICAÇÃO  
Autentico a presente cópia reprográfica extraída destas notas a qual  
confere com o original do que dou fe  
São Paulo 06 MAR. 2023  
Valor Cobrado R\$ 3,90  
Válido somente com o selo de autenticação

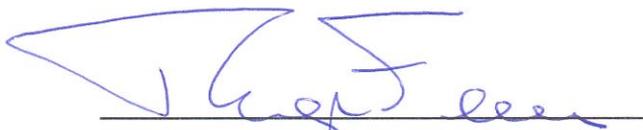


**5 - ROGER PELIZZARI****Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Pleno (Média Complexidade)**

**Rogério Pelizzari de Andrade, RG 27.479.226-6**, jornalista formado pela Universidade São Judas Tadeu, é Doutor e Mestre em Ciência da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). É especialista em Gestão de Processos Comunicacionais pela ECA/USP e graduado também em publicidade e propaganda pela Universidade São Judas (USJT). Atuou na Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo em dois períodos, entre 03/01/2005 e 27/02/2007 e entre 16/06/2008 e 25/11/2014, realizando atividades de assessoria de imprensa e implantação de projetos como o portal de notícias da PMSP, totalizando sete anos de experiência específica na área. Também exerceu atividades nas áreas de marketing, produção de conteúdo digital, consultoria e treinamento, atuando em instituições públicas, privadas e do terceiro setor, como a Prefeitura de São Paulo, a Agência Dinheiro Vivo e o IDORT. Foi diretor de relações institucionais da Rádio e TV Educativa do Paraná (RTVE-PR). Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Rogério Pelizzari de Andrade, RG 27.479.226-6**, atuou na Secretaria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo em dois períodos, entre 03/01/2005 e 27/02/2007 e entre 16/06/2008 e 25/11/2014, realizando atividades de assessoria de imprensa e implantação de projetos como o portal de notícias da PMSP, totalizando sete anos de experiência específica na área. Também exerceu atividades nas áreas de marketing, produção de conteúdo digital, consultoria e treinamento, atuando em instituições públicas, privadas e do terceiro setor, como a Prefeitura de São Paulo, a Agência Dinheiro Vivo e o IDORT. Foi diretor de relações institucionais da Rádio e TV Educativa do Paraná (RTVE-PR). Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

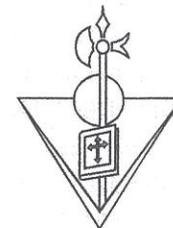
RF

↑

RF  
65



# Universidade São Judas Tadeu



○ Reitor da Universidade São Judas Tadeu, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social, em 04 de fevereiro de 1999, confere o título de

**Bacharel em Comunicação Social a**

**Rogério Pelizzari de Andrade,**

brasileiro, natural do Estado de São Paulo, nascido a 18 de setembro de 1976, R.G. n.º 27.479.226-6-SP,

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

São Paulo, 30 de abril de 1999

*[Assinatura]*

Director

*[Assinatura]*

Diplomado

*[Assinatura]*

Directora de Registro Acadêmico

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.

Reitor SP

2-2 JAN. 2021

JEREMIAS DOS SANTOS  
Escrivente Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Bro. Paulista  
04601-001 - São Paulo - SP



96 B

Prof. José Christiano Altenfelder Silva Mesquita  
Reitor

Profa. Lilian Brando Garcia Mesquita  
Diretora

Maria Claudia Mesquita Poças  
Diretora de Registro Acadêmico

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU

Reconhecida pela Portaria Ministerial  
n.º 264 de 04-05-89 publicada no  
D.O.U. de 05-05-89

Curso de  
COMUNICAÇÃO SOCIAL  
Reconhecido pela Portaria n.º 1.200 de  
19-08-1994 D.O.U. de 22-08-1994

APOSTILA

O diplomado concluiu a Habilitação em:  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

São Paulo, 30 de 04 de 1999.

*Lilian Brando Garcia Mesquita*  
Fac. de Letras, Artes, Comunicação e Ciências da Educação  
Diretora  
Profa. Lilian Brando Garcia Mesquita  
Diretora

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
Anotada / a Apostila  
São Paulo, 29 de fevereiro de 2000  
*Arley Rozena*  
Técnico Acadêmico

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
Secretaria Geral  
Divisão de Registros Acadêmicos  
Diploma registrado sob n.º 1237956  
Processo n.º 99.1.28294.17  
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96,  
São Paulo, 29 de fevereiro de 2000  
*Arley Rozena*  
ARLEY ROZENA  
Técnico Acadêmico  
De acordo.  
*Lor Cury*  
Profa. Dra. LOR CURY  
Secretária Geral

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU  
Secretaria de Registro de Diplomas  
Apostila registrada sob n.º 001957  
Processo n.º 2041/2001  
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394-96.  
São Paulo, 21 de Janeiro de 2002  
*Keili Cristina Sanches de Paula*  
Cencilia Mirian de Albuquerque Melo Pratos De Mula  
Auxiliar da Secretaria de Registro de Diplomas  
De acordo.  
*Keili Cristina Sanches de Paula*  
Keili Cristina Sanches de Paula  
Encarregada da Secretaria de Registro de Diplomas

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU

FACULDADE DE LETRAS, ARTES, COMUNI-  
CAÇÃO E CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO

APOSTILA

Portaria n.º 1200 de 19/08/94 D.O.U. 22/08/94.

O diplomado concluiu a Habilitação em:

Concluído em JORNALISMO  
2000.

13 / 08 / 2001

*Arnaldo de Souza Cardoso*  
Fac. de Letras, Artes, Comunicação e Ciências da Educação  
Prof. Arnaldo de Souza Cardoso  
Diretor

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL, DOU FE.

S.P. 22 JAN. 2021

JEREMIAS DOS SANTOS  
Escrivente Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
04601-001 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7622  
CADA AUTENTICAÇÃO R\$ 3,90



519-F02 61- W 03



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

O REITOR DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO,  
 NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,  
 CONFERE A

**ROGERIO PELIZZARI DE ANDRADE**

DE NACIONALIDADE BRASILEIRA,  
 PORTADOR DA CÉDULA DE IDENTIDADE  
 RG Nº 27.479.226-6 SP,  
 NASCIDO EM 18 DE SETEMBRO DE 1976  
 E NATURAL DO ESTADO DE SÃO PAULO,  
 O TÍTULO DE

**MESTRE EM CIÊNCIAS**

OBTIDO EM 26 DE OUTUBRO DE 2011,  
 NO PROGRAMA: CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO,  
 ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO.  
 E, PARA QUE POSSA GOZAR DE TODOS OS DIREITOS E  
 PRERROGATIVAS LEGAIS, OUTORGA-LHE O PRESENTE DIPLOMA.

SÃO PAULO, 19 DE ABRIL DE 2012.

*João Grandino Rodas*  
 REITOR

PROF. DR. JOÃO GRANDINO RODAS

*[Signature]*  
 PRO-REITOR DE  
 PÓS-GRADUAÇÃO  
 PROF. DR. VAHAN AGOPYAN



DIPLOMADO  
 ROGERIO PELIZZARI DE  
 ANDRADE



*[Handwritten signature]*  
 Tabela de Notas  
 EST. COPIA AUTENTICADA  
 COPIA EM PEDIDA PELO CARTÓRIO,  
 CONFERIR COM O ORIGINAL, DOU FE.  
 S.P.

JEREMIAS DOS SANTOS  
 2021  
 Colegiado Nacional do Brasil  
 111203  
 04601-001 - São Paulo - SP - Tel: (11) 5080-9000  
 Rua Princesa Isabel, 530 - Brooklin Paulista - São Paulo - SP - CEP: 04522-900

*[Handwritten numbers]*  
 10  
 67

PROGRAMA RECONHECIDO DE ACÓRDO COM  
O DISPOSTO NA PORTARIA MEC Nº 524 DE  
29/04/2008, DOU DE 30/04/2008.

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**SECRETARIA GERAL**  
**DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS**

DIPLOMA REGISTRADO SOB Nº **108899**  
PROCESSO Nº 2011.5.400.27.0  
NOS TERMOS DO ARTIGO 48 DA LEI 9394/96.  
SÃO PAULO, 27 DE ABRIL DE 2012.

  
LEILA AÑEZ DE OLIVEIRA  
TÉCNICO PARA ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS  
DE ACORDO.

  
PROF. DR. RUBENS BEÇAK  
SECRETÁRIO GERAL

SECRETARIA GERAL  
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS

O PRESENTE DOCUMENTO, EXPEDIDO PELA  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO É AUTÊNTICO.  
SÃO PAULO, 27 DE ABRIL DE 2012.



ARIOSVALDO BEZERRA DE SOUSA



Nº 0136172



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

O REITOR DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO,  
NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES,  
CONFERE A

**ROGERIO PELIZZARI DE ANDRADE**



DE NACIONALIDADE BRASILEIRA,  
PORTADOR DA CÉDULA DE IDENTIDADE  
RG Nº 27.479.226-6 SP,  
NASCIDO EM 18 DE SETEMBRO DE 1976  
E NATURAL DO ESTADO DE SÃO PAULO,



O TÍTULO DE

**DOUTOR EM CIÊNCIAS**

OBTIDO EM 14 DE MARÇO DE 2019,  
NO PROGRAMA: CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO,  
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: INTERFACES SOCIAIS DA COMUNICAÇÃO.  
E, PARA QUE POSSA GOZAR DE TODOS OS DIREITOS E  
PRERROGATIVAS LEGAIS, OUTORGA-LHE O PRESENTE DIPLOMA.

SÃO PAULO, 07 DE MAIO DE 2019.

REITOR  
PROF. DR. VAHAN AGOPYAN

PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROF. DR. CARLOS GILBERTO CARLOTTI JUNIOR



DIPLOMADO  
ROGERIO PELIZZARI DE ANDRADE



130 Tabelião de Notas  
ESTADO DE SÃO PAULO  
COMPROVANTE DE AUTENTICAÇÃO:  
CADA AUTENTICAÇÃO ORIGINAL, DOU FE.

JEREMIAS DOS SANTOS  
Rua Princesa Isabel, 1000 - São Paulo - SP  
Tel: 5041-1111

RD

68

PROGRAMA RECONHECIDO DE ACORDO COM O  
DISPOSTO NA PORTARIA MEC Nº 656 DE  
22/05/2017, DOU DE 23/05/2017.

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
SECRETARIA GERAL  
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS

DIPLOMA REGISTRADO SOB Nº **UPG034054**  
PROCESSIONº 2019.5.170.27.2  
NOS TERMOS DO ARTIGO 48 DA LEI 9394/96.  
SÃO PAULO, 07 DE MAIO DE 2019.

*Ricardo Klefens*  
RICARDO DE OLIVEIRA KLEFENS  
ANALISTA PARA ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS

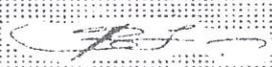
DE ACORDO.

*Pedro Vitoriano de Oliveira*  
PROF. DR. PEDRO VITORIANO DE OLIVEIRA  
SECRETÁRIO GERAL

SECRETARIA GERAL  
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS

O PRESENTE DOCUMENTO, EXPEDIDO PELA  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO É AUTÊNTICO.

SÃO PAULO, 07 DE MAIO DE 2019.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
  
DIRETOR TÉCNICO DE DIVISÃO

ARIOSVALDO BEZERRA DE SOUSA



Nº 0367560



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

A PRÓ-REITORA DE CULTURA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA  
 NOS TERMOS DO ARTIGO 74, PARÁGRAFO ÚNICO,  
 INCISO 5, ALÍNEA "B", DO  
 ESTATUTO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO,  
 CERTIFICA QUE

**ROGERIO PELIZZARI DE ANDRADE**

DE NACIONALIDADE BRASILEIRA,  
 PORTADOR DA CÉDULA DE IDENTIDADE  
 RG Nº 27.479.226-6 SP,  
 NASCIDO EM 18 DE SETEMBRO DE 1976  
 E NATURAL DO ESTADO DE SÃO PAULO,  
 CONCLUIU O

**CURSO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA  
 MODALIDADE DE ESPECIALIZAÇÃO:  
 GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

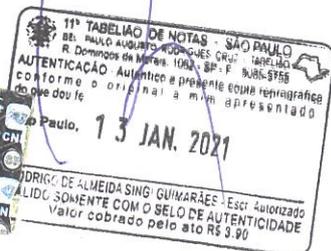
E, PARA QUE POSSA GOZAR DE TODOS OS  
 DIREITOS E PRERROGATIVAS LEGAIS,  
 OUTORGA-LHE O PRESENTE CERTIFICADO.

SÃO PAULO, 5 DE MAIO DE 2010.

*Mauro Wilton de Sousa*  
 DIRETOR  
 MAURO WILTON DE SOUSA



*Maria Arminda do Nascimento Arruda*  
 PRÓ-REITORA DE CULTURA E  
 EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA  
 PROFª DRª MARIA ARMINDA DO  
 NASCIMENTO ARRUDA



*Handwritten blue initials/signature.*

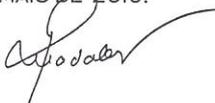
*Handwritten blue initials/signature.*

PERÍODO DO CURSO: 26/03/2007 A 30/06/2008  
CARGA HORÁRIA: 900 HORAS  
FREQUENCIA: 97,20%  
ÁREA DE CONHECIMENTO: COMUNICAÇÃO  
AVALIAÇÃO FINAL: APROVADO

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
PRÓ-REITORIA DE CULTURA E  
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

CERTIFICADO REGISTRADO SOB Nº 70027404, DE  
ROGERIO PELIZZARI DE ANDRADE, NOS TERMOS DA  
RESOLUÇÃO CNE/CES Nº1 DE 08 DE JUNHO DE 2007.

SÃO PAULO, 05 DE MAIO DE 2010.



EDUARDO ALVES  
ASSISTENTE TÉCNICO DE DIREÇÃO IV



# CERTIFICADO DE EXTENSÃO

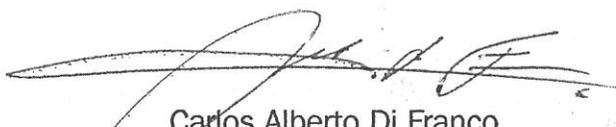
## CURSO INTENSIVO DE JORNALISMO APLICADO

Nos termos do Convênio celebrado em 22 de julho de 1996  
entre O Estado de S. Paulo e a Universidade de Navarra,  
por sua Faculdade de Comunicação, confere-se a

**ROGÉRIO PELIZZARI DE ANDRADE**

O presente certificado de  
EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA EM JORNALISMO,  
com base no histórico escolar constante no verso

  
  
*Júlio César Mesquita*  
Júlio César Mesquita  
O ESTADO DE S. PAULO

  
Carlos Alberto Di Franco  
UNIVERSIDADE DE NAVARRA



70

R

→

7

Histórico Escolar do Certificado de Extensão Universitária em Jornalismo, emitido pelo Jornal O ESTADO DE S. PAULO e pela FACULDADE DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE NAVARRA

## ROGÉRIO PELIZZARI DE ANDRADE

Identificação 27.479.226-6

Disciplinas	Carga Horária	Ciência Política
Ciência Política	30	Marco Antonio Bezerra Campos
Introdução à Filosofia	30	Dori Incontri
Ciência Econômica	30	Marcos Fernandes Gonçalves da Silva
Ética	30	Carlos Alberto Di Franco
Técnicas de Reportagem	10	José Francisco Sánchez
Jornalismo Impresso	320	Vários (constantes do currículo arquivado no departamento competente)



QR code and document verification information:

AUTENTICAÇÃO  
11464  
AUTENTICAÇÃO  
AUT1097CE0957148

13 JAN. 2001

TIP. REBELÃO DE NOTAS - SÃO PAULO  
R. Dom João de Moraes, 1022 - SP - JARDIM  
Avenida do Trabalhador e da Juventude, 100 - JARDIM  
do que dou-lhe o original a mim apresentado

Registro no livro nº 10, do registro de Extensão Universitária em Jornalismo, em 07/12/2001

O ESTADO DE S. PAULO

Jornal da tarde



EL DÓRADO  
AM 700 kHz • FM 92,9 MHz

CREDICARD



SIEMENS

Francisco José Arouche Ornellas  
COORDENADOR DO CURSO INTENSIVO  
DE JORNALISMO APLICADO

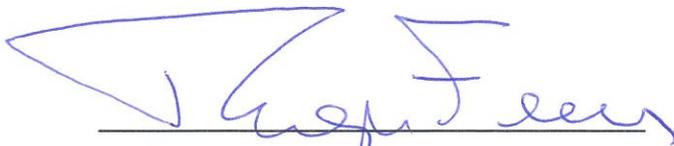
**6 - FÁTIMA BRITO****Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Pleno (Média Complexidade)**

**Maria Fátima Pereira de Brito, RG 24.731.628.3**, é formada em jornalismo pela Universidade Braz Cubas e pós-graduada em Comunicação Empresarial e Institucional pela Universidade Nove de Julho. Atuou nas assessorias de comunicação e imprensa da Secretaria Municipal de Saúde entre 27/07/2024 e 31/03/2025 e da Secretaria Municipal de Segurança Urbana (12/02/2010 a 19/02/2011). Também colaborou com a fator F no atendimento às necessidades de assessoria de imprensa para clientes públicos e privados entre 01/01/2015 e 31/01/2019, totalizando dez anos de experiência na área. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Maria Fátima Pereira de Brito, RG 24.731.628.3**, atuou nas assessorias de comunicação e imprensa da Secretaria Municipal de Saúde entre 27/07/2024 e 31/03/2025 e da Secretaria Municipal de Segurança Urbana (12/02/2010 a 19/02/2011). Também colaborou com a fator F no atendimento às necessidades de assessoria de imprensa para clientes públicos e privados entre 01/01/2015 e 31/01/2019, totalizando dez anos de experiência na área. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

**SÃO PAULO / SP**



# UNIVERSIDADE BRAZ CUBAS

O Professor Maurício Chermann, Reitor da Universidade Braz Cubas, no uso das atribuições legais conforme o Regimento Geral e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social, em 12 de setembro de 2000, confere o título de Bacharel a

**Maria de Fatima Pereira de Brito**

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 11 de junho de 1975, R.G. nº 24.731.628-3 - SP e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

Mogi das Cruzes, 12 de setembro de 2000

Reitor

Secretaria Geral

Diretor

Diplomado

275560120395



AMERICAN BANK NOTE CO

Handwritten marks in blue and red ink at the bottom left corner.

