SUPERAR É AGIR

Transformando vidas,
fortalecendo São Paulo.

Proposta Técnica
CONCORRENCIA 005/2025
CONTRATANTE UASG 290122
Fator F Inteligência em Comunicação LTDA
CNPJ 05.527.558/0001-43

FATOR F
INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO

São Paulo, 04 de novembro de 2025.

CONCORRÊNCIA 005/2025

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 para a Secretaria de Desenvolvimento Social do Estado de São Paulo

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
Fator F Inteligência em Comunicação Ltda.
CNPJ 05.527.558/0001-43
Fone/WhatsApp (11) 99942.9344
Rua Viradouro número 63 Conj. 141 – 14° Andar - Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP 04538-110

SUBQUESITO 1. RACIOCÍNIO BÁSICO

1. Compreensão do desafio e da missão institucional

O **Programa SuperAção SP** representa um marco na política social paulista ao propor uma virada de paradigma: substituir os programas sociais passivos por uma abordagem **emancipatória, participativa e personalizada**, centrada na **confiança, na escuta e no potencial de cada indivíduo**.

Inspirado em experiências bem-sucedidas de inclusão produtiva e desenvolvimento humano implementadas em diversos países — como o "Chile Solidário", o "Bolsa Trabalho" de Bogotá e o "Pathways to Work" do Reino Unido —, o SuperAção SP adota uma lógica inovadora, que **une proteção social e autonomia**. Seu foco não é apenas prover recursos, mas **abrir caminhos para que cada pessoa reconstrua sua trajetória com dignidade e propósito**. O desafio não é apenas divulgar um programa: é **comunicar um novo modo de entender o papel do Estado**, baseado na corresponsabilidade, na escuta ativa e na valorização das potencialidades humanas.

Nesse contexto, a **Fator F Inteligência em Comunicação** compreende que a comunicação deve traduzir essa inovação conceitual em **narrativas humanas, acessíveis e mobilizadoras**, capazes de mostrar que o SuperAção SP é mais que um benefício — é um **movimento de reconstrução social**. O êxito dessa comunicação depende de uma engrenagem institucional bem articulada entre três níveis:

- **O SICOM (Sistema de Comunicação do Governo do Estado)**, que orienta as diretrizes estratégicas, garantindo unidade à imagem e coerência à mensagem do Governo de São Paulo;
- **A Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Social (SEDS)**, que interpreta essas diretrizes à luz da missão social da Secretaria, zelando pela coerência técnica e simbólica das ações;
- **A Fator F**, que atua como **parceira estratégica e criativa**, responsável por transformar diretrizes em experiências comunicacionais concretas, com sensibilidade, método e rigor técnico.

Essa integração é o alicerce de uma comunicação pública moderna — **ética, transparente e emocionalmente inteligente** —, que fortalece o elo entre Estado e sociedade.

2. Interligação entre o exercício criativo e a estrutura institucional

O exercício criativo proposto pela Fator F reflete uma visão de **comunicação 360° e omnichannel**, em que cada canal cumpre um papel complementar dentro de um mesmo propósito: **conectar o programa às pessoas — e as pessoas a si mesmas**. A estratégia considera três dimensões integradas:

Assessoria de imprensa – A credibilidade pela informação

A imprensa é o espaço da legitimação pública. O desafio é narrar o SuperAção SP **não como política assistencialista**, mas como **política de mobilização social**, capaz de gerar impacto econômico, psicológico e comunitário. As pautas darão visibilidade ao **modelo inovador de busca ativa** — em que o Estado vai ao encontro de quem mais precisa, rompendo o círculo da inércia e da exclusão — e destacarão o trabalho dos **agentes do SuperAção**, profissionais que acompanham cada participante em sua trajetória de transformação. Cada história bem contada se torna uma peça de legitimidade e de confiança no poder público.

Comunicação digital – O diálogo que aproxima e mobiliza

O ambiente digital é o território da empatia e da conversa. O SuperAção SP deve ser percebido nas redes como uma **força viva**, mostrando resultados e humanizando cada etapa do processo. A estratégia omnichannel garantirá que o público encontre a mesma voz — acolhedora, inspiradora e transparente — em todas as plataformas: site, Instagram, TikTok, Facebook, X, YouTube, LinkedIn e WhatsApp institucional. Cada vídeo, post, reportagem ou depoimento reforçará a noção de que **a superação é uma jornada compartilhada**, e que o Estado está ao lado das pessoas nessa caminhada.

Comunicação interna – O sentido de missão

Nenhuma política pública se sustenta sem engajamento interno. Por isso, a comunicação interna será tratada como eixo estratégico. O objetivo é **fortalecer o orgulho e o senso de propósito** dos servidores e agentes do programa — aqueles que, no cotidiano, traduzem o conceito do SuperAção em gestos concretos. Campanhas internas, boletins, vídeos e encontros de integração reforçarão a cultura da **escuta e do acompanhamento humanizado**, estimulando cada profissional a perceber-se como **agente de transformação e esperança**.

3. Resultados esperados e relevância do impacto comunicacional

A estratégia parte de uma lógica de **causa e efeito bem definida**: Quanto mais pessoas compreendem o propósito do SuperAção SP, mais elas confiam, participam e multiplicam seus resultados. Entre os efeitos esperados:

- **Fortalecimento da imagem pública da SEDS** e do Governo de São Paulo como referências em políticas de emancipação social;
- **Ampliação da visibilidade positiva** do programa nos meios de comunicação, nas redes e nos territórios;
- **Aumento do engajamento comunitário**, com maior adesão de prefeituras, empresas e organizações parceiras;
- **Valorização das trajetórias individuais**, promovendo autoestima e protagonismo social;
- **Formação de um legado simbólico**, que consolide o SuperAção SP como política de Estado e não apenas de governo.

O impacto esperado é duplo: externo, na percepção pública da eficácia e humanidade das ações; e interno, na motivação dos agentes que executam o programa. A comunicação, nesse sentido, é **parte integrante do processo emancipatório**.

4. Conceito da campanha

Para dar unidade à estratégia, propõe-se o conceito central da campanha:

"SUPERAR É AGIR: Transformando vidas, fortalecendo São Paulo."

O conceito sintetiza o DNA do **SuperAção SP**:

- **Superar é agir** – porque superar não é esperar; é mover-se, acreditar e reconstruir;
- **Transformando vidas** – porque cada trajetória acompanhada é uma prova de que o apoio certo no momento certo pode mudar destinos;
- **Fortalecendo São Paulo** – porque o desenvolvimento social é a base do desenvolvimento humano e coletivo.

Esse conceito será o eixo da identidade narrativa, visual e verbal da campanha. Ele expressa a natureza emancipatória do programa e distingue o SuperAção SP de políticas sociais paternalistas, **que subestimam as potencialidades das pessoas**. Aqui, o Estado não fala por elas — **fala com elas**, reconhecendo que o verdadeiro desenvolvimento nasce do protagonismo humano.

Assim, toda a comunicação se estrutura sobre um mesmo princípio: **tornar visível o poder da superação e transformar cada história individual em inspiração coletiva.**

SUBQUESITO 2. PLANO DE AÇÃO a) Estratégia de Comunicação Integrada

A Fator F propõe uma **estratégia integrada de comunicação corporativa,** fundamentada nos princípios da **comunicação 360°** e da **abordagem omnichannel,** articulando os eixos de **assessoria de imprensa, comunicação digital, comunicação interna e mobilização comunitária** sob uma mesma lógica de gestão integrada.

O objetivo é **fortalecer o Programa Superação SP** como uma **política pública inovadora e emancipatória,** que transforma vidas a partir da ação concreta — da escuta ativa, do acompanhamento personalizado e da reconstrução de trajetórias de autonomia e dignidade. Para dar unidade conceitual, emocional e estética à estratégia, propõe-se o conceito central:

"SUPERAR É AGIR: Transformando vidas, fortalecendo São Paulo."