Prof. Maurício Chermann  
Reitor

Prof. Percio Chamma Júnior  
Diretor de Ensino e Extensão

Profª Terezinha Ap. Pires da Silva Rocha  
Secretária Geral

**Universidade Braz Cubas**  
Reconhecida pela Portaria Ministerial  
nº 1012 de 17/12/1985 - publicada no  
D.O.U. de 18/12/1985

Curso de Comunicação Social

Reconhecido pelo Decreto nº 80.157  
de 15/08/77 D.O.U. de 16/08/77

HABILITAÇÃO EM: JORNALISMO  
Mogi das Cruzes, 12 de Setembro de 2000.

Diretor

**ANOTADA A APOSTILA**

Mogi das Cruzes, 07 de maio de 2001.

*Nivaldo Luiz dos Santos*  
NIVALDO LUIZ DOS SANTOS  
Encarregado de Registro

**UNIVERSIDADE BRAZ CUBAS**

**Secretaria Geral**

Diploma Registrado sob o número: 58183-5

Processo número: 01.62718.05-2

nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.

Mogi das Cruzes, 7 de Maio de 2001.

*Nivaldo Luiz dos Santos*  
NIVALDO LUIZ DOS SANTOS  
Encarregado de Registro

De Acôrdo.

*Prof. Percio Chamma Júnior*  
PROF. PERCIO CHAMMA JÚNIOR  
Diretor de Ensino e Extensão

Nº 1503 L 60-08 Fls. 12

*Nivaldo Luiz dos Santos*

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

S.P. 13 JAN. 2021

JEREMIAS DOS SANTOS  
Escritor Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
04601-001 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7622  
AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,80





# Universidade Nove de Julho



O Reitor da Universidade Nove de Julho - UNINOVE  
no uso de suas atribuições e tendo em vista que

## Maria de Fatima Pereira de Brito

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida em 11 de junho de 1975,  
RG 24.731.628-3/SP

concluiu em 16 de maio de 2009, o Curso de Pós-Graduação "Lato Sensu" em Comunicação Empresarial e Institucional na área de Comunicação, nível de Especialização, com 400 horas, de acordo com o artigo 44, inciso III, lei 9394/96, e Resolução C.F.C./C.E.S. nº 01/07, confere-lhe o presente certificado para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas inerentes ao título.

São Paulo, 23 de novembro de 2012

Ricardo Mazon  
Diretor de Registros Acadêmicos

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DUPL. FE.  
S.P.

Maria de Fatima Pereira de Brito  
Diplomado

Prof. Aparecido Lucimar Munson  
Secretário de Registro de Diplomas

PREMIAS DOS SANTOS  
Escritório Autorizado  
Rua Princesa Isabel 363 - Brooklin Paulista  
04501-901 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7022  
CADA AUTENTICAÇÃO - R\$ 2,00



73  
8  
→

21

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE  
Prof. Eduardo Storópoli - Reitor  
Profa. Maria Cristina Barbosa Storópoli - Pró-Reitora Acadêmica

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE

Certificado registrado sob n.º 3789  
Processo n.º 03017/12-PMM

São Paulo, 23 de novembro de 2012

*Quine Lopes Mergulhão*  
Setor de Registro de Diplomas

De acordo,

  
Prof. Aparecido Lucimar Munson  
Secretário de Registro de Diplomas

Elaborado: *Ida Luana*  
Conferido: *Quine*  
Data: *23/11/2012*



006.457

**7 - VALÉRIA CINTRA****Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Pleno (Média Complexidade)**

**Valéria Aparecida Cintra, RG 17.558.169**, graduou-se em Jornalismo pelo Instituto Metodista de Ensino Superior em 14/01/1992. É também pós-graduada em Comunicação Jornalística pela Fundação Cásper Líbero. Foi assessora de imprensa Secretaria de Comunicação do Governo de São Paulo entre 22/05/1998 e 29/03/2005 e também entre 03/08/2012 e 29/04/2018, realizando o atendimento à imprensa, acompanhamento de viagens do governador, produzindo textos e conteúdos de divulgação diversos, totalizando 13 anos de experiência específica na área. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Valéria Aparecida Cintra, RG 17.558.169**, foi assessora de imprensa Secretaria de Comunicação do Governo de São Paulo entre 22/05/1998 e 29/03/2005 e também entre 03/08/2012 e 29/04/2018, realizando o atendimento à imprensa, acompanhamento de viagens do governador, produzindo textos e conteúdos de divulgação diversos, totalizando 13 anos de experiência específica na área. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

**05.527.558/0001-43****Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141

Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

8

74



República Federativa do Brasil

Instituto Metodista de Ensino Superior

Federação de Escolas Superiores do ABC



# Faculdade de Comunicação Social

O Diretor da Faculdade de Comunicação Social, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social, em 14 / 01 / 1992, confere o título de Bacharel em Comunicação Social a

**Valéria Aparecida Cintra**

nacionalidade Brasileira R.G. n.º 17.558.169 - SP nascida a 16 / 09 / 1967,

natural do Estado de São Paulo e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de

que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Bernardo do Campo, 14 de Janeiro de 1992

*[Signature]*  
Secretário  
Prof. Jader Ernesto Cardoso  
Secretario Geral

*[Signature]*  
Diretor  
PROF. MIGUEL DE ABREU ROCHA  
REITOR DA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CONFERE COM O ORIGINAL, DOU FE.

*[Signature]*  
Diplomado

S.P. 04 MAR 2007



75

→

4

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
Curso de Comunicação Social  
Reconhecido pelo Dec. nº 77.142/1976  
Diário Oficial da União, 13/02/76

APOSTILA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
O diplomado concluiu, nesta Faculdade, a  
Habilitação em:  
JORNALISMO  
São Bernardo do Campo, 14/01/1992  
  
Diretor da Faculdade

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
Diploma registrado sob n.º 931023  
Processo n.º 92.1.16219.1.9  
Em 01 de junho de 1992  
Flávio A. Lopes  
Por Delegação de Competência do Ministério da Educação  
e Cultura (Portarias N.ºs 726/74, 71/77, 30/79 e 31/80)

CONFERE  
Em 04/06/1992  
Eduardo  
Seção de Registro

DIPLOMA REGISTRADO NA UNIVERSIDADE  
DE SÃO PAULO, POR DELEGAÇÃO DE  
COMPETÊNCIA DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
E CULTURA.  
São Paulo, 04 JUN 1992  
Prof.ª Dr.ª LOR CURY  
Secretaria Geral

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
Anotada a Apostila  
São Paulo, 01 de junho de 1992  
Flávio A. Lopes  
Seção de Registro de Diplomas

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.  
S.P. 04 MAR. 2021  
ANA MARIA A. SANTANA  
Tabelião de Notas Autorizada  
363 - Brooklin Paulista  
São Paulo - SP - Tel. 5041-7622  
CARTÓRIO - R\$ 3,90  
Colégio Notarial do Brasil  
Seção São Paulo  
111203  
AUTENTICAÇÃO  
AU1098BC0092094



## FUNDAÇÃO CÁSPER LÍBERO

Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero

# CERTIFICADO DE PÓS-GRADUAÇÃO

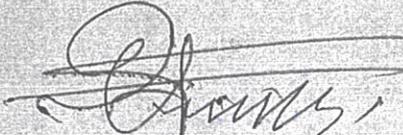
## NÍVEL DE LATO SENSU

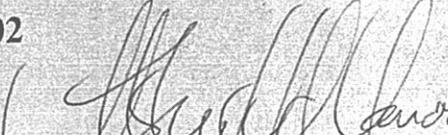
*Nos termos da Legislação Federal em Vigor, de acordo com as normas do Conselho Nacional de Educação, Resolução 12/83 e em consonância com dispositivos regimentais e demais instruções acadêmicas da Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, entidade de utilidade pública federal, estadual e municipal, fundada em 1947, confere-se a*

## VALÉRIA APARECIDA CINTRA OLIVEIRA

*o presente Certificado de PÓS-GRADUAÇÃO, em nível de LATO SENSU, na área de concentração em Comunicação Jornalística, concluído em 2001, de acordo com o HISTÓRICO ESCOLAR editado no verso.*

São Paulo, 17 de maio de 2002

  
Prof. Erasmo de Freitas Nuzzi  
DIRETOR

  
Prof. Dr. Mitsuru Higuchi Yanaze  
COORDENADOR



Handwritten marks in blue ink, including the number '76' and a signature.

## Histórico Escolar do Certificado de Pós-Graduação, Nível de Lato Sensu Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero

Especialista: VALERIA APARECIDA CINTRA OLIVEIRA

Identificação: R.G.17.558.169-1 – Expedida por: Secretaria de Segurança Pública – S.P.

DISCIPLINAS	NOTAS	CARGA HORÁRIA	FREQUÊNCIA	DOCENTE E TITULARIDADE ACADÊMICA
Comunicação em Campanhas Eleitorais	8,5	60	100%	Heloiza Helena Gomes de Matos – Livre-Docência junto ao Departamento de R.P. Propaganda e Turismo da ECA-USP-1996; Doutora em Ciências da Comunicação – ECA-USP – 1989.
Comunicação de Massa e Globalização na Cultura Contemporânea	9,5	60	100%	Cláudio Novaes Pinto Coelho – Doutor em Ciências: área de Sociologia – USP – 1992; Mestre em Ciências Sociais: área de Antropologia – Universidade Estadual de Campinas – 1986.
Marketing e Comunicação Persuasiva	9,0	60	100%	Mitsuru Higuchi Yanaze – Doutor em Ciências da Comunicação – Especialização em Marketing e Relações Públicas – USP – 1993; Mestre Master Of Business Administration – MBA – Concentração em Marketing – Michigan – USA – 1982.
Didática do Ensino Superior	8,0	60	100%	Liana Gottlieb – Doutora em Comunicação Social – USP – 1998; Mestre em Comunicação Social – Instituto Metodista de Ensino Superior – 1993.
O Telejornal e sua Linguagem	9,5	60	100%	Soraya Maria Ferreira Vieira – Doutora em Comunicação e Semiótica – PUC – São Paulo – 1997; Mestre em Comunicação e Semiótica – PUC – São Paulo – 1992.
Teorização, Prática e Crítica da Arte. O Modernismo nas Artes Visuais. Do Figurativo ao Abstrato	9,0	60	100%	Marlene Fortuna – Doutora em Comunicação e Semiótica – PUC-SP – 1999; Mestre em Comunicação e Semiótica – PUC-SP – 1995.

Confere:

*Dolores Marques Rodrigues*  
Dolores Marques Rodrigues  
Secretária

Registrado no Livro nº 2, fls. 13v, do Registro de Pós-Graduação em 10 / 05 / 2001.



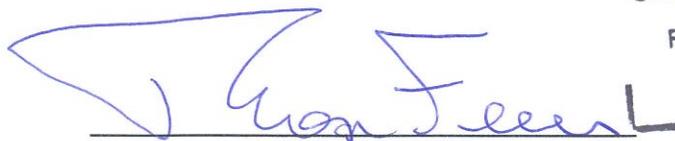
**8 - VAGNER MAGALHÃES****Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Pleno (Média Complexidade)**

**Vagner Rodrigues de Magalhães, RG 20.214.203-6**, é formado em Jornalismo pelo Instituto Metodista de Ensino Superior. Fez parte da equipe de assessoria de imprensa da Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura de São Paulo entre 27/07/2020 e 31/12/2024. Foi também editor-chefe do Portal da Câmara Municipal de São Paulo e responsável pelo conteúdo do portal e da web Rádio Câmara entre 05/05/2017 e 14/01/2018. Foi repórter do jornal Agora São Paulo entre 01/06/1996 e 24/06/1997; repórter especial do Universo Online (UOL) entre 05/05/2014 e 15/12/2015; repórter especial do portal Terra entre 02/06/2003 e 17/04/2014, atuando em áreas como Brasil, Esportes e Economia; repórter de Cidades do jornal Diário do Grande ABC entre 15/09/1997 e 10/04/2000, somando mais de 17 anos de experiência específica. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Vagner Rodrigues de Magalhães, RG 20.214.203-6**, fez parte da equipe de assessoria de imprensa da Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura de São Paulo entre 27/07/2020 e 31/12/2024. Foi também editor-chefe do Portal da Câmara Municipal de São Paulo e responsável pelo conteúdo do portal e da web Rádio Câmara entre 05/05/2017 e 14/01/2018. Foi repórter do jornal Agora São Paulo entre 01/06/1996 e 24/06/1997; repórter especial do Universo Online (UOL) entre 05/05/2014 e 15/12/2015; repórter especial do portal Terra entre 02/06/2003 e 17/04/2014, atuando em áreas como Brasil, Esportes e Economia; repórter de Cidades do jornal Diário do Grande ABC entre 15/09/1997 e 10/04/2000, somando mais de 17 anos de experiência específica. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP



↑

RD

77

República Federativa do Brasil

Federação de Escolas Superiores do ABC  
Instituto Metodista de Ensino Superior  
Faculdade de Comunicação e Artes



O Diretor Geral da Federação de Escolas Superiores do ABC, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social, em 22/03/1996,

confere o título de Bacharel em Comunicação Social a

**Wagner Rodrigues de Magalhães**

nacionalidade Brasileira R.G. nº 20.214.203 - S.P. nascido a 21/10/1971,  
natural do Estado de São Paulo e outorga-lhe o presente Diploma,

a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.

São Bernardo do Campo, 22 de Março de 1996

*Wagner R. Magalhães*  
Diplomado

*[Signature]*  
Diretor Geral

13ª Tabelião de Notas  
AUTENTICACAO  
ESTA COPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL DOU FE.

S.P.

22 JAN. 2021

REMIAS DOS SANTOS  
Escrevente Autorizada  
Rua Maria Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
São Paulo - SP

Coordenador de Curso



4006

87

8

21

+

Coordenador: Prof. Miguel de Abreu Rocha  
Diretor Geral: Prof. Dr. Ronaldo Sathler Rosa

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E ARTES  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Reconhecido pelo Dec. nº 77.142/1976

Diário Oficial da União, 13/02/76

APOSTILA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO E ARTES  
O diplomado concluiu, nesta Faculdade, a  
Habilitação em:

JORNALISMO

São Bernardo do Campo, 22/03/1996

Coordenador de Curso

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Anotada a Apostila

São Paulo, 16 de julho de 1996

Seção de Registro de Diplomas

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Diploma registrado sob n.º 1110261

Processo n.º 96.1.18815.1.1

Em 16 de julho de 1996

Por Delegação de Competência do Ministério da Educação  
e Cultura (Portarias N.ºs 726/77, 11/77, 30/79 e 31/80)

CONFERE

Em 17 de julho de 1996

Seção de Registro

DIPLOMA REGISTRADO NA UNIVERSIDADE  
DE SÃO PAULO, POR DELEGAÇÃO DE  
COMPETÊNCIA DO MINISTÉRIO DA  
EDUCAÇÃO E CULTURA.