Esse conceito traduz a essência do programa: a superação não é um ato isolado de força individual, mas o resultado da ação conjunta entre Estado, sociedade e pessoas. Ele comunica movimento, propósito e pertencimento — ao mesmo tempo em que convida a população paulista a reconhecer o valor humano e coletivo da transformação social.

A estratégia de comunicação se organiza em **cinco pilares complementares,** que garantem coerência e eficácia na execução das ações:

1. Gerência e Planejamento de Comunicação Integrada

A Gerência de Comunicação Integrada será o **centro de inteligência estratégica** da campanha, responsável por articular todos os eixos de comunicação sob o conceito "Superar é Agir". Entre suas atribuições está:

- Elaborar o **Plano Estratégico de Comunicação Integrada** com indicadores de desempenho e metas qualitativas e quantitativas;
- Realizar **diagnósticos de imagem e mapeamentos de presença digital,** orientando ajustes de rota em tempo real;
- Produzir relatórios de monitoramento e avaliação contínua;
- Coordenar o alinhamento editorial e visual entre todas as frentes de comunicação — imprensa, digital, interna e territorial;
- Promover o **media training** e o alinhamento de porta-vozes, garantindo coerência entre discurso institucional e vivência prática do programa.

Essa instância funcionará como **ponto de convergência estratégica,** conectando a missão social do Superação SP às diretrizes da Secretaria de Desenvolvimento Social e da Secretaria de Comunicação do Governo do Estado.

2. Assessoria de Imprensa e Relações Institucionais

A assessoria de imprensa será responsável por **gerar visibilidade qualificada e humanizada** para o programa, posicionando o Superação SP como **referência nacional em inovação social** e **modelo de política pública emancipadora**. As ações incluirão:

- Planejamento editorial contínuo e segmentado por públicos e regiões do Estado;
- Produção de pautas e conteúdos jornalísticos que evidenciem **histórias reais de superação**, o trabalho dos **agentes de campo** e os resultados do programa;
- Relacionamento proativo com jornalistas, colunistas e formadores de opinião;
- Apoio a eventos, seminários e coletivas de imprensa;
- Implantação da iniciativa **"Superação por Dentro"**, que convida profissionais da imprensa a vivenciarem de perto o impacto do programa — conhecendo histórias, visitando territórios e dialogando com os agentes sociais.

A assessoria buscará não apenas divulgar resultados, mas **gerar empatia e engajamento emocional**, transformando o programa em **marca de esperança e ação concreta**.

3. Comunicação Digital e Engajamento Social

A comunicação digital será o **coração pulsante da relação com a sociedade**, traduzindo a energia do conceito "Superar é Agir" em experiências digitais inspiradoras e mobilizadoras. Mais do que informar, a presença digital do programa criará **vínculos emocionais** com o público, mostrando que superar é possível quando há acolhimento, oportunidade e ação. Os conteúdos digitais seguirão princípios editoriais claros:

- **Humanização:** dar rosto, voz e emoção às histórias reais de superação;
- **Ação:** enfatizar atitudes transformadoras e resultados concretos;
- **Empatia:** usar linguagem acessível, inclusiva e calorosa;
- **Pertencimento:** valorizar a força coletiva e o papel de cada agente e cidadão;
- **Inspiração:** mostrar o Superação SP como símbolo da capacidade do Estado de gerar novos começos.

Serão priorizados **vídeos curtos e narrativas multiplataforma**, com destaque para redes sociais de grande capilaridade (Instagram, TikTok, YouTube, WhatsApp e Facebook). A atuação digital integrará influenciadores regionais e comunitários, garantindo **capilaridade e legitimidade social**.

4. Comunicação Interna e Mobilização dos Agentes

Os **agentes de superação** são a alma do programa. São eles que transformam a política em presença, o discurso em escuta e a promessa em resultado. A comunicação interna

terá como propósito **fortalecer o senso de pertencimento, propósito e orgulho** entre os profissionais, estimulando o compartilhamento de práticas e a valorização das conquistas. Propõe-se a criação do movimento interno **"#EuFaçoAcontecer"**, com:

- Campanhas de reconhecimento e celebração das conquistas;
- Materiais de endomarketing e vídeos motivacionais;
- Ambientes digitais colaborativos para troca de experiências;
- Encontros e rodas de conversa presenciais e online.

Essa frente será essencial para manter viva a cultura de ação, engajamento e acolhimento que define o espírito do programa.

5. Integração Territorial e Parcerias Estratégicas

Por sua natureza transversal e social, o Superação SP exige uma comunicação **capilarizada e integrada**. Por isso, o plano prevê:

- O uso de **estruturas públicas estaduais** (Poupatempo, ETECs, FATECs, escolas estaduais, hospitais, Detran, restaurantes Bom Prato, entre outros) e de seus meios de comunicação proprietários (como as telas do metrô, por exemplo0 como **meios de difusão e visibilidade**;
- A **articulação com organizações da sociedade civil, universidades e lideranças comunitárias**, criando uma rede colaborativa de multiplicadores;
- A produção de **materiais segmentados** por território, adaptados à diversidade sociocultural paulista.

Essa dimensão ampliará o alcance e a legitimidade do programa, transformando o **Superação SP em uma presença viva nos territórios** e um símbolo da capacidade do Estado de agir com inteligência social.

SUBQUESITO 3. b) Ações a serem desenvolvidas pela contratada no âmbito da comunicação corporativa integrada

A campanha-mestra **"SUPERAR É AGIR: Transformando vidas, fortalecendo São Paulo."** será o eixo central de todas as ações de comunicação do Programa Superação SP. Com identidade narrativa própria e alta potência simbólica, ela unificará o relacionamento com os diferentes públicos e garantirá coerência entre as frentes de atuação, ampliando a visibilidade do programa e o reconhecimento da SEDS como protagonista de políticas públicas inovadoras e humanizadas.

Como marco inaugural da campanha, propõe-se a realização do **Seminário "Superar é Agir"**, reunindo especialistas nacionais e internacionais em políticas sociais, gestores

públicos, representantes de organizações da sociedade civil, agentes do programa e beneficiários. O evento — com cobertura da imprensa e presença de autoridades do Governo do Estado — funcionará como **ato de lançamento** e como plataforma de reflexão pública sobre o novo paradigma de superação baseado na **ação e na escuta**.

As ações serão estruturadas a partir dos cinco eixos definidos no item (a):

1. Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada

- Elaboração do **Plano Estratégico de Comunicação Integrada do Superação SP**, detalhando objetivos, públicos, indicadores de desempenho e cronograma;
- Diagnóstico inicial de imagem institucional e mapeamento de presença digital do programa e da Secretaria;
- **Criação do Comitê de Comunicação Integrada**, responsável por alinhar permanentemente as equipes da Secretaria, da assessoria e dos parceiros;
- Produção de **relatórios mensais de desempenho**, avaliando alcance, engajamento e percepção pública;
- Coordenação de **reuniões de alinhamento estratégico** com gestores e coordenações regionais;
- **Media training** para porta-vozes e agentes regionais, com foco em empatia, escuta ativa e narrativa humanizada;
- Curadoria e supervisão dos conteúdos editoriais e criativos, garantindo coerência com o conceito central da campanha;
- Elaboração de **mapa de influenciadores digitais e comunitários**, com foco em perfis que dialoguem com temas de vulnerabilidade, inclusão e protagonismo;
- Criação de **mailing segmentado** de veículos e jornalistas especializados em direitos humanos, inclusão social, economia solidária, assistência e cidadania;
- Organização de **reuniões de escuta** com redes parceiras (ONGs, conselhos municipais, entidades sociais) para alinhar expectativas e integrar a comunicação.

2. Assessoria de Imprensa e Relações Institucionais

- Planejamento e execução do **evento de lançamento "Superar é Agir"**, com ampla cobertura jornalística e presença de formadores de opinião;
- Definição de **calendário de pautas** e eventos temáticos para manter o programa em evidência ao longo do ano;
- Criação do **Banco de Pautas "Histórias de Superação"**, com identificação de personagens e experiências reais de transformação em todo o Estado;

- Produção de **releases, notas e artigos assinados** destacando os resultados do programa e o papel dos agentes;
- Organização de **entrevistas exclusivas** com beneficiários e gestores regionais, explorando o impacto humano das ações;
- Coordenação da iniciativa **"Superação por Dentro"**, que convidará jornalistas e influenciadores a acompanharem visitas de campo e histórias de vida;
- **Visitas a redações** e encontros presenciais ou virtuais com veículos estratégicos;
- Produção de **kits de mídia** (impressos e digitais) com textos, dados, QR Codes, vídeos e fotografias oficiais;
- Regionalização da comunicação em todas as **17 regiões administrativas do Estado**, com fontes locais e histórias específicas;
- Envio regular de **conteúdos para listas de jornalistas e influenciadores** via WhatsApp e Telegram;
- **Monitoramento em tempo real** da repercussão do programa na mídia tradicional e digital, com relatórios e alertas diários;
- Identificação de **apoiadores institucionais e parceiros de valor**, capazes de amplificar as mensagens do programa em suas próprias redes.

3. Comunicação Digital e Engajamento Social

A presença digital do Superação SP será organizada sob o conceito **"Superar é Agir"** e seguirá uma linha editorial de **humanização, pertencimento e mobilização**. O ecossistema digital envolverá os canais da Secretaria de Desenvolvimento Social, o site institucional do programa, as redes sociais e ambientes colaborativos de agentes e beneficiários.

Principais ações:

- Consolidação do **site do Superação SP** como **hub principal de comunicação**, reunindo histórias reais, vídeos, dados e resultados de impacto;
- Produção de **séries audiovisuais curtas** com depoimentos de participantes, agentes e parceiros ("Histórias que o Superação Transformou");
- Desenvolvimento da série **"Bastidores de Quem Age"**, mostrando o trabalho cotidiano dos agentes de campo;
- Campanha digital **"O que é Superar para você?"**, incentivando o público a compartilhar suas histórias de recomeço;
- Criação de **frames, stickers e selos digitais** com a identidade da campanha (#SuperarÉAgir, #EuFaçoAcontecer);

- Planejamento de **grade de postagens**:
  - **Instagram:** 1 post e 2 stories diários, com foco em histórias humanas e resultados concretos;
  - **TikTok:** 3 a 4 vídeos semanais com desafios, micro-histórias e bastidores inspiradores;
  - **Facebook:** 1 post diário voltado à mobilização comunitária e às ações regionais;
  - **YouTube:** 2 vídeos semanais com séries documentais e depoimentos;
  - **X (Twitter):** 1 a 2 posts diários com frases de impacto e dados rápidos;
  - **WhatsApp/Telegram:** boletins semanais de atualização e engajamento;
- Proposição à SECOM do uso coordenado das **redes do Governo do Estado** para amplificar as mensagens da campanha;
- Integração de **painéis interativos (Power BI)** ao site, mostrando transparência e dados em tempo real;
- Conexão por **QR Codes** entre o conteúdo físico (cartazes, folders etc) e o digital.

4. Comunicação Interna e Valorização dos Agentes

Os **agentes do Superação SP** são o coração do programa. A comunicação interna buscará engajá-los emocionalmente e valorizar suas trajetórias com as seguintes ações:

- Lançamento da campanha interna **"#EuFaçoAcontecer"**, com peças audiovisuais, depoimentos e materiais para redes internas;
- **Boletins informativos semanais** com atualizações, resultados e mensagens de reconhecimento;
- **Painel de Boas Práticas** — espaço digital colaborativo para troca de experiências e histórias inspiradoras entre equipes regionais;
- **Encontros virtuais mensais** com líderes e agentes de referência;
- Produção de **materiais motivacionais** (vídeos, podcasts e cards) com foco em empatia e orgulho de pertencimento;
- **Capacitações de comunicação** para agentes que lidam com o público.

5. Integração Territorial e Parcerias

- Utilização de **estruturas públicas do Estado** (Poupatempo, ETECs, FATECs, escolas, unidades de saúde, Detran, restaurantes Bom Prato) e seus meios de comunicação proprietários como **pontos de difusão e mobilização** da campanha;
- Parcerias com **organizações da sociedade civil, universidades e coletivos regionais**, fortalecendo o alcance territorial;

- Desenvolvimento de **kits de visibilidade regional** (faixas, banners, cartazes, folders e QR Codes);
- Criação de **painéis itinerantes "Superar é Agir"** para circulação em eventos públicos e espaços de grande fluxo;
- Articulação com **mídias locais e comunitárias** para garantir cobertura contínua;
- Ações conjuntas com programas sociais complementares (Bom Prato, Viva Leite, SP Acolhe etc.), reforçando a imagem de integração das políticas estaduais.

SUBQUESITO 4. c) Materiais a serem produzidos

A produção de materiais será coerente com a identidade visual e narrativa da campanha **"SUPERAR É AGIR"**, com conteúdos acessíveis, inclusivos e formato multiplataforma.

1. Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada

- **Plano Estratégico de Comunicação Integrada do Superação SP** - Documento orientador da campanha, com eixos, públicos, metas e indicadores.
- **Diagnóstico de Imagem e Relatórios de Monitoramento de Imprensa e Digital** Painéis de acompanhamento contínuo com métricas de alcance e engajamento.
- **Mapeamento de Presença Digital e Influenciadores Comunitários** Levantamento e categorização de perfis estratégicos em todo o Estado.
- **Mailings segmentados de imprensa e influenciadores** Organização de contatos por região e temática (vulnerabilidade, inclusão etc.).
- **Materiais para media training** - Apostilas, roteiros e vídeos de apoio para capacitação de porta-vozes e agentes regionais.
- **Relatórios executivos mensais e boletins de desempenho** Sínteses gráficas com resultados e recomendações estratégicas.

2. Assessoria de Imprensa e Relações Institucionais

- **Releases e Press Kits Multimídia** - Kits para eventos, entrevistas e visitas de campo, com textos, dados, fotos e QR Codes direcionando a painéis interativos.
- **Sala de Imprensa Virtual "Superar é Agir"** - Ambiente digital com acesso público a releases, notas, fotos, vídeos, áudios e boletins de atualização.
- **Conteúdos Multimídia para divulgação espontânea e institucional:** Vídeos curtos e entrevistas de beneficiários e agentes; Cards, fotos e trilhas sonoras originais; Infográficos e podcasts temáticos sobre políticas sociais e inovação.
- **Banco de Pautas "Histórias de Superação"** - Base de dados com personagens e experiências reais para oferta constante de pautas à mídia.

- **Artigos de opinião e editoriais assinados** -Produzidos em parceria com especialistas, gestores e lideranças comunitárias.
- **Newsletters institucionais** - Distribuição mensal para jornalistas, formadores de opinião e parceiros institucionais.
- **Kits de mídia para eventos e coletivas** - Incluindo releases, imagens, folders, QR Codes e peças de apoio à imprensa.