São Paulo, 17 JUL 1996

Prof. Dr. LOR CURY  
Secretária Geral

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

S.P. 22 JAN. 2021

JEREMIAS DOS SANTOS  
Escrivente Autoriz.  
Rua Princesa Isabel, 363 - Br.  
04601-001 - São Paulo - Sp.  
CADA AUTENTICAÇÃO



**9 – MARCELO PEREIRA****Perfil Repórter fotográfico**

**Marcelo dos Santos Pereira, RG 18.721.313-6**, graduou-se em Jornalismo pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado e dedicou sua atividade profissional ao fotojornalismo. É portador do registro profissional MTB número 37307SP, emitido em 14/03/2003. Foi editor de fotografia do portal Terra entre 16/01/2006 e 15/01/2010, e posteriormente entre 12/03/2012 e 18/09/2014; editor de Audiovisuais do Diário de S.Paulo / Rede Bom Dia entre 01/02/2010 e 02/09/2011; fotógrafo da Associação Paulista do Ministério Público entre 12/05/2016 e 29/07/2016 e posteriormente entre 29/08/2016 e 13/02/2017. Prestou serviços para esta agência entre 14/02/2017 até 07/04/2025, totalizando 16 anos e dez meses de experiência específica. O profissional é habilitado para a produção, seleção e edição de fotografias, e também para a gestão de banco de imagens, dominando amplamente técnicas fotográficas, equipamentos e softwares de edição de imagens como Adobe Lightroom e Adobe Photoshop.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Marcelo dos Santos Pereira, RG 18.721.313-6**, foi editor de fotografia do portal Terra entre 16/01/2006 e 15/01/2010, e posteriormente entre 12/03/2012 e 18/09/2014; editor de Audiovisuais do Diário de S.Paulo / Rede Bom Dia entre 01/02/2010 e 02/09/2011; fotógrafo da Associação Paulista do Ministério Público entre 12/05/2016 e 29/07/2016 e posteriormente entre 29/08/2016 e 13/02/2017. Prestou serviços para esta agência entre 14/02/2017 até 07/04/2025, totalizando 16 anos e dez meses de experiência específica. O profissional é habilitado para a produção, seleção e edição de fotografias, e também para a gestão de banco de imagens, dominando amplamente técnicas fotográficas, equipamentos e softwares de edição de imagens como Adobe Lightroom e Adobe Photoshop.

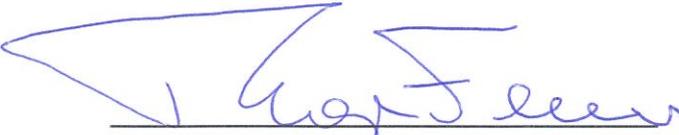
São Paulo, 10 de abril de 2025.

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

AF

↑

72



# Faculdades Integradas Alcântara Machado

Ⓞ Diretor Geral das Faculdades Integradas Alcântara Machado, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Comunicação Social em 11 de janeiro de 2.002, confere o título de

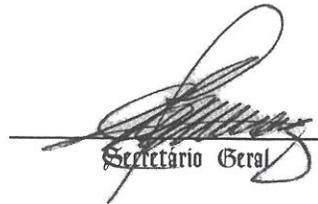
Bacharel em Comunicação Social a

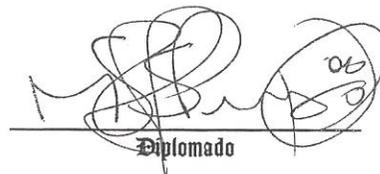
**Marcelo dos Santos Pereira**

brasileiro, natural do Estado de São Paulo, nascido a 11 de setembro de 1.970,  
R. G. nº 18.721.313-6 - SP

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

São Paulo, 01 de fevereiro de 2.002.

  
Secretário Geral

  
Diplomado

  
Diretor Geral

13º Tabelião de Notas  
ESTACIÃO ESTADUAL DE NOTARIAS  
CARTÓRIO,  
ORIGINAL DOU FE

S.P. 17 MAR. 2020



PREMIAS DOS SANTOS  
Escrivente Autorizado  
Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
001 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7622  
AUTENTICAÇÃO - P

23

24

25

Diretor Geral: Prof. Edevaldo Alves da Silva  
Vice Diretora Geral: Dra. Labibi Elias Alves da Silva  
Secretário Geral: Prof. Celso Hamilton de Camargo

Curso de: **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Reconhecido pelo Decreto nº 79.731/77,  
de 26/05/77, D.O.U. de 27/05/77.

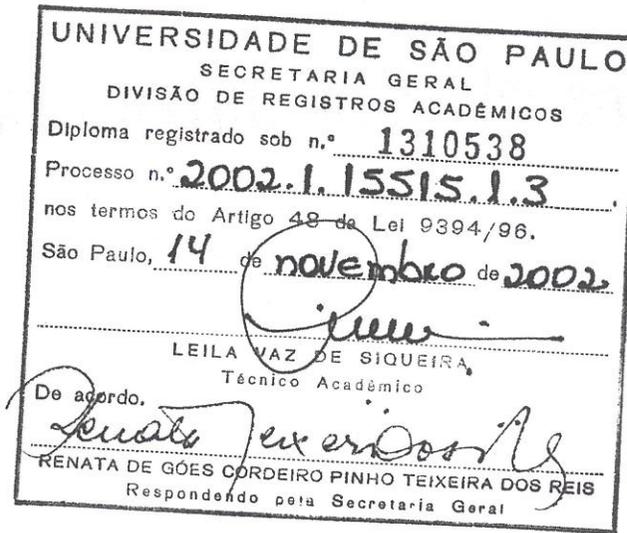
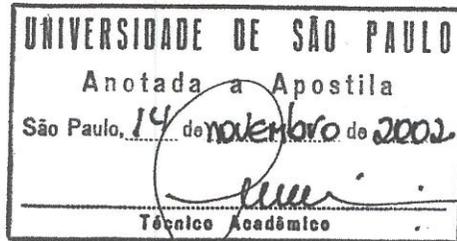
**FACULDADES INTEGRADAS  
"ALCANTARA MACHADO"**

**APOSTILA**

O diplomado concluiu nestas Faculdades a  
Habilitação em:  
**JORNALISMO**

São Paulo, 01 de fevereiro de 2.002.

  
Prof. Celso Hamilton de Camargo  
Secretário Geral



13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL DOU FE

S.P. 11 MAR. 2020  
JEREMIAS DOS SANTOS  
Rua B. Escrivão  
de Autógrafa  
303 - Brooklin Paulista  
S.P. - Tel: 5041-7622  
XCAO - R\$ 3,70

(Atestado médico, alteração do contrato de trabalho, registros profissionais e outras anotações autorizadas por lei)



MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO  
SETOR DE IDENTIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Portador(a) da presente Carteira:

MARCELO DOS SANTOS  
PEREIRA

foi registrado neste Setor como:  
JORNALISTA PROFISSIONAL  
na função: DIPLOMADO

sob Nº 37307 Fls. Q.V. Livro 169

Processo LRT/SP Nº 46219

000294103-80 em 14.03.03

São Paulo 14 de 03 de 2003

Ass./serv



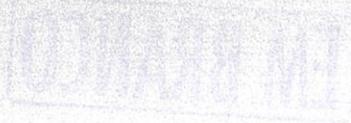
*[Handwritten Signature]*  
OSVALDO JOAQUIM DE OLIVEIRA JUNIOR  
RG: 26.706.747-3

PRIMEIRO TABELÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP  
RENATA RADEILHA TABELIA  
AUTENTICAÇÃO AUTENTICA PRESENTE  
CÓPIA REPRODUZIDA EM TABELA  
Nestas Notas a cópia extraída  
APRESENTA O MESMO INFORME ORIGINAL  
DO FE.

09 ABR 2025



SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE  
ALESSANDRO LUCA FERREIRA  
ESCREVENTE AUTORIZADO



J

DF

RD

81

**EM BRANCO**

Muito obrigado por tudo!  
Com carinho,  
[Assinatura]

Atenciosamente,  
[Assinatura]

**EM BRANCO**

**10 – PAULO GUERRETA****Perfil Videomaker**

**Paulo Henrique Guerreta, RG 24.122.757-4**, é Técnico em Processos Fotográficos formado pelo SENAC – São Paulo em 2012. Possui registro profissional MTB sob o número 66539/SP, emitido em 20/01/2012. Atuou para a agência Photo Premium na função de repórter fotográfico e videomaker entre 01/12/2018 e 20/04/2022, e entre 21/04/2022 até 07/04/2025 prestou serviços de produção de vídeos para esta agência, participando do atendimento à Secretaria de Comunicação da Prefeitura do Município de São Paulo nas funções de repórter fotográfico e videomaker, totalizando mais de seis anos e quatro meses de experiência específica. É qualificado para cumprir todas as etapas de uma produção audiovisual, dominando técnicas audiovisuais, equipamentos e softwares de edição de imagens como Adobe Premiere e Adobe After Effects.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Paulo Henrique Guerreta, RG 24.122.757-4**, atuou para a agência Photo Premium na função de repórter fotográfico e videomaker entre 01/12/2018 e 20/04/2022, e entre 21/04/2022 até 07/04/2025 prestou serviços de produção de vídeos para esta agência, participando do atendimento à Secretaria de Comunicação da Prefeitura do Município de São Paulo nas funções de repórter fotográfico e videomaker, totalizando mais de seis anos e quatro meses de experiência específica. É qualificado para cumprir todas as etapas de uma produção audiovisual, dominando técnicas audiovisuais, equipamentos e softwares de edição de imagens como Adobe Premiere Pro e Adobe After Effects.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**  
**Fator F - Inteligência**  
**em Comunicação Ltda.**  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

↑

AF

RD  
82



SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL  
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL NO ESTADO DE SÃO PAULO

# D I P L O M A

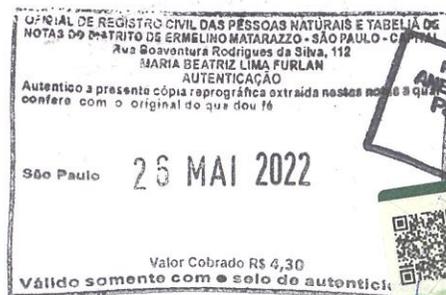
O Senac Tatuapé, autorizado pelo Parecer CEE nº 965/87, de acordo com o disposto na Lei Federal nº 9.394/96, suas respectivas regulamentações e normas dos Conselhos de Educação, Regimento das Unidades Senac-SP e Plano de Curso de **Habilitação Técnica de Nível Médio em Processos Fotográficos**, Eixo Tecnológico Produção Cultural e Design, confere a

**PAULO HENRIQUE GUERETA**

de nacionalidade brasileira, natural de Guarulhos/SP, nascido a 05 de agosto de 1974, RG nº 24.122.757-4/SP, por ter concluído o curso no ano de 2012, o diploma de

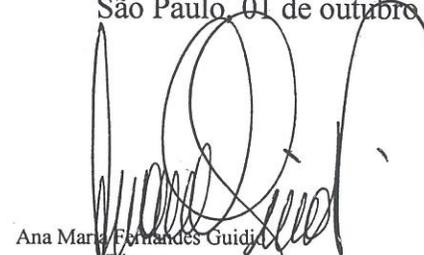
**Técnico em Processos Fotográficos**

São Paulo, 01 de outubro de 2012.



  
Paulo Henrique Guereta  
Titulado  
RG. Nº 24.122.757-4

  
Sirlene Costa Santos Carneiro  
Secretária Educacional  
RG. Nº 27.976.753-5

  
Ana Maria Fernandes Guidi  
Diretora  
RG. Nº 7.188.719

**Habilitação Técnica de Nível Médio em Processos Fotográficos**  
 Aprovada pela Portaria SENAC/GEDUC-SE nº 23/2010 de 02/08/2010, publicada no DOE  
 pela Portaria CEE/GP nº 335, em 07/12/2010.  
 Autorização de funcionamento do curso no Senac Tatuapé – Portaria SENAC/GEDUC  
 nº 23/2010, publicada no DOE pela Portaria CEE/GP nº 335, em 07/12/2010.

**Organização Curricular**

	Módulos	Carga Horária	Menção
I	Fotografia e Estúdio	480	BOM
II	Fotografia Social e Fotojornalismo	200	BOM
III	Fotografia de Arquitetura, Natureza e Paisagem	60	BOM
IV	Fotografia de Moda e Publicidade	210	BOM
V	Gestão Empreendedora para Fotografia	50	BOM
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>800</b>	

**- SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC**  
**ADMINISTRAÇÃO REGIONAL NO ESTADO DE SÃO PAULO**

Diploma com validade nacional, de acordo com a Resolução CNE/CEB nº 04/99 e Indicação CEE nº 08/2000, registrado nos termos da Resolução SE/SP nº 78/08, sob o nº 18052, na folha nº 4034 do livro 28 e publicada no sistema GDAE sob o nº 01260416817.

São Paulo, 01 de outubro de 2012.

*[Assinatura]*  
 Elza Nábara Carvajal  
 Supervisora Educacional  
 RG nº 14.612.870

OFÍCIO DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E TABELA DE NOTAS DO DISTRITO DE ERMELINO MATARAZZO - SÃO PAULO - CAPITAL  
 Rua Boaventura Rodrigues da Silva, 112  
 MARIA BEATRIZ LIMA FURLAN  
 AUTENTICAÇÃO

Autentico a presente cópia reprográfica extraída destas notas, cujo conteúdo com o original do que deu fé

São Paulo 26 MAI 2022

REG. CIVIL PESSOAS NATURAIS E ANEXO NOTAS DIST.ERM. MATARAZZO  
 Paulo Badilho Câmara Juiz  
 Escrevente Juri

115428  
 AUTENTICAÇÃO  
 AU1082AE0438616

Valor Cobrado R\$ 4,30  
 Válido somente com o selo de autenticação

MINISTERIO DO TRABALHO E EMPREGO  
SUPERINTENDÊNCIA REGIONAL DO TRABALHO E EMPREGO/SP  
SEPTER/SEPROF/SRTE/SP

PAULO HENRIQUE GUERETA

Portador(a) da presente CTPS foi registrado(a) neste setor como  
JORNALISTA

Sob número 0066539SP em 20/01/2012

Conforme processo na SRTE/SP número 46219.000863/2012-74

São Paulo(SP), 28/2/2012

(Atestado médico, alteração do contrato de trabalho,  
registro, adas por lei)

ANOTAÇÕES GERAIS

47

*Fabricio R. Buosi*  
Agente Administrativo  
SIAPE 774007



REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS  
NOTAS DO DISTRITO DE ERMELINO MATARAZZO - SÃO PAULO - CAPITAL  
Rua Boaventura Rodrigues de Silva, 112  
MARIA BEATRIZ LIMA FURLAN

AUTENTICAÇÃO  
Autentico a presente cópia reprográfica extraída destas notas a qual  
confero com o original do que dou fé

São Paulo 26 MAI 2022

Valor Cobrado R\$ 4,30  
Válido somente com o selo de autenticação



REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E  
ANEXO NOTAS DIST.ERM. MATARAZZO  
Paulo Badillo Camara Junior  
São Paulo, 28/02/2012

*Handwritten mark*

*Handwritten mark*

*Handwritten mark*

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

**11 – EDSON LOPES JUNIOR****Perfil Editor**

**Edson Lopes Junior, RG 43.667.882-2**, é bacharel em Fotografia pelo Centro Universitário SENAC, formado em 2018. Possui registro profissional MTB sob o número 54846/SP, emitido em 03/11/2008. Fez o curso de Edição de Vídeos pela plataforma de ensino EduK e o curso Thompson Reuters de Fotojornalismo.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Edson Lopes Junior, RG 43.667.882-2**, atua para a agência na edição e finalização de vídeos desde 01/01/2015 até a presente data, totalizando mais de nove anos de experiência específica, dominando amplamente técnicas audiovisuais, equipamentos e softwares de edição de imagens como Adobe Premiere Pro, Adobe Audition, Adobe After Effects e CapCut, assim como capacidade de desenvolvimento de motion design para dar movimentos a elementos gráficos nos vídeos. Possui capacidade técnica para cumprir todas as etapas de edição e finalização de vídeos,

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

**SÃO PAULO / SP**

↑

AF

RB  
85



## CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC

*O reitor do Centro Universitário Senac, no uso de suas atribuições e tendo em vista a colação de grau no curso Bacharelado em Fotografia, em 5 de maio de 2010, confere o título de*

*Bacharel em Fotografia a*

**Edson Lopes Junior**

nacionalidade brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascido a 25 de dezembro de 1984,  
RG nº 43.667.882-2 - SP

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

*São Paulo, 25 de setembro de 2018*

CARTÓRIO DE NOTAS-SP  
RUA DAS PALMEIRAS, 353 - SÃO PAULO  
AUTENTICAÇÃO  
CONFORME ORIGINAL EXIBIDO  
DCU FE.