3. Comunicação Digital e Engajamento Social

- **Série documental "Histórias que o Superação Transformou"** -Vídeos de 1 a 3 minutos (feed e reels) com trilha original, legendas e audiodescrição.
- **Série "Bastidores de Quem Age"** - Mini-entrevistas em vídeo e cards valorizando os agentes e técnicos que atuam no campo.
- **Série "O que é Superar para Você?"** - Vídeos colaborativos e reels com depoimentos espontâneos da população e de beneficiários.
- **Reels e TikToks criativos** - Produzidos com base em trends, desafios regionais, bastidores e cenas inspiradoras.
- **Cards "Você Sabia?"** - Publicações informativas sobre resultados, dados e curiosidades do programa.
- **Infográficos e vídeos animados explicativos** - Destinados a apresentar o funcionamento e os impactos do programa.
- **Álbuns fotográficos e galerias visuais** - Publicação periódica no Flickr e no Facebook, com legendas narrativas.
- **Frames personalizados, stickers e selos digitais** - Peças para uso em stories e perfis de redes sociais com as hashtags #SuperarÉAgir e #EuFaçoAcontecer.
- **Boletins digitais semanais** - Conteúdos informativos e motivacionais distribuídos por WhatsApp e Telegram.
- **Peças digitais para redes do Governo do Estado** - Banners, cards, motion graphics e vídeos compatíveis com Instagram, TikTok, YouTube e LinkedIn.
- **Painéis interativos (Power BI) com QR Codes** - Exposição dos resultados e impactos em tempo real, conectando transparência e engajamento.

4. Comunicação Interna e Valorização dos Agentes

- **Campanha interna "#EuFaçoAcontecer"** - Peças visuais, vídeos e depoimentos de agentes e gestores.
- **Boletins semanais de integração** - Mensagens da coordenação, resultados e histórias inspiradoras.

- **Materiais de apoio para fóruns de escuta e capacitações** - Apresentações, roteiros de dinâmicas e cartilhas motivacionais.
- **Vídeos de reconhecimento e valorização profissional** - Produções curtas destacando conquistas e boas práticas.
- **Murais físicos e digitais de histórias reais** - Espaços para compartilhamento de experiências e mensagens de incentivo.
- **Podcast interno "Superar é Agir no Campo"** - Episódios quinzenais com relatos e entrevistas de agentes em diferentes regiões do Estado.

5. Integração Territorial e Visibilidade Pública

- **Kits de visibilidade regional** - Faixas, banners, cartazes e totens com QR Codes direcionando para conteúdos digitais.
- **Painéis itinerantes "Superar é Agir"** - Exposições móveis com fotos, dados e histórias reais de superação.
- **Folders e materiais impressos de apoio** - Produzidos em linguagem simples e inclusiva, com versões em Braille e digital acessível.
- **Peças de ambientação visual para eventos e seminários** - Backdrops, painéis, cenografia e materiais promocionais.
- **Campanha sonora e spots de rádio comunitária** - Pílulas com mensagens de engajamento e informação cidadã, distribuídas em rádios locais.

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

Semana	Gerência e Planejamento	Assessoria Imprensa	Comunicação Digital	Comunicação Interna	Integração e Visibilidade
1	Seminário "Superação SP". Apresentação do plano e media training.	Coletiva de lançamento. Press kit e banco de pautas.	Postagens de boas-vindas. Início da séria **"Histórias Recomeçam".**	Campanha **#FaçoParte;** valores e propósito compartilhados.	Ativação do seminário. Divulgação em canais locais.
2	Mapeamento de presença digital e diagnóstico de imagem.	Entrevistas exclusivas. Releases regionais.	"Quem Cuida, Transforma". Cards "Você Sabia?".	Boleti e vídeo de motivação. Escuta com equipes.	Mapeamento de agentes locais. Ações engajamento
3	Checkpoint com as frentes. Curadoria de conteúdos e alinhamento de narrativas.	Áudios e podcasts "Ouça a Superação". Busca ativa de pautas.	Episódios **"Trajetórias de Mudança".** Campanha **#Superar ÉPossível**	Histórias inspiradoras das equipes de campo. Destaque aos bastidores.	Criação de rede territorial; boas práticas regionais.

4	Revisão de plano e ajustes nas ações. Reunião de integração entre núcleos.	Busca ativa de mídia. Envio a listas.	Série "Bastidores da Mudança". Depoimentos emocionais.	Painel de reconhecimento e feedback positivo das equipes.	Entrevistas com beneficiários. Divulgação cruzada.
5	Relatório parcial e reorganização de fluxos. Integração com programas da Secretaria.	Envio de materiais e resultados parciais regionais.	Reels e vídeos colaborativos com agentes e beneficiários.	Mensagens de agradecimento e destaque de impacto coletivo.	Articulação regional. Estímulo à cobertura de resultados.
6	Refinamento de processos e análise de métricas digitais.	Busca ativa de mídia. Envio a formadores de opinião.	Campanha **"Da Busca ao Recomeço"**. Cards com resultados.	Galeria de fotos da equipe e painel interno com resultados.	Campanha de integração com relatos de impacto comunitário.
7	Revisão final de conteúdos e preparação do encerramento.	Pautas de encerrament, entrevistas e cases.	Postagens com melhores momentos de transformação.	Boletim reta final. Histórias de superação de equipes.	Consolidação das ações e mapa de impacto.
8	Relatório de desempenho e reunião de retrospectiva.	Artigo de balanço final. Galeria de fotos e vídeos.	Vídeo final com resultados e depoimentos. Enquetes e feedbacks.	Vídeo de agradecimento da coordenação. Celebração do trabalho coletivo.	Apresentação do **Mapa da Superação** com resultados.

Item	Descrição	Quantidade	Valor total
	Estratégia de comunicação		
1	Gerência, planejamento e coordenação de comunicação integrada - altíssima complexidade	1	R$ 47.000,00
2	Análise de imagem	1	R$ 52.000,00
	Assessoramento		
3	Assessoria de imprensa e comunicação interna - baixa complexidade	2	R$ 38.000,00
	Produção, organização e gestão de banco de imagens		
4	Produção, seleção e edição de fotografia e gestão de banco de imagens	4	R$ 39.600,00
5	Captação de imagens em vídeo	4	R$ 48.000,00
6	Edição de imagens em vídeo para redes sociais	10	R$ 50.000,00
	Treinamento		
7	Planejamento e execução de media training - baixa complexidade	1	R$ 30.000,00
	Comunicação digital		
8	Diagnóstico e mapeamento de presença digital	1	R$ 11.150,00
9	Planejamento, gestão e criação de conteúdo para as mídias sociais baixa complexidade	1	R$ 15.000,00
10	Design gráfico - baixa complexidade	1	R$ 15.000,00
		Total:	**R$ 345.750,00**

SUBQUESITO 5. OPORTUNIDADES DE MÍDIA POSITIVA

A proposta da **Fator F Inteligência em Comunicação** estrutura três grandes eixos de oportunidades voltados à geração de percepção positiva, fortalecimento institucional e ampliação do engajamento social. O objetivo é **construir uma narrativa pública coerente, sensível e inspiradora**, que traduza a política de desenvolvimento social como um projeto de dignidade, autonomia e reconstrução de vínculos humanos.

Esses três eixos — **Histórias de Superação, Comunicação Digital Afetiva e Integração Territorial** — se complementam em uma estratégia contínua de visibilidade pública e mobilização emocional, envolvendo imprensa, redes sociais, equipes de campo e a sociedade civil.

1. Histórias de Superação: o impacto humano das políticas sociais

O primeiro eixo se dedica a mostrar, com profundidade e empatia, **o efeito real das políticas públicas na vida das pessoas**. A proposta é valorizar o cidadão como protagonista da própria transformação, destacando trajetórias de superação que revelam o alcance social e simbólico do programa. São histórias de quem rompeu ciclos de vulnerabilidade, reconstruiu vínculos familiares, iniciou um pequeno negócio, voltou a estudar ou passou a exercer papel de liderança na comunidade.

A estratégia prevê a produção de **séries multimídia e conteúdos jornalísticos regionais**, com reportagens, vídeos curtos, cards e podcasts distribuídos nos canais institucionais e na imprensa. Cada peça trará o olhar humano da política pública, reforçando a presença concreta do Estado e inspirando confiança na sua atuação.

Síntese reputacional: Ao dar rosto e voz aos beneficiários, a comunicação transforma o programa em **símbolo de esperança ativa**. O Governo do Estado é percebido como parceiro do cidadão e não como gestor distante — um Estado que acolhe, estimula e confia na capacidade das pessoas de recomeçar.