S.P. 05 MAR 2021

LUCAS FORTUNATO MEDEIROS  
ESCREVENTE AUTORIZADO  
VALIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICIDADE



  
Maria Stela Reis Crotti  
Diretora de relacionamento e serviços ao aluno

Diplomado

  
Sidney Zagamin Latorre  
Reitor

86

RS

4

27

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC**

Recredenciado pela Portaria MEC nº 1.311, de 17/11/2016

Diário Oficial da União de 18/11/2016

Reitor: Sidney Zaganin Latorre

Diretora de relacionamento e serviços ao aluno: Maria Stela Reis Crotti

**CURSO DE BACHARELADO EM FOTOGRAFIA**

Reconhecido pela Portaria MEC nº 70, de 10/2/2017

Diário Oficial da União de 13/2/2017

**APOSTILA**

O diplomado concluiu a  
*Habilitação em Fotografia Aplicada*

São Paulo, 25 de setembro de 2018

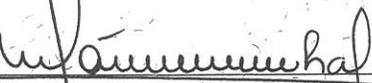


Diretora de relacionamento e serviços ao aluno

**APOSTILA**

Apostila-se o presente diploma para declarar ser o mesmo  
2ª via do expedido em 5 de outubro de 2011 e registrado  
pelo Centro Universitário Senac sob o nº  
107.039.706.102, processo nº 20.123.790, com a Portaria  
MEC nº 1.860, de 26/6/2002 - publicada no DOU em  
27/6/2002, em 9 de março de 2012, em face ao extravio da  
1ª via.

São Paulo, 25 de setembro de 2018



Marcia Aparecida da Silva Lima  
Coordenadora de registros

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SENAC**

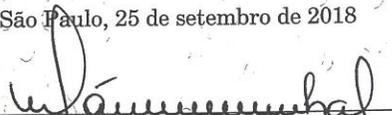
Diretoria de Relacionamento e Serviços ao Aluno  
Setor de Registros de Certificados e Diplomas

Diploma registrado de acordo com o disposto no § 2º do  
art. 99 do Decreto nº 9.235, de 15/12/2017. – DOU de  
18/12/2017.

Processo nº 2018.12484

Registro nº 107.039.706.120

São Paulo, 25 de setembro de 2018



Marcia Aparecida da Silva Lima  
Coordenadora de registros



2ª via



CARTÓRIO DE N.  
RUA DAS PALMEIRAS, 33  
- AUTENTICAÇÃO  
CONFORME ORIGINAL EXIBIDO  
DOU.FE.

S.P. 05 MAR 2021

107.039.706.120

LUCAS FORTUNATO MEDEIROS  
ESCREVENTE AUTORIZADO  
VÁLIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICAÇÃO



### ANOTAÇÕES GERAIS

(Atestado médico, alteração do contrato do trabalho, registros profissionais e outras anotações autorizadas por lei)

Portador (a) da presente CTPS foi registrado (a) neste Setor como  
**JORNALISTA - Função - Revista Horizonte**  
 sob n.º **5484167SP** em **03/11/08**  
 Conforme processo na DRT/SP n.º **40021949010/08-77**  
 São Paulo, **03/11/08** Decreto 83.284/79

Delegacia Regional do Trabalho no Estado de São Paulo  
 Setor de Emprego e Salário  
 Setor de Identificação e Registro Profissional

**PRIMEIRO TABELÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP**  
 RENATA FÁDILHA TABELIÃ  
 AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE  
 CÓPIA BE-FITOGRAFICA EXTRAÍDA  
 NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL  
 APRESENTADO; DOU FE.

09 ABR 2025

PIAUT. R\$ 5,00



SE AUTENTICADE  
 FERREIRA  
 TORIZADO

AF  
 7  
 RD  
 87

**EM BRANCO**

EM BRANCO

**EM BRANCO**



# Certificado

de conclusão de curso

Certificamos que

**Edson Lopes Jr.**

Concluiu o curso on-line

**Edição de vídeo para fotógrafos**

Ministrado por

**Clicio Barroso Filho**

Carga horária

**6 horas**

CNPJ 10.247.557/0001-85

Período de realização

**06/04/2023 a 08/04/2023**

*Raphael Moura*

**Raphael Bessegato de Moura**

Direção geral

Coordenação pedagógica

*CB*

*CB*

# Conteúdo do curso

## Capítulo 1: Trilha, áudio e resolução de imagem

Aula 2: Exportando os arquivos

Aula 1: Conhecendo o expert e o conteúdo do curso

Aula 2: Áudio

Aula 3: Trilha

Aula 4: Captura de imagens

## Capítulo 2: Preparando as imagens e o áudio

Aula 1: Preparando as imagens no LR

Aula 2: Preparando o áudio no Adobe Audition

## Capítulo 3: Trabalhando no Premiere

Aula 1: Conhecendo a interface

Aula 2: Organizando e importando os arquivos

## Capítulo 4: Criando a sequência e a timeline

Aula 1: Criando a sequência

Aula 2: Entendendo a timeline

Aula 3: Primeiras ferramentas de corte

## Capítulo 5: Corte, fusão e texto

Aula 1: Os tipos mais usados de corte

Aula 2: Ferramentas e tipos de fusão

Aula 3: Acrescentando o texto

## Capítulo 6: Finalização e exportação

Aula 1: Colorimetria



Certificado n°:

**001621331**



Para verificar a autenticidade deste certificado, acesse: <https://app.eduk.com.br/validar-certificado>

CNPJ 10.247.557/0001-85

Rua Verbo Divino, 528 – Chácara Santo Antônio – São Paulo – SP – CEP 04719-001

SOMOS ASSOCIADOS



**ABED**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

edu **K**

*Certificado atribuído a:*

**Edson Lopes Jnr**

*Pela participação, com aproveitamento, no curso*

*Workshop de fotojornalismo*

*Em Sao Paulo, Brasil*

*Data 16 a 18 de maio 2012*

*Paulo Padilha*

*Formador*



PRIMEIRO TABELÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP  
RENATA PADILHA TABELÃO  
AUTENTICAÇÃO AUTENTICO A PRESENTE  
CÓPIA REPRODUTIVA EXTRAÍDA  
Nestas notas conforme original  
APRESENTADA DOU FE.

09 ABR 2025

PRADILHA  
R\$ 5,00

VÁLIDO  
ENTE COM SELO DE AUTENTICAÇÃO  
DRO LUCA FERREIRA  
ENTE AUTORIZADO

THOMSON REUTERS  
FOUNDATION

05

7

RN  
REC

EM BRANCO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
JANUÁRIO DE 1964

EM BRANCO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
JANUÁRIO DE 1964

1964  
27

**12 – HANDERSON DE OLIVEIRA****Profissional de Comunicação Júnior (Baixa Complexidade)**

**Handerson Faria de Oliveira, RG 44.448.525-9**, é jornalista formado pelo Centro Universitário Anhanguera de São Paulo. É colaborador da Fator F desde 08/04/2019 até a presente data na área de redes sociais, atuando no atendimento às necessidades de comunicação digital da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Paulo, no planejamento, gestão e criação de conteúdos para mídias sociais, em especial no relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação do cliente.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Handerson Faria de Oliveira, RG 44.448.525-9**, presta serviços desde 08/04/2019 até a presente data a esta agência na área de redes sociais, atuando no atendimento às necessidades de comunicação digital da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Paulo, no planejamento, gestão e criação de conteúdos para mídias sociais, em especial no relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação do cliente.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

05.527.558/0001-43  
Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

OF

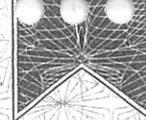
↑

RD

Sl



# Centro Universitário Anhanguera de São Paulo



Anhanguera

Credenciado pela Portaria Ministerial n. 4.069 de 29/11/2005, publicada no D.O.U. de 30/11/2005.

O Diretor do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Jornalismo, em 23 de dezembro de 2016 e Colação de Grau em 06 de abril de 2017, confere o grau de

Bacharel a

**Anderson Faria de Oliveira**

brasileiro, natural do Estado do Rio de Janeiro, nascido a 18 de novembro de 1986,  
RG 44.448.525-9 - SP

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

São Paulo - SP, 18 de setembro de 2017

Anderson Faria de Oliveira  
Diplomado

139 Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

S.P. 22 JAN. 2021

VERIFICAR  
SEM O  
AUTENTICAR

Julio Cesar Quinto Hilcher  
Diretor



Handwritten marks: '20 B', an arrow, and a signature.

**Curso de Jornalismo**

Reconhecido pela Portaria SERES nº 939 de 24/08/2017, publicada no D.O.U. de 28/08/2017.

**UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP**  
Campo Grande - MS

Diploma registrado sob nº SRD-198174 Processo nº 198174/376/2017, nos termos do Artigo 48, § 1º da Lei 9394/96 de 20-12-1996.

Resolução CES/CNE Nº. 12 de 13/12/2007, publicada no D.O.U. em 14/12/2007.

Campo Grande - MS, 14/11/2017

Sandro Roberto Alves  
Setor de Registro de Diplomas e Certificados  
Portaria nº 093/2015 de 11/11/2015 - Reitoria/UNIDERP



13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.

S.P. 22 JAN. 2021

Valido somente  
com o selo de  
Autenticação

JEREMIAS DOS SANTOS  
Advogado Autorizado  
Rua Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
São Paulo - SP - Tel: 5041-7622  
AUTENTICAÇÃO R\$ 3,90

Colégio Notarial do Brasil  
CADA  
São Paulo  
111203  
AUTENTICAÇÃO  
AU1098BC0028982

**13 - CHRIS BALBYS****Profissional de Comunicação Pleno (Média Complexidade)**

**Christiane Santoro Balbys, RG 2.673.784-16**, formou-se em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina em 1993. É colaboradora desta agência desde 27/07/2020 até a presente data, atuando na área de redes sociais da Secretaria Municipal da Saúde da Prefeitura de São Paulo, no planejamento, gestão e criação de conteúdos para mídias sociais, em especial no relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação do cliente. Também atuou no atendimento de assessoria de imprensa e produção de conteúdo digital para a COHAB-SP entre 07/02/2017 e 08/08/2017, e na produção de conteúdo digital do Programa SC Rural, parceria do Banco Mundial com o Governo de Santa Catarina, entre 12/12/2017 e 31/03/2019, totalizando 11 anos de experiência específica na área.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Christiane Santoro Balbys, RG 2.673.784-16**, é colaboradora desta agência desde 27/07/2020 até a presente data, atuando na área de redes sociais da Secretaria Municipal da Saúde da Prefeitura de São Paulo, no planejamento, gestão e criação de conteúdos para mídias sociais, em especial no relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação do cliente. Também atuou no atendimento de assessoria de imprensa e produção de conteúdo digital para a COHAB-SP entre 07/02/2017 e 08/08/2017, e na produção de conteúdo digital do Programa SC Rural, parceria do Banco Mundial com o Governo de Santa Catarina, entre 12/12/2017 e 31/03/2019, totalizando 11 anos de experiência específica na área.

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**



REPUBLICA FEDERAL DO BRASIL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA



REPUBLICA FEDERAL DO BRASIL  
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

O Reitor da Universidade Federal de Santa Catarina, no uso de suas atribuições e tendo em

vista a conclusão do curso de **Comunicação Social**  
em **22 de janeiro de 1993**, confere o título de **Bacharel em Comunicação Social**

**Christiane Santoro Babys**

de nacionalidade **brasileira**, cédula de identidade registro geral n. **2.673.784/98**  
nascida a **30 de junho de 1971**, natural **do Estado do Rio de Janeiro**  
e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas  
legais.

Forianópolis, **01 de julho de 1993**

*Cesar Orlando Valente*  
Cesar Orlando Valente  
Coordenador do Curso

*Christiane Santoro Babys*  
Christiane Santoro Babys  
Diplomada  
89103088

*Antônia Clamária de Queiroz*  
Antônia Clamária de Queiroz  
Reitor

**Autenticação de Notas**  
AUTENTICAÇÃO:  
EXPEDIDA PELO CARTÓRIO  
ORIGINAL, DOUTOR  
S.P. 22 MAR. 2021

Cotégio Notarial  
do Brasil  
Seção São Paulo  
111203  
AUTENTICAÇÃO  
AU1098BC0028906

**PREMIAS DOS SANTOS**  
Escritório de Autenticação de  
Notas e Cartórios  
São Paulo, SP - Tel: 5081.7522  
AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,90

SY

7

14



**14 – RAFAEL HEYEK****Perfil Designer Junior (Baixa Complexidade)**

**Rafael Paiva Heyek, RG 43.614.246-6**, é formado em Design pelo Centro Universitário Anhanguera de São Paulo. Atua como designer para esta agência desde 18/11/2021, possuindo conhecimento dos softwares Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, Adobe Premiere Pro.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Rafael Paiva Heyek, RG 43.614.246-6**, atua como designer para esta agência desde 18/11/2021, possuindo conhecimento dos softwares Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, Adobe Premiere Pro.

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

05.527.558/0001-43  
Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

RF

1

RB  
SS



# Centro Universitário Anhanguera de São Paulo

Recredenciado pela Portaria SRES nº 1.220 de 18/12/2013, publicada no D.O.U. em 19/12/2013.



A Diretora do Centro Universitário Anhanguera de São Paulo, no uso de suas atribuições e tendo em vista a conclusão do Curso de Design, em 23 de junho de 2017 e Colação de Grau em 15 de agosto de 2017, confere o grau de

Bacharel a

Rafael Nairva Heyek

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 02 de abril de 1995,  
RG 43.614.246-6 - SP

e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.  
São Paulo - SP, 08 de setembro de 2017

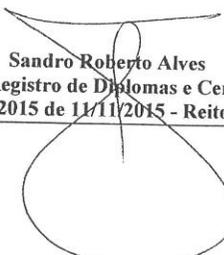
Diplomado



13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA COPIA EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE  
S.P. 14 FEV. 2020  
JEREMIAS DOS SANTOS  
Escritório Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
01101-901 - São Paulo, SP - Tel: 5041-7022  
AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,70  
Colar sempre  
com o selo de  
autenticidade

*Elizete Lucilana Soares*  
Elizete Lucilana Soares  
Diretora

Handwritten marks: 36, 13, 17

<p>Curso de Design</p> <p>Reconhecido pela Portaria SERES nº 308 de 20/05/2014, publicado no D.O.U de 21/05/2014</p>
<p>Registro efetuado nos termos da Portaria Normativa Ministerial nº 40, publicada no D.O.U. em 13 de dezembro de 2007, alterada pela Portaria Normativa nº 23, publicada no D.O.U. de 29 de dezembro de 2010.</p>
<p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP</b>  <b>Campo Grande - MS</b></p> <p>Diploma registrado sob nº SRD-196975 Processo nº 196975/376/2017, nos termos do Artigo 48, § 1º da Lei 9394/96 de 20-12-1996.</p> <p>Resolução CES/CNE Nº. 12 de 13/12/2007, publicada no D.O.U. em 14/12/2007.</p> <p style="text-align: center;">Campo Grande - MS, 09/11/2017</p> <p style="text-align: center;">   <b>Sandro Roberto Alves</b>  Setor de Registro de Diplomas e Certificados  Portaria nº 093/2015 de 11/11/2015 - Reitoria/UNIDERP </p>



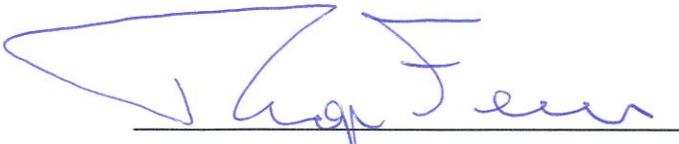
**15 – FERNANDO PILAT****Perfil Designer Pleno (Média Complexidade)**

**Fernando Pilat Portasio, RG 47.542.232-6**, é formado em Publicidade e Propaganda pelas Faculdades Integradas Rio Branco. Atua nas áreas de criação e marketing para mídias on line. Possui experiência com SEO, Google Analytics, Adsense, Adwords e domínio sobre os programas Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign e Premiere) e conhecimentos de programação em HTML5, CSS 3 e Wordpress. Atuou como designer na agência EFE entre 02/06/2011 e 31/03/2014 e desde 01/04/2014 é Diretor de Arte da Fator F, somando 13 anos e 10 meses de experiência específica.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Fernando Pilat Portasio, RG 47.542.232-6**, atua nas áreas de criação e marketing para mídias on line. Possui experiência com SEO, Google Analytics, Adsense, Adwords e domínio sobre os programas Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign e Premiere) e conhecimentos de programação em HTML5, CSS 3 e Wordpress. Atuou como designer na agência EFE entre 02/06/2011 e 31/03/2014 e desde 01/04/2014 é Diretor de Arte da Fator F, somando 13 anos e 10 meses de experiência específica.

São Paulo, 10 de abril de 2025.

  
\_\_\_\_\_  
**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**  
**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO / SP

RF

J

RD

87



# Faculdades Integradas Rio Branco



O Diretor Geral das Faculdades Integradas Rio Branco, no uso de suas atribuições e tendo em vista a colação de grau do Curso de Comunicação Social, em 25 de fevereiro de 2012, confere o título de

## Bacharel em Comunicação Social a Fernando Pilat Portasio

brasileiro, natural do Estado de São Paulo, nascido a 20 de março de 1990  
R.G. n.º 47.542.232-6 - SP

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

São Paulo, 23 de novembro de 2012

*Edman Altheman*

Dr. Edman Altheman  
Diretor Geral

*Márcia Regina Magagnin*

Márcia Regina Magagnin  
Secretária Geral



Diplomado

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO  
COM CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOUFE.

S.P. 16 OUT. 2015

Carlos Alexandre Gomes dos Santos  
Escritor Autorizado  
Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
São Paulo-SP Tel: 5041-7622  
AUTENTICAÇÃO - R\$ 2,76

38 49

+

4

CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
Habilitação em  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Reconhecido pela Portaria SERES n.º 384  
de 19-09-2011 - D.O.U. de 20-09-2011

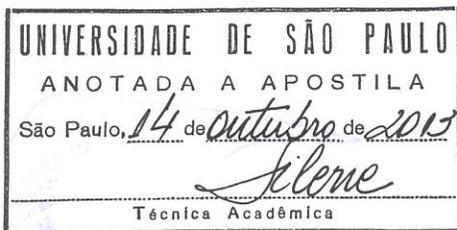
FACULDADES INTEGRADAS RIO BRANCO  
APOSTILA

O diplomado concluiu a Habilitação em  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

São Paulo, 23 de novembro de 2012.

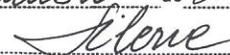


Márcia Regina Magagnin  
Secretária Geral



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
SECRETARIA GERAL  
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS

Diploma registrado sob n.º 1654564  
Processo n.º 2013.1.1373.1.8  
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.  
São Paulo, 14 de outubro de 2013



SILENE MARIA CAETANO  
Técnica Acadêmica

De acordo.



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
22/10/12  
SECRETARIO GERAL



**16 – AMANDA REGINA****Perfil Analista de Monitoramento**

**Amanda Regina Ferreira, RG 42.265.369-X**, é formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Nove de Julho. Foi Analista WEB nas empresas Triáde-Comm Comunicações, Webcitizen Consultoria e Produção Digital e Salve Interativa, com contas atendidas que somam mais de 14 milhões de fãs (marcas como Intimus, Kleneex, LG Brasil, Walmart, Azul Viagens e Sport Clube Corinthians Paulista). Atuou na Fator F entre 01/12/2014 e 31/12/2016 e participou de atendimentos como Secretária de Estado da Habitação. Voltou à Fator F em 05/04/2019 e desde então é coordenadora da equipe de inteligência de dados da Prefeitura de São Paulo, somando 10 anos de experiência específica. Domina softwares de monitoramento de redes sociais e da internet como Stilingue e Buzzmonitor.

**DECLARAÇÃO**

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Amanda Regina Ferreira, RG 42.265.369-X**, foi Analista WEB nas empresas Triáde-Comm Comunicações, Webcitizen Consultoria e Produção Digital e Salve Interativa, com contas atendidas que somam mais de 14 milhões de fãs (marcas como Intimus, Kleneex, LG Brasil, Walmart, Azul Viagens e Sport Clube Corinthians Paulista). Atuou na Fator F entre 01/12/2014 e 31/12/2016 e participou de atendimentos como Secretária de Estado da Habitação. Voltou à Fator F em 05/04/2019 e desde então é coordenadora da equipe de inteligência de dados da Prefeitura de São Paulo, somando 10 anos de experiência específica. Domina softwares de monitoramento de redes sociais e da internet como Stilingue e Buzzmonitor.

São Paulo, 10 de abril de 2025.



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

RD  
SS



# Universidade Nove de Julho



O Reitor da Universidade Nove de Julho - UNINOVE,  
no uso de suas atribuições e tendo em vista a colação de grau do  
Curso de Comunicação Social,

em 06 de janeiro de 2012, confere o título de

## Bacharela em Comunicação Social a Amanda Regina Ferreira

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 28 de março de 1987,

RG nº 42.265.369-X - SP

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

São Paulo, 06 de setembro de 2012

PROF. WILSON PEREIRA DOURADO

Pró-Reitor de Campus

PROF. APARECIDO LUCIMAR MUNSON

Secretário de Registro de Diplomas

RICARDO MAZON

Diretor de Registros Acadêmicos

Amanda Regina Ferreira  
AMANDA REGINA FERREIRA

Diplomada

13º Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU.FE.

S.P. 09 DEZ. 2016

HELIO SOARES PIOLI  
Escrevente Autenticado  
Rua Princesa Isabel, 1111 - São Paulo - SP - CEP: 04601-001 - São Paulo - SP - Brasil  
CAP. AUTENTICAÇÃO nº 5041  
11120376  
AUTENTICAÇÃO  
1098AY0238337

100  
100

100

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE

Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda,  
Bacharelado, Reconhecido pela Portaria MEC nº 308, de  
02/08/2011, publicada no D.O.U. em 04/08/2011.

UNINOVE

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

APOSTILA

Curso: COMUNICAÇÃO SOCIAL

Habilitação: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Colação de Grau: 06 de janeiro de 2012

São Paulo, 06 de setembro de 2012

  
Prof. Aparecido Lucimar Munson  
Secretário de Registro de Diplomas

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO - UNINOVE

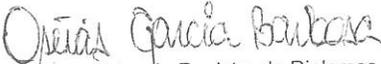
Prof. Eduardo Storópoli - Reitor

Profa. Maria Cristina Barbosa Storópoli - Pró-Reitora Acadêmica

## UNINOVE

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

Diploma registrado sob n.º 103510  
Processo n.º 02037/12-VG  
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.  
São Paulo, 06 de setembro de 2012

  
Setor de Registro de Diplomas

De acordo,

  
Prof. Aparecido Lucimar Munson  
Secretário de Registro de Diplomas

 130 Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

S.P. 09 DEZ. 2016

VALIDO SOMENTE  
COM O SELLO DA  
AUTENTICACAO

  
HELIO SOARES PIOLI  
Escrevente Autorizado  
Grupo Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
04503-900 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7822  
CADA AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,10  
111203  
AUTENTICAÇÃO  
1098AY0238336

  
UNINOVE  
Universidade Nove de Julho

102.463

### QUESITO 3 - SUBQUESITO 2 – EXPERIÊNCIA

Apresentamos, a seguir, os seguintes atestados comprovando a capacitação e a experiência da Fator F em trabalhos similares aos previstos no objeto do edital.

1. Atestado emitido pela **Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura de São Paulo** comprovando serviços prestados nas áreas de assessoria de imprensa, comunicação digital (site e redes sociais) e comunicação interna;
2. Atestado emitido pela **Prefeitura do Município de São Paulo** comprovando a prestação de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital, incluindo planejamento de conteúdo para site e redes sociais, diagnósticos sobre a saúde digital de marcas, conteúdos para site e redes sociais como textos, fotos, vídeos e artes, captação e edição de vídeos, podcasts, monitoramento de presença digital entre outras atividades voltadas à comunicação digital;
3. Atestado emitido pela **Unidade de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo** comprovando a prestação de serviços de assessoria de imprensa para o atendimento das ações relacionadas ao campo funcional da **Secretaria de Segurança Pública**, incluindo elaboração e desenvolvimento de plano estratégico e operacional de comunicação, monitoramento diário da exposição de projetos, ações e programas nos veículos de comunicação (jornais,, revistas, TVs, rádios e internet), apoio à Unidade de Comunicação na produção e gerenciamento e disseminação de informações voltadas à comunicação externa e interna, atendimento diário das solicitações dos veículos de comunicação.
4. Atestado emitido pela **Prefeitura do Município de São Paulo** comprovando a prestação de serviços técnicos de assessoria de imprensa para o Gabinete do Prefeito e para a Secretaria Executiva de Comunicação, assim como alimentação do portal da Prefeitura de São Paulo;
5. Atestado emitido pela agência Mood comprovando a prestação de serviços de elaboração de conteúdo editorial e manutenção editorial do portal [www.desenvolvimento.sp.gov.br](http://www.desenvolvimento.sp.gov.br) e criação do núcleo de monitoramento de conteúdo para as redes e mídias sociais da **Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de São Paulo**, com o planejamento de conteúdo e definição de diretrizes editoriais para a criação de infográficos, criação e edição de vídeos, títulos, chamadas e textos, aplicação de

DF

7

RD  
101

- tagueamento, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas, produção de vídeos de animação;
6. Atestado emitido pela agência Lua comprovando a prestação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação à **Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Estado de São Paulo**.
  7. Atestado emitido pela agência Mood comprovando a prestação de serviços de elaboração de conteúdo editorial e manutenção editorial do portal [www.copa2014.sp.gov.br](http://www.copa2014.sp.gov.br) e criação do núcleo de monitoramento de conteúdo para as redes e mídias sociais do **Comitê Paulista da Copa do Mundo FIFA 2014**, com o planejamento de conteúdo e definição de diretrizes editoriais para a criação de infográficos, criação e edição de vídeos, títulos, chamadas e textos, aplicação de tagueamento, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas, produção de vídeos de animação;
  8. Atestado emitido pela agência Mood comprovando a prestação de serviços de elaboração de conteúdo editorial e manutenção editorial do portal [www.habitacao.sp.gov.br](http://www.habitacao.sp.gov.br) e criação do núcleo de monitoramento de conteúdo para as redes e mídias sociais da **Secretaria da Habitação Estado de São Paulo**, com o planejamento de conteúdo e definição de diretrizes editoriais para a criação de infográficos, criação e edição de vídeos, títulos, chamadas e textos, aplicação de tagueamento, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas, produção de vídeos de animação;
  9. Atestado emitido pela agência Contexto comprovando a prestação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação para atendimento da **Secretaria de Estado da Educação do Governo de São Paulo**.
  10. Atestado emitido pela Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano (CDHU) do Governo do Estado de São Paulo comprovando a prestação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação para a mesma.

OF

J

R0  
102

São Paulo, 02 de abril de 2025.

### ATESTADO

A Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Secretaria Municipal de Saúde (SMS) / Fundo Municipal de Saúde (FMS), CNPJ 13.864.377/0001-30 de São Paulo atesta que a agência Fator F Inteligência em Comunicação Ltda, CNPJ 05.527.558/0001-43, foi contratada por meio do TERMO DE CONTRATO NÚMERO 086/2020-SMS1/CONTRATOS, com assinatura e início de vigência em 16/07/2020, estando ainda em execução por meio de prorrogações sucessivas, para prestar serviços complementares de comunicação institucional (assessoria de imprensa; planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital para o site e para as redes sociais da SMS; comunicação interna) para esta ASCOM/SMS.

Por força contratual a agência disponibiliza para a SMS as atividades de 33 (trinta e três) profissionais de comunicação entre jornalistas, designers, fotógrafos, videomakers, editores e outros. No âmbito das suas atividades a agência realiza, dentre outros, serviços como:

- Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada;
- Análise de Imagem;
- Plano Estratégico de Comunicação Integrada;
- Assessoria de Imprensa e Comunicação Interna;
- Produção, Seleção e Edição de Fotografia e Gestão de Banco de Imagens;
- Captação de Imagens em Vídeo;
- Edição de Imagens em Vídeo para Redes Sociais;
- Planejamento e Execução de Media Training;
- Diagnóstico e Mapeamento de Presença Digital;
- Planejamento, Gestão e Criação de Conteúdo para Mídias Sociais;
- Design Gráfico;
- Monitoramento Online.



Jonathan Muniz | RF 831956-1

**Coordenador Geral de Comunicação e Eventos**  
Secretaria Municipal da Saúde

af

1

RP

103

São Paulo, 04 de setembro de 2020.

**ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA**

A Prefeitura do Município de São Paulo (PMSP), sediada no Viaduto do Chá número 15, Centro, CEP 01002-20, atesta, por meio da Secretaria do Governo Municipal / Secretaria Especial de Comunicação, CNPJ número 46.395.000/0001-39, que a empresa Fator F Inteligência em Comunicação Ltda, sita à Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14o Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110, cadastrada no CNPJ sob o número 05.527.558/0001-43, presta serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital por ter se sagrado vencedora da Concorrência 02/SGM/SECOM/2017.

Desde o início da vigência do contrato, em 08 de abril de 2019, a referida agência presta serviços de planejamento de conteúdo para site e redes sociais; diagnósticos sobre a saúde digital de marcas; produz conteúdos para site e para rede sociais como textos, fotos, vídeos e artes; faz captação e edição de vídeos; produz podcasts; realiza monitoramentos de presença digital; entre outras atividades voltadas à comunicação digital.



**LUCIANA DE LIMA NOGUEIRA**

COORDENADORIA DE PUBLICIDADE – SECOM/PMSP

RF 7557957



**LUCIANA DE LIMA NOGUEIRA**  
RF 755.795.7  
- Coord. Publicidade

RF  
↑  
RD  
104



**GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**SECRETARIA DE GOVERNO**  
**UNIDADE DE COMUNICAÇÃO**  
Av. Morumbi, 4.500 - Morumbi - Cep 05650-905 - São Paulo - SP

### **ATESTADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**

Atestamos para os devidos fins que a empresa Fator F Inteligência em Comunicação Ltda., inscrita sob o CNPJ: 05.527.558/0001-43, com sede na Rua Viradouro, 63 – conj. 141 – 14º andar, Itaim Bibi, São Paulo-SP, CEP: 04538-110, telefone (11) 99942-9344, presta serviços de assessoria de imprensa para o Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Governo, através da Unidade de Comunicação, com sede na Av. Morumbi, 4500 – Morumbi, São Paulo-SP, CEP 05650-905, inscrita no CNPJ nº 08.755.269/0001-90, desde 02 de maio de 2022, através do Contrato nº 03/2022, contrato este decorrente da realização de licitação na modalidade concorrência, tipo “técnica e preço”, na qual sagrou-se vencedora, cujo objeto consiste no atendimento específico das ações, projetos e programas do Estado de São Paulo relacionados ao campo funcional da Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo e relacionados à tutela da ordem jurídica, que visem assegurar a tranquilidade pública e a proteção da sociedade contra as violações e malefícios, garantidoras do fortalecimento da cidadania, bem como àquelas que se destinam a promover execução administrativa das penas privativas de liberdade de forma a proporcionar condições necessárias de assistência e promoção ao preso, para sua reinserção social, preservando sua dignidade como cidadão trazendo maior qualidade de vida e eficiência nos serviços públicos prestados aos cidadãos: elaboração e desenvolvimento de plano estratégico e operacional de comunicação, monitoramento diário da exposição dos projetos, ações e programas nos veículos de comunicação (jornais, revistas, TV, rádio e internet), apoio a Unidade de Comunicação na produção, gerenciamento e disseminação de informações voltadas à comunicação externa e interna, atendimento diário das solicitações dos veículos de comunicação (tais como: jornais, revistas, TV, rádio e internet), no período de 02/05/2022 a 01/08/2023, no valor de R\$ 5.020.087,65 (Cinco milhões, vinte mil, oitenta e sete reais e sessenta e cinco centavos).

Atestamos também, que tais serviços estão sendo executados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnico, adequados e condizentes com as exigências contratuais, obedecendo aos prazos e quantidades fixados.

São Paulo, 26 de dezembro de 2022.

Eduardo Pugnalí Marcos  
Resp. pela Unidade de Comunicação  
Unidade de Comunicação

(11) 2193.8467

AF

7

RD

105



# PREFEITURA DE SÃO PAULO

## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A PREFEITURA DE SÃO PAULO, por meio da Secretaria Executiva de Comunicação, inscrita no C.N.P.J/MF sob o nº 04.543.079/0001-58, com sede no Viaduto do Chá, 15 - 6º andar – Centro, São Paulo (SP), CEP 01002-900, representada neste ato pela Coordenadora de Publicidade, **LUCIANA DE LIMA NOGUEIRA A T E S T A** que a empresa Fator F Inteligência em Comunicação Ltda., inscrita no CNPJ sob nº: 05.527.558/0001-43, com sede na Rua Barão do Triunfo 427 cj 1406 – Brooklin – São Paulo (SP) CEP 04602-001, telefone (11) 3938.9318, por meio dos contratos nº. 003/SECOM/2008 e 005/SECOM/2011 (Processos Adm. n.º 2008-0.137.272-7, 2009-0.162.249-0 e 2011-0.150.995-0), cujo objeto é a prestação de Serviços Técnicos de Assessoria de Imprensa para o Gabinete do Prefeito e à Secretaria Executiva de Comunicação, firmado entre as partes pelo período compreendido entre 01/03/2009 e 31/12/2012, declara que os serviços foram prestados a contento, dentro do estabelecido em cláusulas contratuais, tais como prazo e qualidade, nada constando que desabonasse sua conduta.

Declara ainda, que a empresa apresentou CD com os 3340 links dos conteúdos desenvolvidos e que alimentaram o portal da Prefeitura de São Paulo no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2012. Após diligências verificou-se que, por amostragem, os conteúdos foram alimentados no referido Portal, podendo-se atestar que houve planejamento, produção de conteúdo de no mínimo 334 publicações.

Ainda, verifica-se pelos links, algumas matérias com a captação de imagens.

Pelo fornecimento deste atestado, foi recolhida através de guia de arrecadação, a importância de R\$ 41,80 (quarenta e um reais e oitenta centavos).