2. Comunicação Digital Afetiva: presença inspiradora e engajamento emocional

O segundo eixo posiciona os ambientes digitais como **centro vivo da reputação pública** do programa. Mais do que divulgar informações, as redes sociais devem emocionar, aproximar e gerar pertencimento. Com uma lógica 360° e linguagem omnichannel, a Fator F propõe um ecossistema digital integrado, onde cada plataforma cumpre papel específico na **amplificação da empatia e da credibilidade**.

No Instagram e TikTok, predominam conteúdos de impacto emocional — reels com histórias reais, bastidores do trabalho social, desafios, curiosidades e vídeos colaborativos

com agentes de campo. O YouTube abriga séries documentais e entrevistas; o X (Twitter) e o Facebook concentram cards de resultados e campanhas institucionais. As hashtags **#EuFaçoParte**, **#HistóriasQueTransformam** e **#RedeSPQueCuida** reforçam o senso de movimento coletivo, estimulando o compartilhamento orgânico de experiências.

Síntese reputacional:

Essa presença digital afetiva cria uma **rede de identificação e orgulho coletivo**, conectando servidores, beneficiários e cidadãos. Ao unir estética contemporânea, emoção e transparência, o programa consolida sua imagem como uma política pública moderna, humana e inspiradora — que faz da empatia sua principal força comunicativa.

3. Integração Territorial e Comunicação Interna: vozes locais e pertencimento institucional

O terceiro eixo reconhece que **a credibilidade de uma política pública nasce da ponta**, no encontro entre Estado e território. Por isso, a comunicação valoriza as equipes locais, os agentes comunitários e os parceiros municipais como **embaixadores da transformação social**. Eles são o elo entre a política e o cotidiano das pessoas — e sua escuta, valorização e protagonismo comunicacional são determinantes para o sucesso do programa.

Serão implementadas ações integradas de **comunicação interna e territorial**, com boletins regionais, painéis de resultados, rodas de conversa, vídeos de agradecimento e campanhas de reconhecimento simbólico. A imprensa regional e comunitária também será mobilizada para divulgar histórias locais e exemplos de impacto coletivo, fortalecendo o sentimento de pertencimento entre equipes e comunidades.

Síntese reputacional:

Ao fazer dos servidores e agentes locais **porta-vozes da transformação**, a comunicação fortalece a confiança institucional e consolida uma rede orgânica de credibilidade. O Governo do Estado se projeta como um ator **presente, colaborativo e emocionalmente próximo dos territórios**, que não apenas executa políticas, mas constrói pertencimento e sentido coletivo.

Com essa arquitetura integrada — **histórias reais, presença digital afetiva e capilaridade territorial** — o **Superação SP** se afirma como **marca pública de empatia e emancipação**, fortalecendo a imagem do Governo do Estado como agente de cuidado, inclusão e transformação social sustentável.

SUBQUESITO 6. IDENTIFICAÇÃO DE RISCOS DE IMAGEM

O sucesso do **Programa de Desenvolvimento Social SP** depende da adesão dos públicos internos, da articulação com os territórios e da confiança da população nas políticas públicas de inclusão e emancipação. A comunicação estratégica, nesse contexto, precisa antecipar ruídos, alinhar percepções e proteger a credibilidade do Governo do Estado. Três riscos principais se destacam — e, em cada um deles, a comunicação tem papel decisivo de mitigação e fortalecimento institucional.

1. Invisibilidade das ações e resultados

Por lidar com impactos humanos e comunitários de médio prazo, o desenvolvimento social enfrenta o risco de **invisibilidade pública**. Os resultados — como fortalecimento de vínculos familiares, inserção produtiva e aumento da autoestima — são transformadores, mas muitas vezes **não são percebidos pelo cidadão comum** nem pela imprensa. Essa ausência de visibilidade pode gerar a falsa impressão de baixa efetividade das políticas sociais.

Mitigação:

A comunicação deve **tornar visível o invisível**, transformando dados e processos em histórias reais. Séries audiovisuais, minidocumentários e painéis digitais apresentarão resultados em linguagem acessível e emocional, unindo números a rostos e trajetórias de superação. Dessa forma, o Governo se posiciona como **agente presente e sensível**, que entrega não apenas políticas, mas resultados humanos. Ao iluminar conquistas e trajetórias, a comunicação consolida a imagem de um Estado comprometido com a transformação concreta da vida das pessoas.

2. Percepção de assistencialismo ou paternalismo

Outro risco é a **interpretação reducionista** do programa como ação assistencialista, centrada na dependência e não na emancipação. Essa leitura distorce o sentido da política pública, que se baseia na promoção da autonomia e da cidadania ativa. Quando a narrativa enfatiza apenas o "apoio", sem destacar o protagonismo dos beneficiários, pode reforçar estigmas e diminuir o valor institucional do programa.

Mitigação:

A estratégia comunicacional da Fator F atua para **ressignificar o papel do Estado**: o Governo é o facilitador de oportunidades, e o cidadão, o protagonista da própria trajetória. Campanhas como **"Vidas que Superam"** e **"Histórias que Transformam"** mostrarão pessoas que, com o apoio do programa, reconstruíram suas vidas e ampliaram sua

autonomia. Essa abordagem emocional e inspiradora fortalece a reputação do Governo como promotor de dignidade e futuro, não de dependência — consolidando o **Desenvolvimento Social SP** como símbolo de empoderamento e valorização humana.

3. Ruídos de articulação entre Governo e territórios

A execução descentralizada e o envolvimento de múltiplos parceiros — prefeituras, conselhos, OSCs e lideranças locais — podem gerar **desalinhamentos comunicacionais**. Mensagens divergentes sobre critérios, prazos ou resultados comprometem a unidade narrativa e podem ser amplificadas por redes sociais ou imprensa, impactando a imagem institucional.

Mitigação:

A proposta prevê uma **comunicação territorial integrada**, com canais diretos de escuta e devolutiva, materiais padronizados e encontros regionais de alinhamento. A linguagem será clara, empática e visual, garantindo que gestores e agentes comunitários falem "a mesma língua". O monitoramento de mídia e redes atuará de forma preventiva, identificando ruídos e promovendo respostas rápidas e humanizadas. Assim, a comunicação se torna um **instrumento de coesão e confiança**, fortalecendo a percepção do Governo como parceiro próximo, articulado e comprometido com as realidades locais.

Com essa arquitetura de comunicação — clara, emocional e territorialmente conectada — o **Desenvolvimento Social SP** se consolida como uma política pública exemplar: **visível em seus resultados, reconhecida por seu caráter emancipatório e legitimada pela escuta ativa dos territórios e das pessoas que transforma.**

QUESITO 2 – ANÁLISE DIÁRIA DE IMAGEM DO CONTEÚDO PUBLICADO

A nossa amostra analisou 80 matérias distribuídas em 24 dias, de 20 de maio de 2025 a 24 de julho de 2025. A cobertura sobre o SuperAção SP foi, no geral, positiva, mas com problemas que não dá para ignorar. Portais de serviço e veículos regionais deram espaço qualificado, explicaram o passo a passo, reforçaram a ideia de inclusão produtiva e ajudaram a aproximar o programa das pessoas. Já na Folha de S.Paulo, sobretudo nas notas do Painel e na reportagem sobre orçamento, o enquadramento foi desfavorável e repetido. Faltou contexto sobre o modelo intersetorial e sobre o caráter inicial do aporte. Isso puxou repercussões negativas em outros lugares e mostrou um ponto frágil na nossa comunicação.

Este diagnóstico pede duas coisas em paralelo. A primeira é disciplina de clipping. Olhar todos os dias, cedo e ao longo do dia, não só os grandes veículos, mas também rádios e portais regionais. O clipping atento antecipa críticas, capta tendências, orienta respostas e abre oportunidades de serviço. A segunda é presença técnica constante. Precisamos abastecer a imprensa com dados claros e regulares: orçamento, metas, cronograma, entregas intermediárias. Quanto menos lacuna, menos espaço para leituras tortas.