Por ser verdade, firmamos o presente, em 06 (seis) laudas impressas apenas no averso, sendo a primeira lauda devidamente assinada e as demais rubricadas.

São Paulo, 10 de agosto de 2018.

  
LUCIANA DE LIMA NOGUEIRA  
RF 755.795-7

130 Tabelião de Notas  
AUTENTICAÇÃO:  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU.FÉ.

S.P. 17 ABO. 2018

ANDRÉ BARROS DA SILVA  
Escrivente Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin  
04601-001 - São Paulo - SP - Tel. (11) 3063-1111  
CADA AUTENTICAÇÃO R\$ 1,00



RF

21

RD  
106

## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.**, sita à Rua Barão do Triunfo, 427 – conj. 1406 – Brooklin – São Paulo/SP, cadastrada no CNPJ sob nº 05.527.558/0001-43, é a empresa responsável pela elaboração de conteúdo editorial e manutenção técnica e editorial do portal [www.desenvolvimento.sp.gov.br](http://www.desenvolvimento.sp.gov.br), e criação do núcleo e monitoramento de conteúdo para as redes e mídias sociais da **SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO**, decorrente da contratação firmada entre esta agência e o Governo do Estado de São Paulo, através de sua Subsecretaria de Comunicação, com sede na Capital de São Paulo, sita à Avenida Morumbi, 4.500 – Palácio dos Bandeirantes, inscrita no CNPJ sob nº 10.979.446/0001-63, contrato este decorrente da realização de licitação na modalidade concorrência, tipo “melhor técnica”, na qual se sagrou a vencedora, referente ao contrato nº 01/2013.

Tal prestação de serviços técnicos e especializados ocorreu de 01 de julho de 2013 até 20 de janeiro de 2014, no portal [www.desenvolvimento.sp.gov.br](http://www.desenvolvimento.sp.gov.br), com a execução dos seguintes serviços: produção de conteúdo e manutenção editorial do portal, criação de núcleo e monitoramento de mídias e redes sociais; planejamento de conteúdo e definição de diretrizes editoriais para a criação de infográficos, criação e edição de vídeos, títulos, chamadas e textos, aplicação de políticas de tagging, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas; produção de vídeos de animação.

Rua Eugênio de Medeiros, 303 – 13º andar – Pinheiros – São Paulo/SP – CEP: 05425-000.  
Avenida das Américas, 3500 – Sala 717 – Bloco 4 – Le Monde – Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ – CEP: 22640-102.



Atestamos ainda que tais serviços vêm sendo executados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnicos elevados e condizentes com o prestígio e capacidade desta empresa, que os desempenha com aptidão, obedecendo aos prazos e atividades determinados e aprovados pelo cliente **SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO**, sob a coordenação da **SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**.

São Paulo, 19 de Outubro de 2015.

**SORAYA SEGANTIM**  
**AGÊNCIA MOOD DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**

**CLIENTE/ANUENTE**  
**SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**  
**DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**Responsável: SILVANA APARECIDA MARTINUCCI**





## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.**, sita à Rua Barão do Triunfo, nro. 427, conjunto 1406, CEP 04602-001, Brooklin, São Paulo - SP, cadastrada no CNPJ/MF sob nro. 05.527.558/0001-43, prestou serviços terceirizados de Assessoria de Imprensa e Comunicação a esta agência, para atendimento específico ao cliente **SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**, decorrente da contratação firmada entre esta agência e o Governo do Estado de São Paulo, por meio da Subsecretaria de Comunicação, com sede na capital de São Paulo, à Av. Morumbi, nro. 4500, Palácio dos Bandeirantes, inscrita no CNPJ/MF sob nro. 10.979.446/0001-63, contrato este decorrente de realização de licitação na modalidade concorrência, tipo "melhor técnica", na qual sagrou-se vencedora, referente ao contrato nro. 03/2008.

Tal prestação de serviços técnicos especializados em Assessoria de Imprensa e Comunicação para atendimento ao cliente **SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA** ocorreu no período contratual de **Julho/2011 a Março/2013**, tendo correspondido a um valor mensal de R\$ 118.800,00 (cento e dezoito mil e oitocentos reais), o que corresponde ao valor contratual de **R\$ 2.494.800,00 (dois milhões, quatrocentos e noventa e quatro mil e oitocentos reais)**.

Atestamos ainda que tais serviços foram executados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnico elevados e condizentes com o prestígio e capacidade desta empresa e aprovados pelo cliente **SECRETARIA DE ESTADO DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA**, desempenhando com aptidão os serviços solicitados, obedecendo aos prazos e atividades determinados.

São Paulo, 07 de Janeiro de 2014.

LUA PROPAGANDA S.A.

JOSÉ AFONSO DE LANA

DIRETOR

JULIANO NOBREGA

COORDENADOR UNIDADE DE IMPRESSA

SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO - UNIDADE DE IMPRENSA

↑  
AF

RR  
108

## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.**, sita à Rua Barão do Triunfo, 427 – conj. 1406 – Brooklin – São Paulo/SP, cadastrada no CNPJ sob nº 05.527.558/0001-43, prestou serviços terceirizados especializados na elaboração de conteúdo para redes e mídias sociais para apoio ao **COMITÊ PAULISTA DA COPA DO MUNDO FIFA 2014**, decorrente da contratação firmada entre esta agência e o Governo do Estado de São Paulo, através de sua Subsecretaria de Comunicação, com sede na Capital de São Paulo, sita à Avenida Morumbi, 4.500 – Palácio dos Bandeirantes, inscrita no CNPJ sob nº 10.979.446/0001-63, contrato este decorrente da realização de licitação na modalidade concorrência, tipo “melhor técnica”, na qual se sagrou a vencedora, referente ao contrato nº 01/2013.

Tal prestação de serviços técnicos e especializados ocorreu de 14 de setembro de 2013 até 31 de julho de 2014, no portal [www.copa2014.sp.gov.br](http://www.copa2014.sp.gov.br), com a execução dos seguintes serviços: produção de conteúdo e manutenção editorial do portal, criação de núcleo e monitoramento de mídias e redes sociais; planejamento de conteúdo e definição de diretrizes editoriais para a criação de infográficos, criação e edição de vídeos, títulos, chamadas e textos, aplicação de políticas de tagging, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas; produção de vídeos de animação.

Rua Eugênio de Medeiros, 303 – 13º andar – Pinheiros – São Paulo/SP – CEP: 05425-000  
Av. das Américas, 3500 – Sala 717 – Bloco 4 – Le Monde – Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ – CEP: 22640-102

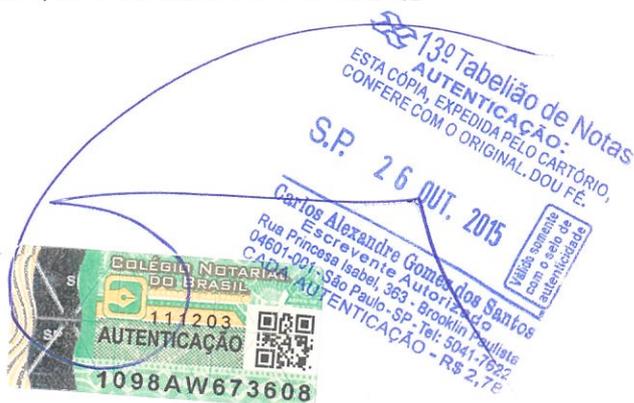


Atestamos ainda que tais serviços vêm sendo executados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnicos elevados e condizentes com o prestígio e a capacidade desta empresa, que os desempenha com aptidão, obedecendo aos prazos e atividades determinados e aprovados pelo cliente **COMITÊ DA COPA DO MUNDO FIFA 2014 - SP**, sob a coordenação da **SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**.

São Paulo, 19 de Outubro de 2015.

**SORAYA SEGANTIM**  
**AGÊNCIA MOOD DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**

**CLIENTE/ANUENTE**  
**SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**  
**DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**Responsável: SILVANA APARECIDA MARTINUCCI**



Handwritten marks and initials on the right margin, including a blue checkmark, a blue signature, and red initials 'R0' and 'JJI'.

## ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.**, sita à Rua Barão do Triunfo, 427 – conj. 1406 – Brooklin – São Paulo/SP, cadastrada no CNPJ sob nº 05.527.558/0001-43, é a empresa responsável pela elaboração de conteúdo editorial e manutenção técnica e editorial do portal [www.habitacao.sp.gov.br](http://www.habitacao.sp.gov.br), e criação do núcleo e monitoramento de conteúdo para as redes e mídias sociais da **SECRETARIA DA HABITAÇÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO**, decorrente da contratação firmada entre esta agência e o Governo do Estado de São Paulo, através de sua Subsecretaria de Comunicação, com sede na Capital de São Paulo, sita à Avenida Morumbi, 4.500 – Palácio dos Bandeirantes, inscrita no CNPJ sob nº 10.979.446/0001-63, contrato este decorrente da realização de licitação na modalidade concorrência, tipo “melhor técnica”, na qual se sagrou a vencedora, referente ao contrato nº 01/2013.

Tal prestação de serviços técnicos e especializados ocorre desde 01 de maio de 2014, com contrato vigente até 13 de março de 2016, no portal [www.habitacao.sp.gov.br](http://www.habitacao.sp.gov.br), com a execução dos seguintes serviços: elaboração de guia de estilo; produção de conteúdo e manutenção editorial do portal, criação de núcleo e monitoramento de mídias e redes sociais; planejamento de conteúdo e definição de diretrizes editoriais para a criação de infográficos, criação e edição de vídeos, títulos, chamadas e textos, aplicação de políticas de tagueamento, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas; produção de vídeos de animação.

Rua Eugênio de Medeiros, 303 – 13º andar – Pinheiros – São Paulo/SP – CEP: 05425-000  
Avenida das Américas, 3500 – Sala 717 – Bloco 4 – Le Monde – Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ – CEP: 22040-102.



↑  
AF  
S  
RB  
112

Atestamos ainda que tais serviços vêm sendo executados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnicos elevados e condizentes com o prestígio e capacidade desta empresa, que os desempenha com aptidão, obedecendo aos prazos e atividades determinados e aprovados pelo cliente **SECRETARIA DE ESTADO DA HABITAÇÃO**, sob a coordenação da **SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**.

São Paulo, 19 de Outubro de 2015.

**SORAYA SEGANTIM**  
**AGÊNCIA MOOD DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**

**CLIENTE/ANUENTE**  
**SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**  
**DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**Responsável: SILVANA APARECIDA MARTINUCI**

Rua Eugênio de Medeiros, 303 – 13º andar – Pinheiros – São Paulo/SP – CEP: 05425-000.  
Avenida das Américas, 3500 – Sala 717 – Bloco 4 – Le Monde – Barra da Tijuca – Rio de Janeiro – RJ – CEP: 22640-102.

**Autenticação de Notas**  
S.P. 26 OUT. 2015  
Escritório Autorizado  
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista  
04601-001 - São Paulo - SP. Tel: 5041-7622  
CADA AUTENTICAÇÃO - R\$ 2,77

Caros Alexandre Gomes dos Santos  
Escrevente Autorizado

COLEGIO NOTARIAL DO BRASIL  
111203  
AUTENTICAÇÃO  
1098AW673612

1307  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

1307  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

1307  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FE.

Handwritten initials and marks on the right margin, including a blue checkmark, a blue signature, and red handwritten numbers '113' and '113'.

# ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

**Contexto**  
PROPAGANDA VIVA

Atestamos para os devidos fins que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA** sita à Avenida Nove de Julho, 4.877 - conjunto 92 - 9º andar - São Paulo/SP, cadastrada no CNPJ sob nº 05.527.558/0001-43, tem prestado serviços terceirizados de assessoria de imprensa e comunicação a esta Agência, para atendimento específico ao cliente **SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO**, decorrente da contratação firmada entre esta agência e o Governo do Estado de São Paulo, através de sua Subsecretaria de Comunicação, com sede na Capital de São Paulo, à Avenida Morumbi, nº 4500 - Palácio dos Bandeirantes, inscrita no CNPJ sob nº 46.379.400/0001-50, contrato este decorrente da realização de licitação na modalidade concorrência, tipo "melhor técnica", na qual sagrou-se a vencedora, referente ao contrato nº 02/2008.

av. brig. faria lima, 201  
24º andar • cep 05426.100  
pinheiros • são paulo  
tel. 3818-9900

rua caiubi, 343  
cep 05010.000  
perdizes • são paulo  
tel. 3874-9900

www.contexto.com.br

Tal prestação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação para atendimento ao cliente **SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO** ocorre no período contratual de Abril/2008 a Março/2013, recebendo o valor mensal de R\$141.750,00.

Atestamos ainda que tais serviços vêm sendo executados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnicos elevados e condizentes com o prestígio e capacidade desta empresa e aprovados pelo cliente **SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO**, sob a coordenação da **SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**, desempenhando com aptidão os serviços solicitados, obedecendo aos prazos e atividades determinados.

São Paulo, 04 de Outubro de 2012

  
Ana Paula Botezelli  
**CONTEXTO PROPAGANDA LTDA.**

**49.748.031/0001-14**  
**CONTEXTO PROPAGANDA LTDA.**

Av. Brig. Faria Lima, 201 - 24º Andar  
Pinheiros - CEP 05426-100

SÃO PAULO - SP.

CLIENTE/ANUENTE  
SUBSECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO  
ESTADO DE SÃO PAULO - UNIDADE DE IMPRENSA

**13º Tabelião de Notas**  
**AUTENTICAÇÃO:**  
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO,  
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.

S.P. 27 SET. 2018

**ANDRÉ BARROS DA SILVA**  
Escritor Autorizado  
R. Abel, 363 - Brooklin Paulista  
São Paulo - SP - Tel: 5041-7622  
AUTENTICAÇÃO - R\$ 3,50



RD  
LLY

**ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA**

Atestamos para os devidos fins que a empresa FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA, sita à Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110, cadastrada no CNPJ sob o número 05.527.558/0001-43, tem prestado serviços de assessoria de imprensa e comunicação a esta Companhia, contratada que foi por ter se sagrado vencedora da concorrência 062/12, processo geral número 10.37.062.

Tal prestação de serviços de assessoria de imprensa ocorre no período contratual entre 27 de novembro de 2013 e 29 de novembro de 2019, com a prestação mensal de 1.125 horas de trabalho.

Atestamos que tais serviços têm sido prestados satisfatoriamente, com qualidade e padrão técnico elevados, e aprovados pelo cliente Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano (CDHU).

São Paulo, 01 de Novembro de 2019.

  
José Fernando Lefcadito Alvares  
Superintendente de Comunicação Social



**QUESITO 3 - SUBQUESITO 3 – SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO****Fator F: experiência única em comunicação pública**

A Fator F Inteligência em Comunicação foi criada em dezembro de 2006 e rapidamente se posicionou no mercado como uma agência com forte especialização em assuntos públicos e governamentais, sem deixar de atender empresas privadas. Essa experiência foi colocada a serviço de clientes de expressão na vida pública, dentre os quais:

**Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo** (maio de 2022 até hoje) – A agência atende a SSP nas suas necessidades de assessoria de imprensa;

**Prefeitura do Município de São Paulo / SECOM** (abril de 2019 até abril de 2025) – Responsável pela gestão do Portal e de todas as redes sociais da Prefeitura da Capital;

**Secretaria Municipal da Saúde da Capital** (julho de 2020 até hoje) – Atende a secretaria em suas necessidades de assessoria de imprensa, comunicação digital (portal e redes sociais) e comunicação interna;

**Secretaria de Estado da Educação** (abril de 2008 a maio de 2013) - Responsável pela assessoria de imprensa e comunicação da maior rede de educação do país;

**Prefeitura do Município de São Paulo / SECOM** (março de 2009 a dezembro de 2012) – Responsável por apoiar a SECOM/PMSP nas necessidades de assessoria de imprensa e comunicação atendendo o Gabinete do Prefeito e coordenando atividades nas secretarias e órgãos municipais;

**Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano - CDHU** (novembro de 2013 a novembro de 2019) - Assessoria de imprensa e comunicação da companhia;

**Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação do Governo do Estado de São Paulo** (julho 2011 a janeiro 2014) - Responsável pela assessoria de imprensa e comunicação da secretaria;

**Secretaria de Estado da Habitação** (março de 2014 a janeiro de 2018) – Responsável pelo Núcleo de Mídias Digitais da Secretaria, planejando e executando a comunicação nos canais proprietários;

**Comitê Paulista da Copa do Mundo FIFA** (fevereiro de 2012 a agosto de 2014) - Responsável tanto pela assessoria de comunicação e imprensa como pelo Núcleo de

DF

↑

RD

JJB

Mídias Digitais do Comitê que organizou todas as atividades do Governo do Estado relativas à organização da Copa;

#### CASES:

Descrevemos a seguir algumas soluções de comunicação desenvolvidas pela Fator F:

#### SEE: Crescimento de 503% nas notícias positivas entre 2007 e 2012

Responsável pela assessoria de imprensa da Secretaria da Educação, a Fator F contribuiu para transmitir informação de interesse público e melhorar a imagem da pasta e do Governo. Entre 2007 e 2012, o total de notícias positivas passou de 2.107 para 12.723, um crescimento de 503,8%, de acordo com a Boxnet<sup>3</sup>. O percentual de material negativo passou a ser cada vez menor. Em 2012, 70,3% das matérias que trataram da educação paulista foram positivas, apenas 6,9% foram negativas e 22,8%, neutras<sup>4</sup>.