O caminho para melhorar está aí. Fortalecer as falas da secretária Andrezza Rosalém e de especialistas parceiros em entrevistas, artigos e visitas às redações. Fazer encontros editoriais com kits visuais simples: infográficos, perguntas e respostas, exemplos reais, mapa de municípios e agentes. Manter um fluxo contínuo de informações, com planejamento editorial, produção jornalística própria e apoio a agendas públicas. Turbinar o trabalho com rádios e veículos regionais, enviando releases segmentados, boletins curtos e radio releases completos, com lauda e sonoras. Publicar balanços quinzenais de execução. E, quando houver distorção relevante, conversar com chefias de redação e registrar a correção com respeito e firmeza.

Com mais precisão, mais presença técnica e mais constância de informação, a narrativa se recompõe, os ruídos caem e o programa ganha corpo perante a imprensa e a sociedade. É assim que a gente consolida o SuperAção SP e entrega o essencial: "superar é agir, transformando vidas, fortalecendo São Paulo", que é o mote que propomos na proposta técnica.

Data: 19/05/2025

Auditoria: 1 matéria (exclusiva)

Análise:

A matéria "Governo de SP lança programa que pretende tirar 35 mil famílias da pobreza em 2 anos", publicada pela *Folha de S.Paulo*, apresentou com destaque o lançamento do **Programa SuperAção SP**, executado pela Secretaria de Desenvolvimento Social sob coordenação da secretária Andrezza Rosalém. A reportagem, fruto de exclusiva concedida ao veículo, descreve o programa como iniciativa intersetorial envolvendo nove secretarias e investimento inicial de R$ 500 milhões, com meta de retirar 35 mil famílias da pobreza em dois anos. O texto detalha os dois percursos de atendimento (Proteção Social e Superação da Pobreza), a metodologia de planos personalizados, a presença dos Agentes de Superação e o uso de monitoramento por georreferenciamento.

A *Folha* enquadrou o tema de forma técnica e propositiva, reforçando o caráter inovador e emancipatório da política pública, apoiada em referências de organismos internacionais (Pnud, BID e J-PAL/MIT). O texto evita conotações assistencialistas, evidenciando integração de políticas já existentes e foco em inclusão produtiva. A narrativa posiciona o governador Tarcísio de Freitas como gestor de um programa baseado em evidências, com visão de longo prazo e potencial de legado social. A reportagem ainda inclui opiniões de especialistas como Paulo Tafner (IMDS), que reforça a importância do modelo descentralizado e sua capacidade de mudar o perfil de vulnerabilidade no Estado. O tom geral é positivo, com linguagem informativa e dados concretos sobre a execução e o alcance da política.

Pontos positivos:

- Cobertura de alto valor reputacional, em veículo de referência nacional.
- Ênfase na inovação, no planejamento e na cooperação entre secretarias e municípios.
- Associação do governo a práticas baseadas em evidências e a referências internacionais.
- Clareza de metas e transparência nos recursos e beneficiários.
- Presença de porta-voz técnica qualificada, com fala coerente e didática.
- Exposição positiva do governador Tarcísio como líder de um modelo de superação via trabalho e autonomia.

Riscos à imagem:

- Possibilidade de interpretação assistencialista por segmentos da opinião pública, caso os benefícios monetários sejam destacados sem contexto de contrapartidas e capacitação.
- Meta de 35 mil famílias em dois anos pode gerar expectativas e cobranças de resultado em curto prazo.
- Dependência da continuidade política ("caso o próximo governador mantenha o programa") abre margem para discurso de fragilidade institucional.
- Imagem de pessoa em situação de rua na ilustração pode distorcer a percepção do público-alvo do programa.
- Uso de monitoramento georreferenciado exige comunicação clara sobre proteção de dados para evitar ruídos de privacidade.

Ações da assessoria de imprensa:

1. **Consolidar narrativa de emancipação:** orientar porta-vozes a reforçar que a transferência é instrumento de inclusão produtiva e capacitação, não fim em si.
2. **Criar Q&A de serviço** para veículos explicando critérios, percursos, metas e condicionalidades do programa.
3. **Disponibilizar painel público de monitoramento** com indicadores de famílias atendidas, etapas concluídas e taxa de inserção no mercado formal.
4. **Produzir op-ed técnico da secretária Andrezza Rosalém** em veículo de economia ou sociedade, reforçando os conceitos de inclusão produtiva e autonomia familiar.
5. **Expandir a cobertura regional**, com releases por regiões administrativas e destaque a parcerias municipais.
6. **Realizar media day** em centros de referência (visitáveis por imprensa) para apresentar famílias participantes e agentes sociais.
7. **Antecipar respostas a críticas de assistencialismo**, com dados de frequência em cursos, número de empregos gerados e redução de dependência de benefícios.
8. **Comunicar garantias de LGPD e sigilo de dados** no monitoramento digital das famílias.
9. **Fixar mensagem-guia "Superar é agir"** como síntese oficial da política de autonomia e trabalho, reforçando o alinhamento institucional das secretarias.

Data: 20/05/2025

Auditoria: 18 matérias (amostra relevante da repercussão nacional e regional)

Análise:

O lançamento do **Programa SuperAção SP**, em 20 de maio, obteve ampla visibilidade nos principais veículos de imprensa do país, consolidando uma imagem positiva do Governo de São Paulo e do governador Tarcísio de Freitas como promotores de uma política pública estruturada, técnica e inovadora. A amostra — composta por rádios, TVs e portais de grande alcance — revela predomínio de abordagem informativa, com destaque para o caráter intersetorial, o investimento de R$ 500 milhões e o potencial de atendimento a 105 mil famílias.

Veículos como *CBN, BandNews, Record TV, Veja SP* e *Revista Oeste* enfatizaram a amplitude e a integração do programa, reforçando sua lógica de **inclusão produtiva** e de **superação da pobreza por meio do trabalho**. A *CNN Brasil* ampliou o enquadramento positivo ao apresentar Tarcísio como gestor equilibrado e pragmático, valorizando o discurso "dar o peixe e ensinar a pescar", uma síntese eficaz da proposta do programa.

Parte da cobertura, porém, introduziu leituras simbólicas. *O Globo*, *Exame* e *Folha de S.Paulo* trataram o SuperAção como um possível "contraponto a Lula", deslocando a narrativa para a disputa política nacional. Já *Estadão Conteúdo*, replicado por *UOL, Terra* e *O Povo*, enfatizou o tom religioso do discurso do governador ("o mais importante é a fé de que podemos superar a pobreza") e o autodeclínio de que seria "o melhor programa do Brasil". Esses recortes não desconstroem a política, mas geram ruído junto a públicos que preferem a separação entre fé e gestão.

No conjunto, a cobertura foi **amplamente positiva**, com credibilidade reforçada pela diversidade de veículos e pela coerência entre discurso e proposta técnica. O programa foi percebido como **estruturante, duradouro e inovador**, enquanto o governador ganhou projeção como líder com agenda social consistente e não assistencialista. A amostra é relevante e sinaliza bom início de construção de imagem institucional para o SuperAção SP.

Pontos positivos:

- Ampla exposição nacional com abordagem predominantemente favorável.
- Ênfase em planejamento, intersetorialidade e foco na emancipação produtiva.

- Posicionamento de Tarcísio como gestor moderno e sensível à pauta social.
- Boa qualidade técnica das matérias em rádio e TV, com linguagem acessível e didática.