#### Total de matérias divididas por mídia e avaliação de 1º/jan/2011 a 31/mar/2012:

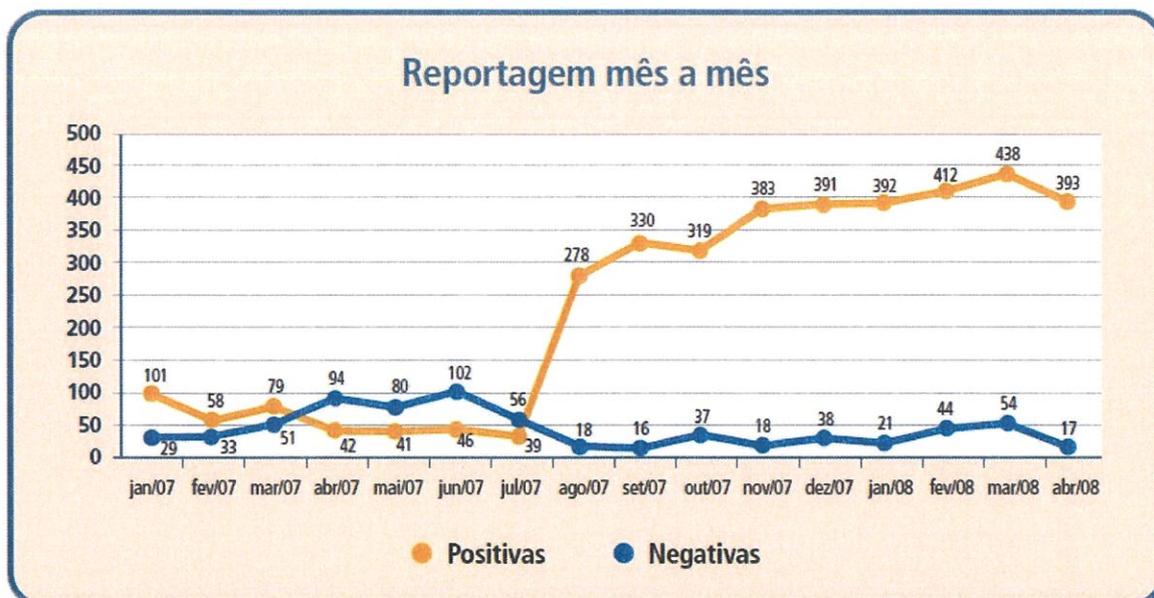
	Positivo	Negativo	Neutro	Sem Avaliação
	Quantidade	Quantidade	Quantidade	Quantidade
TV	1.153	307	886	46
Rádio	3.478	558	1.086	114
Impresso	9.888	809	2.044	288
Web	1.733	84	242	77
<b>Total</b>	<b>16.252</b>	<b>1.758</b>	<b>4.258</b>	<b>525</b>

#### Foco na agenda positiva

<sup>3</sup> A fonte de todos os dados de clippagem é a Boxnet, clipadora contratada pelo Governo do Estado e também pela Secretaria da Educação. É importante ressaltar que a Boxnet clipa apenas os principais veículos de TV, rádio, jornais, revistas e web da Capital e do interior. Considerados os veículos menores, o resultado é ainda mais expressivo, como mostram clippings internos da Secretaria.

<sup>4</sup> Matérias positivas, negativas ou neutras são as que citam, de alguma forma, a rede estadual de ensino. Matérias sem avaliação não citam a rede, apesar de tratarem de educação.

Os resultados do trabalho da Fator F na Secretaria da Educação foram constatados imediatamente após o início dos trabalhos, em abril de 2007. O gráfico a seguir mostra a evolução da clipagem feita pela Boxnet, mês a mês, naquele ano:



Esse resultado se deve a uma marca do trabalho da Fator F: a ênfase na produção de notícias positivas. Em todas as equipes da empresa há profissionais dedicados exclusivamente a buscar e formatar informações passíveis de serem oferecidas à imprensa. No caso da Secretaria da Educação, esse esforço foi fundamental para que o conjunto de noticiário colocasse, no devido contexto, os problemas inevitáveis existentes numa rede tão grande. São 4,2 milhões de alunos distribuídos em 5.342 escolas, o que equivale a aproximadamente 150 mil salas de aula. É inevitável que ocorram, num universo tão grande, casos de vandalismo, violência ou despreparo de profissionais que se tornam notícia. A Fator F tem grande experiência em administrar essas crises com o objetivo de causar o menor dano possível de imagem. E trabalha com ênfase na geração de notícias positivas para que os relatos negativos não se tornem a marca da Secretaria.

Na ocasião, entre agosto de 2007 e abril de 2008, o volume de matérias positivas foi multiplicado por dez e a quantidade de notícias negativas foi reduzida a 7%. Foram 3.375 notícias positivas no período, o que dá a média de 12,2 matérias favoráveis por dia.

Mais relevante do que esses números, que em si já constituem uma formação de imagem numa área sempre sujeita a problemas de todas as ordens, foi a renovação qualitativa do debate sobre a educação proporcionado por programas lançados naquela época, como o estabelecimento de metas de aprendizado e o pagamento do bônus por resultados.

AF

J

RD

118

## SMS: Como a cidade de São Paulo se tornou a “Capital Mundial da Vacina”

A Fator F participou intensamente das atividades de comunicação durante a pandemia da Covid-19, pois estavam sob sua responsabilidade as áreas de assessoria de imprensa, comunicação digital e comunicação interna da Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura de São Paulo. O principal marco no combate à pandemia de Covid-19 foi o início da vacinação contra a doença. São Paulo foi uma das primeiras capitais do país a começar a vacinar a população, em 19 de janeiro de 2021, e graças a uma massiva campanha de comunicação e à adesão da população, obteve grande sucesso na imunização a ponto de ser reconhecida pela mídia como “capital mundial da vacina”, como mostra matéria da revista Forbes de 23/01/2022 (imagem abaixo).



Em janeiro de 2023 a cidade de São Paulo contava quase 37 milhões de doses de vacina aplicadas. Todas as faixas etárias já haviam sido imunizadas, sendo que mais de 100% da população adulta e dos adolescentes de 12 a 17 anos já haviam tomado as duas primeiras doses da vacina.

O trabalho da equipe da Fator F na SMS foi fundamental para manter os

municípios informados sobre a importância e o cronograma de vacinação. Desde o início da imunização a agência recorreu a estratégias de assessoria de imprensa e de comunicação digital para divulgar de maneira ampla e eficaz a campanha de vacinação na rede municipal.

Os números do trabalho da assessoria de imprensa especificamente sobre o tema da vacinação contra a Covid-19 são superlativos:

AF

J

RD

LLS

- ✓ Em 2021, foram atendidas 9.515 demandas da imprensa e produzidos 227 releases;
- ✓ Em 2022, foram atendidas 3.268 demandas e produzidos 112 releases;
- ✓ Nos dois anos foram publicadas mais de 40.000 matérias sobre a vacinação na cidade de São Paulo;
- ✓ 85% das matérias foram positivas, pois prestaram serviços à população informando sobre os locais e o público elegível a cada fase da campanha ou mostrando a logística do trabalho.

Em agosto de 2021 a SMS realizou um grande evento para vacinar a população de 18 a 21 anos da cidade. A Virada da Vacina foi amplamente divulgada e contou com 34 horas de imunização ininterruptas e mais de 500 mil doses aplicadas em *drive-thrus*. Mais de 270 matérias foram feitas sobre a iniciativa, e destacamos a reportagem abaixo exibida pelo Fantástico, da Rede Globo, que enfatizou diversos aspectos positivos para a SMS: a vacinação alcançando 100% dos adultos, mais de 500 mi doses aplicadas na Virada, as atrações promovidas pela SMS para tornar a vacinação mais conhecida e agradável.

Os canais digitais da SMS (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok e LinkedIn, além do portal) foram ativamente mobilizados para informar e incentivar a imunização, principalmente em um momento em que havia desinformação e dúvidas por parte da população sobre a qualidade e eficácia dos imunizantes disponibilizados. A estratégia foi abordar de forma didática e criativa a importância da vacinação e a eficácia e segurança dos imunizantes por meio de cards e material audiovisual:

- ✓ De janeiro de 2021 a dezembro de 2022, foram produzidas mais de 4 mil publicações sobre a vacinação contra a Covid-19;
- ✓ Os calendários de vacinação obtiveram amplo engajamento;
- ✓ Posts informativos apostaram em *trends* do momento para ampliar o alcance.

AF

r

RD

L20

Seguem alguns exemplos: O início da vacinação para as pessoas de 21 a 24 anos foi um importante marco, uma vez que esse público engaja bastante nas redes sociais. A publicação feita no Twitter alcançou 247 mil internautas, teve 452 reações e 336 retweets.

Secretaria Municipal da Saúde de São Paulo  
@saudeprefsp

Ei, você aí: para de rolar a timeline, o calendário de vacinação antiCovid da semana que vem chegou!

- Segunda-feira (9): repescagem de 1ª dose para quem tem 25 anos ou mais e 2ª dose de todos os grupos elegíveis;
- Terça (10) e quarta-feira (11): pessoas com 24 anos;



8:27 PM - 6 de ago de 2021

Ver estatísticas do Tweet

Criatividade e bom humor são fundamentais para ampliar o alcance das redes sociais, como mostra o exemplo da peça ao lado veiculada no Instagram que alcançou 88 mil internautas.

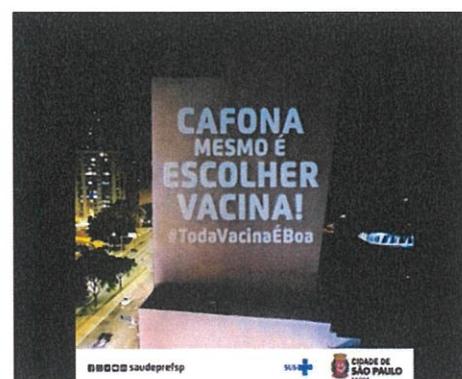


internautas.



A equipe de redes sociais da SMS também mobilizou influenciadores para apoiar a campanha de vacinação, como mostra o conteúdo ao lado, que alcançou 80 mil

Foram buscados padrões audiovisuais que dessem a maior atratividade possível aos conteúdos. As projeções realizadas em empenas de prédios foram usadas com sucesso, como mostra essa peça que alertava a população sobre a inconveniência de tentar escolher o imunizante em um momento em que parte da população, motivada por fakenews, tentava escolher entre Pfizer e AstraZeneca, que era disseminada como sendo ineficaz. A publicação alcançou 52 mil internautas e teve 1,8 mil reações.



AF

21

RD

LS

### PMSP: 3.340 releases e inovação com a “Virada Limpa”

A Fator F disponibilizou uma equipe de jornalistas para apoiar a PREF/SECOM nas diversas atividades de assessoria de imprensa e comunicação: definição do Plano de Comunicação, com ênfase para valorizar a agenda positiva da PMSP na forma de eventos e divulgações, atendimento à imprensa, gerenciamento de informações, coordenação da comunicação de todas as secretarias e órgãos municipais, treinos de mídia etc.

Para se ter ideia do volume do trabalho, no período entre março de 2009 e dezembro de 2012 a Fator F produziu e publicou no site da PMSP um total de 3.340 releases com ações da municipalidade, sendo grande parte deles acompanhado de fotografias e áudios. Executivos da Fator F participaram ativamente do planejamento e das divulgações.

Dentre as muitas atividades, destacamos uma como exemplo de pro-atividade no trabalho de comunicação: a “Virada Limpa”.

A Virada Cultural tornou-se um patrimônio da cidade de São Paulo, com cerca de quatro milhões de cidadãos participando das mais diversas atividades em clima de confraternização durante um final de semana e vastíssima cobertura de imprensa. Havia, porém, um aspecto negativo na cobertura: a constatação de que montanhas de lixo se acumulavam nas ruas e praças durante o evento, causando desconforto às pessoas e afetando o brilho da imagem do evento.

A Fator F Inteligência propôs à Secretaria Executiva de Comunicação um plano de comunicação com o objetivo de agregar à Virada Cultural um novo conceito para a cidade se orgulhar: a limpeza do evento, resultado da colaboração das pessoas e da pró-atividade da Prefeitura. O elemento-chave seria uma campanha de comunicação conscientizando as pessoas para o descarte correto do lixo e informando que a prefeitura faria a sua parte instalando as lixeiras e a logística necessária para a limpeza da Virada.

Os resultados obtidos foram espetaculares tanto em termos de espaço obtido na mídia espontânea como na adesão das pessoas ao mérito da campanha. Apenas nas TVs foram clipadas 60 reportagens sobre a Virada Cultural entre os dias 11 e 18 de abril, totalizando 2 horas, 48 minutos e 48 segundos de conteúdo. A TV Globo lidera o número de exibições com 62 minutos e 58 segundos mostrados em 22 matérias, seguida por 32 minutos e 5 segundos em 6 reportagens da TV Cultura; 17 minutos e 30 segundos em 8 matérias da TV Record, 14 minutos e 37 segundos em 4 entradas da Record News, e 13 minutos e 47 segundos em 3 matérias da TV Gazeta.

AF

8

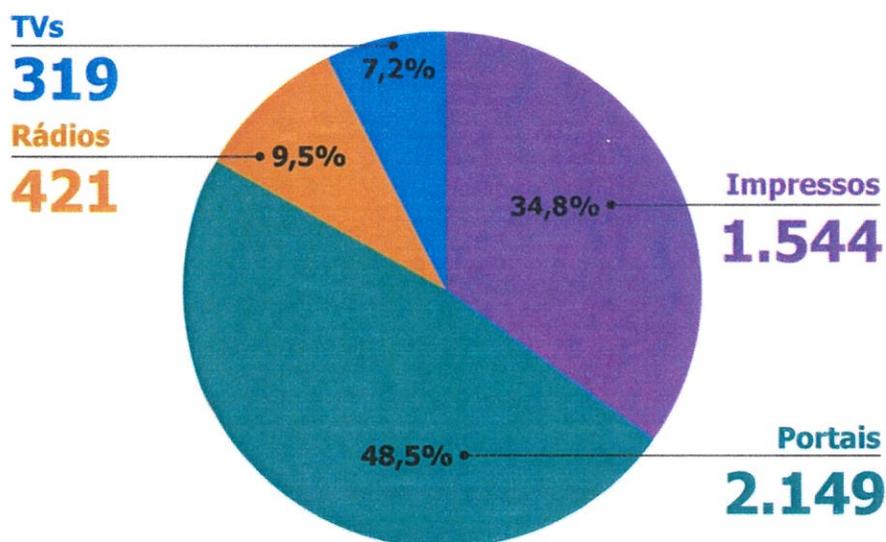
RD  
122

## CDHU: 89,8% de positividade

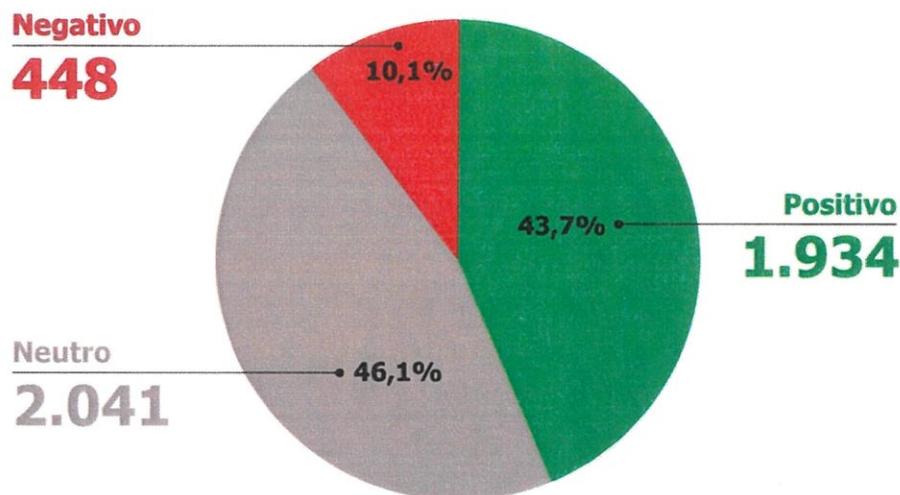
A SH-CDHU é um foco de notícias amplamente positivas no âmbito do GESP. Um grande esforço da Fator F foi realizado para identificar pontos passíveis de divulgação ativa de aspectos positivos dos programas habitacionais. Outra dimensão importante é a comunicação regional, pois a mídia local é especialmente receptiva às nossas comunicações. As matérias negativas relatam, de forma geral, problemas surgidos em edificações antigas ou invasões (e consequentes reintegrações de posse e seus conflitos).