Riscos à imagem:

- Discurso religioso pode ser interpretado como mistura entre fé e política, fragilizando a comunicação com públicos de centro e seculares.
- Comparações com o Bolsa Família abrem margem a enquadramentos de disputa política.
- Frases autocelebratórias ("melhor programa do Brasil") podem não ser o caminho para uma construção sólida.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Ajustar a narrativa institucional**: reforçar o discurso técnico de superação da pobreza via autonomia e inclusão produtiva, substituindo metáforas religiosas por expressões ligadas à capacidade de trabalho e formação.
- **Consolidar porta-vozes técnicos**: valorizar a secretária Andrezza Rosalém e especialistas parceiros (Pnud, BID, J-PAL), equilibrando emoção e método.
- **Produzir síntese de resultados em linguagem acessível** para rádios, redes e jornais regionais, demonstrando impacto concreto e continuidade da política.
- **Articular artigos e entrevistas de análise técnica** sobre inclusão produtiva e personalização de atendimentos, reforçando o pioneirismo paulista sem comparações com programas federais.
- **Gerar "vacina narrativa"**: em futuras falas, Tarcísio deve associar fé a confiança nas pessoas e nas políticas públicas, evitando tom proselitista.

Data: 21/05/2025

Auditoria: 15 matérias (amostra relevante de repercussão nacional e regional)

Análise:

O segundo dia de cobertura do **Programa SuperAção SP** confirmou o forte impacto midiático do lançamento, com **predomínio de matérias positivas** e ampla difusão em rádios, TVs e portais. A amostra demonstra que o programa manteve o interesse da imprensa e se consolidou como política pública de destaque nacional, com enquadramento informativo e boa recepção geral.

As principais emissoras — *CBN, BandNews, Jovem Pan, Record News* e *TV Diário* — reforçaram o caráter social e técnico da iniciativa, destacando o investimento de R$ 500 milhões, a meta de retirar 35 mil famílias da pobreza e o atendimento a 105 mil lares. A linguagem acessível e os depoimentos curtos ajudaram a fixar o programa como **ação concreta de governo**, ancorada em inclusão produtiva e planejamento.

Na *CNN Brasil*, o tema seguiu em evidência. Os telejornais *Agora CNN* e *Expresso CNN* mantiveram o tom institucional, enquanto a análise de *Pedro Venceslau* definiu o SuperAção SP como "vitrine para Tarcísio de Freitas". O enquadramento reconhece o sucesso político e comunicacional do governador, ainda que sugira projeção pessoal. A leitura, porém, é globalmente positiva: apresenta Tarcísio como liderança de centro, com agenda social consistente e capacidade de execução.

Nos impressos, *Folha de S.Paulo* e *O Globo* voltaram a mencionar comparações com o Bolsa Família e referências religiosas no discurso do lançamento, mas de forma descritiva, sem carga negativa. A *UOL* trouxe contraponto relevante ao destacar a fala da secretária **Andrezza Rosalém**, que negou rivalidade com o programa federal e explicou o caráter complementar da ação paulista — ponto que fortalece a narrativa institucional e mitiga ruídos.

De modo geral, o SuperAção SP segue sendo percebido como **programa estruturado, moderno e humanizado**, com foco em resultados e governança. A amostra reforça a imagem de um governo que atua de forma integrada, sustentada por evidências e sensível à realidade social do Estado.

Pontos positivos:

- Manutenção do alto volume de cobertura positiva em veículos nacionais e regionais.
- Ênfase em planejamento, metas e abrangência estadual.
- Linguagem clara nas rádios e TVs, com boa didática e tom de serviço.
- Participação da secretária Andrezza Rosalém reforçando o caráter técnico e institucional.

  Percepção crescente de Tarcísio como gestor inovador e sensível à pauta social.

Riscos à imagem:

- Persistência de menções à religiosidade do lançamento, ainda que pontuais.
- Comparações com o Bolsa Família mantêm margem de disputa política entre esferas.
- Leituras que tratam o programa como "vitrine" pessoal podem gerar cobrança precoce por resultados.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Consolidar o discurso técnico e cooperativo**, reforçando que o programa é complementar a políticas nacionais e centrado em inclusão produtiva.
- **Ampliar a presença de porta-vozes técnicos**, especialmente a secretária Andrezza Rosalém e gestores regionais, equilibrando emoção e método.
- **Converter a visibilidade em informação pública útil**, com materiais de serviço explicando o passo a passo do programa e os critérios de adesão.
- **Reforçar a narrativa de continuidade**, destacando o caráter permanente e estruturante da política, conforme diretrizes da proposta técnica.
- **Ajustar o discurso do governador** para vincular fé e confiança na capacidade do povo e nas políticas públicas, evitando interpretações religiosas.

Data: 23/05/2025

Auditoria: 3 matérias (amostra representativa do aprofundamento da cobertura)

Análise:

A cobertura do dia 23 demonstra que o **Programa SuperAção SP** ultrapassou o ciclo de lançamento e consolidou presença estável na imprensa, com publicações que exploram seus diferenciais técnicos e territoriais. A amostra — com matérias do *Guarulhos Hoje*, *Rádio POP Aparecida* e um artigo no *JOTA* — revela **repercussão qualitativa e diversificada**, reunindo veículos de alcance local, regional e nacional.

O *Guarulhos Hoje* destacou o **atendimento personalizado às famílias** como diferencial do programa, reforçando o protagonismo dos agentes sociais e a jornada individualizada de superação. O veículo regional cumpre papel essencial de **capilarização da política pública**, aproximando o conteúdo do público-alvo e fortalecendo o reconhecimento comunitário da iniciativa. Essa comunicação de proximidade está em total consonância com a proposta técnica, que prevê valorização dos meios locais como parte da estratégia de difusão e credibilidade.

A *Rádio POP Aparecida* manteve tom informativo e equilibrado, apresentando as explicações do governador **Tarcísio de Freitas** sobre os objetivos e a execução do programa. O conteúdo contribui para fixar a narrativa de **coordenação entre secretarias e municípios**, destacando o investimento em inclusão produtiva sem ruídos religiosos ou comparativos.

O artigo publicado pelo *JOTA*, *"Superar a pobreza exige coordenação, não apenas transferência de renda"*, consolidou o enquadramento técnico do tema ao inserir o SuperAção SP no debate nacional sobre políticas públicas. O texto destaca a importância de políticas integradas e orientadas por resultados, reforçando a coerência da iniciativa paulista com boas práticas internacionais.

No conjunto, o dia 23 evidencia **maturidade e diversificação da cobertura**: veículos regionais ampliam legitimidade social, enquanto meios especializados consolidam credibilidade técnica.

Pontos positivos:

- Consolidação da narrativa técnica, com foco em atendimento personalizado e coordenação.

- Reforço do papel de veículos regionais na aproximação com o público e valorização territorial.
- Presença de análise qualificada em meio especializado (*JOTA*), elevando a credibilidade do programa.
- Discurso do governador mais institucional e alinhado à proposta de gestão baseada em resultados.
- Amostra que demonstra equilíbrio entre alcance popular e chancela técnica.

Riscos à imagem:

- Necessidade de manter ritmo de atualização para não perder espaço na mídia após o lançamento.
- Eventuais comparações com programas federais podem reaparecer em análises políticas.
- Cobrança de resultados práticos se o governo não comunicar entregas intermediárias.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Reforçar o valor estratégico dos veículos regionais**, com agenda permanente de relacionamento e envio segmentado de releases por região administrativa.
- **Ampliar o repertório de histórias locais** (famílias e agentes) para consolidar a dimensão humana e territorial do programa.
- **Produzir boletins de atualização quinzenal** com dados de adesão e acompanhamento, alimentando tanto grandes veículos quanto rádios e portais municipais.
- **Manter o equilíbrio entre técnica e proximidade**, garantindo que os porta-vozes comuniquem resultados de forma simples e acessível.

Data: 26/05/2025

Auditoria: 2 matérias (repercussão qualificada nacional e regional)

Análise:

O dia 26 marcou um momento de **grande conquista comunicacional** para o Governo de São Paulo: a publicação do artigo *"Todos pela superação da pobreza"*, assinado pelo governador **Tarcísio de Freitas** na *Folha de S.Paulo*, um dos espaços de opinião mais prestigiados da imprensa brasileira. O texto posiciona o governador como liderança com visão social estruturada e capacidade de formulação, apresentando o **SuperAção SP** como política pública de inclusão produtiva, com foco em resultados, coordenação intersetorial e protagonismo das famílias.