Seguem alguns números sobre o trabalho da assessoria de imprensa ao longo de 2018. No total do ano foram analisadas 4.433 matérias (média de 12 por dia), sendo 2.149 em portais (48,5%), 1.544 em veículos impressos (34,8%), 421 em rádios (9,5%) e 319 em TVs (7,2%):

Ao longo de 2018 a assessoria de imprensa da CDHU realizada pela Fator F produziu **730 releases** e avisos de pauta e **434 atendimentos** a demandas de jornalistas.



A análise dos sentimentos das matérias revela um alto grau de positividade. Apenas 10,1% (448) das reportagens trouxeram críticas ou relataram problemas em ações da SH-CDHU, sendo que 43,7% (1.934) foram positivas (citaram ações positivas) e 2.041 (46,1%) foram consideradas neutras porque não relatam ações da SH-CDHU (por exemplo: prefeito assina contrato com a CDHU). Pode-se considerar que as matérias “neutras” na verdade como positivas para a instituição, o que faz o **índice de positividade** chegar a **89,8%**.



### SDECT: O lançamento do Via Rápida Emprego

O desafio de comunicação era lançar, com a devida repercussão, o programa Via Rápida Emprego, um importante compromisso do Governo de São Paulo, e obter inscrições suficientes para o preenchimento das 30 mil vagas disponíveis no ano de 2011. Foram implementadas as seguintes ações: publicação de notas em colunas (como o Painel da Folha e Sônia Racy) nos dias que antecederam o lançamento, criando expectativa para o evento; formatação do evento com atrativos noticiosos (o lançamento ocorreu numa FATEC, com uma carreta que funciona como oficina estacionada ao lado); publicação de artigo do secretário na Folha de S.Paulo; coletiva de imprensa e organização de uma rodada de entrevistas exclusivas do secretário para rádios e jornais; visitas do secretário, acompanhado da Fator F, às redações dos principais veículos da cidade (Globo, Folha, Estadão e outros); elaboração e divulgação de 15 releases regionais, com dados especiais para cada uma das regiões do Estado de São Paulo; organização de um calendário de visitas do secretário às principais cidades-pólo do estado, em que é organizado o evento “Acelera SP”, cujo atrativo principal é a execução do Via Rápida na região; produção de conteúdo para uso nos portais do governo e nas redes sociais operadas pela Secretaria; organização de aula inaugural e de balanços regulares sobre a implementação do programa; oferta a colunistas de informações sobre o Via Rápida.

Entre julho e outubro houve 669 inserções na mídia tratando do Via Rápida, sendo 549 delas em Jornais e Sites; 46 em TVs e 74 em rádios. Todos os registros foram positivos, com destaque para a Rede Globo, com quatro reportagens na Capital e espaços obtidos

AF

↑

RD  
L24

em todas as afiliadas no Estado. Até o final de outubro já havia 188.287 pessoas inscritas para os cursos, ou seja, mais de seis vezes o número de vagas oferecidas.

### **ESTRUTURA FÍSICA E RECURSOS MATERIAIS**

A Fator F Inteligência em Comunicação Ltda. entende que um ambiente moderno, acolhedor e funcional é fundamental para o melhor resultado de um trabalho que depende da criatividade e da qualidade do relacionamento entre as pessoas. Com esse objetivo, a agência dispõe de ambientes agradáveis e aconchegantes e conta com os mais modernos equipamentos e serviços para propiciar a seus colaboradores e clientes as melhores condições para a interação e para a construção de soluções criativas e eficazes.

A empresa conta com o serviço de 80 colaboradores entre jornalistas, publicitários, designers, fotógrafos / videomakers e analistas de redes sociais que atuam tanto nas instalações da agência como nas estruturas de clientes ou em home office. Tanto os colaboradores que atuam na sede da empresa como os baseados nas instalações de clientes contam com notebooks e smartphones dotados dos softwares e equipamentos periféricos necessários ao desempenho de suas atividades com excelência.

### **NOSSA FILOSOFIA E NOSSA PRÁTICA**

A Fator F Inteligência em Comunicação acredita que atender a um órgão público exige uma abordagem diferenciada, fundamentada na compreensão profunda da comunicação pública e em sua potência como ferramenta de cidadania. Mais do que informar, trata-se de estabelecer canais de escuta, promover o diálogo com a sociedade e transformar a comunicação em ponte entre gestão e população.

Nossa equipe reúne profissionais altamente experientes, incluindo ex-secretários de Estado, jornalistas e especialistas em relações públicas com atuação consolidada em governos e nos principais veículos de imprensa. Essa expertise será mobilizada em todas as etapas do trabalho — do planejamento à execução e acompanhamento das ações — garantindo excelência técnica e sensibilidade institucional.

Para a Fator F, comunicação pública é um processo ativo de mão dupla: informa, presta contas e, ao mesmo tempo, capta percepções da sociedade. Ao transformar feedbacks da população em dados qualificados, contribuimos com insights para reorientar políticas públicas, tornar os programas mais eficazes e fortalecer o vínculo entre o Estado e os cidadãos. Essa lógica orienta toda a atuação da agência.

Adotamos uma abordagem de comunicação integrada, com atuação coordenada entre plataformas digitais e offline, em uma lógica crossmedia. Todos os conteúdos são distribuídos de forma sinérgica, reforçando a mensagem institucional por meio de diferentes formatos. Monitoramos permanentemente as redes sociais, canais de imprensa e outros indicadores, convertendo essa base de dados em relatórios analíticos e alertas estratégicos.

Esses materiais, produzidos em tempo real, ajudam a Secretaria a compreender o grau de receptividade da população aos programas públicos e a antecipar possíveis ruídos ou desgastes. A escuta ativa e constante, aliada ao uso de inteligência de dados, permite tomar decisões mais sensíveis, eficazes e conectadas à realidade das pessoas.

### **Prevenção e gerenciamento de crises**

A gestão de riscos e crises é parte central do nosso modelo. Acreditamos que momentos sensíveis, quando bem conduzidos, podem reforçar atributos fundamentais da administração pública, como empatia, transparência e compromisso. A comunicação de crise não apenas protege, mas pode projetar a reputação da gestão ao demonstrar que ela está atenta, presente e disposta a enfrentar os problemas com responsabilidade.

### **Sistema de Relatórios e Alertas Estratégicos**

Com a aprovação da Secretaria, a Fator F implantará um sistema de relatórios periódicos e alertas customizados, operando em regime de monitoramento 24h por dia, 7 dias por semana. O objetivo é fornecer aos gestores um retrato contínuo da percepção pública sobre temas e programas em curso. Os alertas terão formato visual e prático, especialmente pensados para facilitar o uso por parte das equipes técnicas e pelos tomadores de decisão. Dessa forma, promovemos agilidade na comunicação, antecipação de cenários e fortalecimento da presença institucional.

### **A força do planejamento estratégico**

Em iniciativas integradas, o planejamento estratégico é o elemento definidor do sucesso. O planejamento não é anterior à campanha ou ação de comunicação: ele conduz todo o processo e deve ser permanentemente revisto, a partir de dados e *insights*.

A Fator F reúne equipes multidisciplinares a cada projeto, alimentando todas as etapas do planejamento, e a interação com profissionais e equipes do cliente é fundamental para o bom resultado da comunicação.

A agência definiu o seu sistema de trabalho a partir de conceitos do *design thinking*, abordagem contemporânea pela qual se busca solucionar problemas de maneira colaborativa e integrada, partindo do sentimento de empatia desenvolvido nas equipes. O objetivo é que as pessoas sejam o centro do desenvolvimento da solução.

A experiência da Fator F levou à definição da nossa própria abordagem do *design thinking*, que pode ser assim visualizado:



Na fase de **EXPLORAÇÃO** a integração com as equipes do cliente é fundamental. Os profissionais da Fator F apreciam imersões em temas e áreas para chegar aos melhores *insights* e sentir a experiência de quem vivencia diretamente as situações específicas. Só assim é possível produzir uma comunicação empática, ou seja, que capture os sentimentos presentes nos diversos públicos e ao mesmo tempo entenda as suas necessidades, oferecendo mensagens coerentes com esses sentimentos e necessidades.

Essa experiência humana insubstituível deve ser complementada pela pesquisa e análise de dados que permita entender o comportamento dos diversos públicos. Frequentemente o monitoramento traz *insights* para novas campanhas e ações táticas dentro do ambiente de redes sociais e até mesmo fora dele. As ferramentas de monitoramento e *big data*

Handwritten mark resembling a stylized 'A' or 'B'.

Handwritten arrow pointing upwards.

Handwritten initials 'RD' and 'LDF'.

evoluem dinamicamente e o compromisso da Fator F é estar permanentemente atualizada para dispor dos melhores instrumentos necessários à extração das informações necessária ao planejamento de comunicação.

Na etapa da **IDEAÇÃO** temos a formulação das ações, com a definição de plataformas, com destaque para a plataforma tecnológica e a infraestrutura de mídias sociais. É preciso definir quais canais serão utilizados e que experiências serão produzidas para que a mensagem chegue até os públicos baseando-se em suas preferências e comportamentos. Torna-se necessário definir os *touchpoints*, ou seja, os pontos em que teremos oportunidade de realizar contato com os nossos públicos.

É nessa fase que surgem a ideia criativa e as mensagens-chave, fundamentais para revestir as ações de comunicação com o caráter de empatia que se busca. Atenção especial é dedicada à experiência do usuário, pois as ideias precisam tomar corpo, inserindo-se nos contextos e vivências dos públicos. Testes de usabilidade são cruciais. A Fator F domina técnicas de produzir testes em grupos pequenos cujos resultados sinalizam as linhas criativas mais capazes de gerar engajamento.

Chega-se à fase da **ATIVAÇÃO**, quando é definida a estratégia de distribuição das mensagens (por mídia espontânea, compartilhada ou proprietária) e a amplificação, com ações de comunicação, *targeting* e ativação. Nesse aspecto, a experiência dos profissionais da Fator F permite identificar o enorme potencial da Secretaria para criar oportunidades de exposição nas mais diversas mídias, ampliando de forma gratuita e espontânea o engajamento às campanhas e propostas que se queiram comunicar. A agência vai sempre defender ações de comunicação integrada que aumentem a efetividade da comunicação junto aos gestores da Secretaria e da SECOM.

E faz-se necessária a **MENSURAÇÃO** permanente e a análise da performance dos canais, com métricas (KPIs) de desempenho em tempo real, análise quantitativa e qualitativa dos dados, relatórios de SEO (Search Engine Optimization), relatórios de redes sociais e perfis (desempenho das postagens, interação, engajamento e alcance), com a produção de subsídios para reavaliação permanente de campanhas e ações.

### **Processos: a garantia da melhor entrega aos nossos clientes**

A Fator F entende que os processos são cruciais para o bom resultado de campanhas de comunicação integrada. A agência tem grande experiência no fornecimento de soluções para agentes públicos e está capacitada para definir, com a flexibilidade característica nesse ambiente, os processos imprescindíveis ao bom andamento dos trabalhos.

AF

↑

RD

L28

Nossa estrutura de atendimento é versátil e dinâmica. O segredo do bom resultado na comunicação pública é ter a estratégia clara e manter os gestores permanentemente atualizados sobre o status dos projetos e eventuais pontos que necessitem de intervenção. O compromisso é com a realização das estratégias definidas e aprovadas pela Secretaria. A Fator F desenvolveu a sua própria abordagem para a execução de projetos. A metodologia é aplicada de acordo com a dimensão de cada projeto e suas necessidades específicas, mas necessariamente contém:

1. Reuniões de briefing para definição dos objetivos de comunicação e projetos especiais para a formulação dos planos estratégicos e táticos adequados;
2. Aplicação do Design Thinking da Fator F;
3. Reuniões semanais com gestores;
4. Reuniões diárias para avaliar o desempenho e identificar, com base nos monitoramentos produzidos, temas da conjuntura que representem riscos e/ou oportunidades para a comunicação digital;
5. Amplo esforço para o desenvolvimento da “agenda positiva” da Secretaria, ou seja, a apuração de fatos capazes de serem transformados em oportunidades de divulgação pela comunicação;
6. Esforço permanente para prevenir e atuar em fatos que constituam riscos de imagem. Detecção imediata, por meio de monitoramento, de eventuais riscos de imagem e acionamento imediato dos gestores para as providências necessárias;
7. Monitoramento, avaliação dos resultados e produção de alertas;
8. Apresentação de relatórios com resultados e tendências.

Essa sistemática pode ser apresentada da seguinte forma:



AF

7

RD  
229

#### QUESITO 4 - ATENDIMENTO AOS PRECEITOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A Fator F está comprometida com a sustentabilidade ambiental e adota cotidianamente medidas como reciclagem de caixas e produtos que contenham papelão, descarte correto de eletrônicos, pilhas e baterias, uso preferencial de papel reciclado, uso de token e-CNPJ e de plataforma de assinatura eletrônica de documentos, uso de armazenamento em nuvem para evitar o desperdício de papel no arquivamento de informações, e outras medidas.

Ratificando esse compromisso, a agência se compromete com as declarações a seguir:

## DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DE PRECEITOS DE SUSTENTABILIDADE

Eu, Rogério Ferreira, CPF nº 101.502.218-94, como representante devidamente constituído da empresa Fator F inteligência em Comunicação Ltda., CNPJ nº 05.527.558/0001-43, doravante denominada Licitante, declaro, sob 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 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, e que já iniciou (ou está em fase de implantação) as seguintes medidas: Reciclagem de caixas e produtos adquiridos que contenham papelão, descarte correto de eletrônicos, pilhas e baterias, uso de papel reciclado, uso de token e-CNPJ e de plataforma de assinatura eletrônica de documentos, uso de armazenamento em nuvem para evitar o desperdício de papel no arquivamento de informações da empresa, tendo como meta em um prazo de 12 meses a atingir o nível mínimo para reconhecimento pelos Organismos Ambientais de Empresa Sustentável.



**Rogério Ferreira** Representante Legal

**RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94**

**(11) 98280.3000**

**roger.ferreira@fatorf.com.br**

**Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.**

**CNPJ 05.527.558/0001-43**

**Fone/WhatsApp (11) 99942.9344**

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110**

**05.527.558/0001-43**

**Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.**

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141

Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

AF

1

RD  
132

## DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E ECONÔMICA

### Licitação N° 001/2025

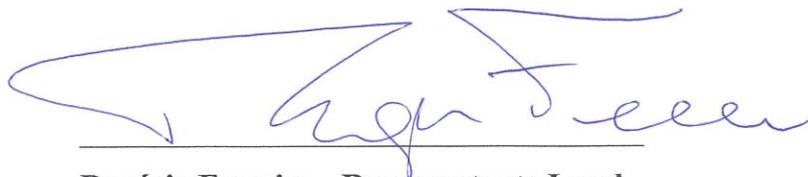
A Fator F Inteligência em Comunicação Ltda., inscrita no CNPJ sob o nº 05.527.558/0001-43, por intermédio do seu representante legal, o Sr. Rogério Ferreira, portador da Carteira de Identidade nº 14.455.303-X, e do CPF nº 101.502.218-94, DECLARA sob penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal 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.

São Paulo, 10 de abril de 2025

- c) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

São Paulo, 10 de abril de 2025



**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94**

**(11) 98280.3000**

**roger.ferreira@fatorf.com.br**

**Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.**

**CNPJ 05.527.558/0001-43**

**Fone/WhatsApp (11) 99942.9344**

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110**

**05.527.558/0001-43**  
**Fator F - Inteligência**  
**em Comunicação Ltda.**  
Rua Viradouro, 63 - Conj. 141  
Itaim Bibi - CEP: 04538-110  
SÃO PAULO/SP



1

RD

134

## TERMO DE ENCERRAMENTO

A Fator F Inteligência em Comunicação Ltda, CNPJ 05.527.558/0001-43, sediada na Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110, por meio de seu representante legal, finaliza com esta página a sua Proposta Técnica, Parte integrante do Envelope 1 da Concorrência Número 001/2025

São Paulo, 10 de abril de 2025

Cordialmente,

05.527.558/0001-43

Fator F - Inteligência  
em Comunicação Ltda.

Rua Viradouro, 63 - Conj. 141

Itaim Bibi - CEP: 04538-110

SÃO PAULO / SP

**Rogério Ferreira - Representante Legal**

**RG 14.455.303-X / CPF 101.502.218-94**

**(11) 98280.3000**

**[roger.ferreira@fatorf.com.br](mailto:roger.ferreira@fatorf.com.br)**

**Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.**

**CNPJ 05.527.558/0001-43**

**Fone/WhatsApp (11) 99942.9344**

**Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14º Andar - Itaim Bibi, São Paulo  
(SP), CEP 04538-110**

7

RD

135