A escolha da *Folha* como veículo amplia a legitimidade nacional do programa e o insere no debate sobre políticas de combate à pobreza, elevando o tom da comunicação de "lançamento de programa" para "proposta de política de Estado". A abordagem do artigo é equilibrada e institucional, sem personalismo, reforçando o compromisso do governo com a emancipação e a autonomia econômica das famílias mais vulneráveis. O espaço editorial também sinaliza credibilidade junto à elite formadora de opinião e contribui para consolidar o governador como referência em gestão social.

A segunda publicação do dia, no *O Regional Online*, apresenta o texto *"SuperAção SP: entenda como funciona o programa do Governo de SP para romper o ciclo de pobreza no estado"*. A matéria tem tom explicativo, linguagem de serviço e foco didático. Destaca o investimento inicial de R$ 500 milhões, os dois percursos de atendimento (Proteção Social e Superação da Pobreza) e a personalização do acompanhamento. Essa cobertura regional cumpre papel essencial na **capilarização da política**, traduzindo o conteúdo técnico em informação útil à população.

O conjunto das duas matérias reforça o amadurecimento da comunicação sobre o programa. A *Folha* garante projeção nacional e chancela de credibilidade; o *O Regional* amplia a base territorial e aprofunda a compreensão prática do público. Ambas reforçam o tom positivo que o SuperAção SP vem acumulando desde o lançamento, agora com maior consistência e equilíbrio entre técnica e proximidade humana.

Pontos positivos:

26

- Conquista de espaço qualificado na seção de opinião da *Folha de S.Paulo*, fortalecendo o posicionamento do governador como formulador de políticas sociais.
- Comunicação clara e institucional sobre metas e fundamentos do programa, com linguagem voltada ao diálogo público.
- Reforço de capilaridade com cobertura regional em veículo local, importante para difusão do programa no interior.
- Tom equilibrado e técnico, sem ruídos religiosos ou políticos.

Riscos à imagem:

- Expectativas elevadas após artigo de grande repercussão exigem continuidade de comunicação e entregas concretas.
- A presença exclusiva do governador como autor pode gerar cobrança de outras vozes e dados de implementação.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Estimular novos artigos de opinião** em veículos estratégicos, assinados por porta-vozes técnicos e gestores (como secretários e coordenadores do programa), ampliando o repertório institucional e a diversidade de vozes.
- **Organizar visitas do governador e equipe a redações** de grandes jornais e emissoras, para apresentar detalhadamente os eixos do SuperAção SP e fortalecer o relacionamento com colunistas e editores de política e economia.
- **Promover encontros temáticos com jornalistas e formadores de opinião**, em formato de café da manhã ou briefing técnico, para aprofundar o entendimento sobre o funcionamento do programa e reforçar sua dimensão social e de resultados.

Data: 27/05/2025

Auditoria: 1 matéria (artigo impresso na *Folha de S.Paulo*)

Análise:

A publicação do artigo *"Todos pela superação da pobreza"* na edição impressa da *Folha de S.Paulo* ampliou a relevância do conteúdo já veiculado na versão online. O texto de autoria do governador **Tarcísio de Freitas** apresenta o **SuperAção SP** como política pública inédita, estruturada sobre a coordenação de secretarias, fortalecimento do Suas e atendimento individualizado às famílias em vulnerabilidade.

A presença no impresso reforça o alcance junto a formadores de opinião, lideranças políticas, empresários e especialistas em políticas sociais. O texto é claro, assertivo e equilibrado: combina diagnóstico, dados, propósito e execução, projetando São Paulo como Estado inovador e humano na condução de políticas públicas.

Ao defender que "é preciso dar o peixe e ensinar a pescar", o governador estabelece um discurso de equilíbrio entre assistência imediata e inclusão produtiva, narrativa simples, popular e eficaz, que traduz o espírito do programa. O artigo consolida a imagem de Tarcísio como gestor técnico e empático, comprometido com soluções de longo prazo e políticas de emancipação.

Pontos positivos:

- Espaço de alto prestígio na *Folha de S.Paulo* impressa, reforçando credibilidade e amplitude da mensagem.
- Discurso propositivo, com clareza de dados e metas.
- Linguagem acessível e foco em dignidade, autonomia e transparência.

Riscos à imagem:

- A concentração da comunicação no governador pode gerar percepção de falta de corroboração técnica caso outros porta-vozes não reforcem o discurso.
- A boa repercussão aumenta a expectativa por entregas rápidas e dados concretos de acompanhamento.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Ampliar o debate com artigos de outros porta-vozes**, distribuindo autoria e fortalecendo a narrativa institucional. Veículos menos óbvios, como *Platô*, *Congresso em Foco* e *Poder360*, costumam publicar análises de políticas públicas e abrem espaço qualificado para textos assinados por secretários e técnicos.
- **Promover agenda de apresentação editorial do programa**, com visitas e encontros do governador e da secretária Andrezza Rosalém em redações de São Paulo, Brasília e Rio de Janeiro, reforçando os dados, a metodologia e a transparência do SuperAção SP.
- **Preparar novos artigos dentro da linha "Superar é agir: transformando vidas, fortalecendo São Paulo"**, com temas complementares:
    - *"Trabalho que emancipa: o desafio da inclusão produtiva nas políticas sociais"* — mostrando histórias reais e dados de capacitação.
    - *"Fortalecer o Suas é fortalecer o Brasil"* — defendendo o papel dos municípios e a importância do cofinanciamento estadual.
    - *"Famílias no centro: o futuro da proteção social em São Paulo"* — abordando o atendimento personalizado e a integração de políticas.

Data: 28/05/2025

Auditoria: 2 matérias (veículos regionais do interior paulista)

Análise:

As publicações do *Ita News* e do *Grupo Bom Dia* destacaram o lançamento do **prontuário digital do SuperAção SP**, ferramenta que permitirá aos municípios acompanhar o desenvolvimento das famílias em vulnerabilidade. O tom das matérias foi positivo e técnico, com ênfase em inovação e integração de políticas sociais. Os textos explicam que o prontuário eletrônico reunirá informações sobre cada núcleo familiar, permitindo maior eficiência na gestão e transparência no acompanhamento das políticas públicas.

As reportagens reforçam o caráter prático e estruturante do programa, mostrando que o governo estadual busca não apenas ofertar benefícios, mas **modernizar a gestão social** e garantir continuidade das ações. A linguagem é clara e voltada ao público local, o que fortalece a credibilidade do programa entre servidores municipais e gestores de assistência social.

Apesar da boa abordagem, a cobertura ficou concentrada em dois portais regionais. O tema tem potencial para um alcance muito maior, especialmente em rádios e jornais de cidades médias e pequenas, onde a política de assistência social tem grande impacto direto. Faltou uma difusão estadual mais robusta, que poderia ter ampliado a visibilidade institucional da iniciativa e reforçado a integração entre estado e municípios.

Pontos positivos:

- Cobertura positiva e detalhada sobre o funcionamento do prontuário digital
- Enfoque em inovação e transparência na gestão pública
- Linguagem de serviço e proximidade com o público local
- Reforço da credibilidade técnica do programa SuperAção SP

Riscos à imagem:

- Alcance regional restrito, o que pode limitar a percepção da dimensão estadual do programa
- Ausência de entrevistas diretas com autoridades da secretaria, que poderiam humanizar e fortalecer a narrativa

Ações da assessoria de imprensa:

- Realizar uma rodada de entrevistas com rádios de todo o estado, oferecendo porta-vozes da Secretaria de Desenvolvimento Social para explicar o funcionamento do prontuário digital e seus impactos nos municípios
- Ampliar a distribuição do release para veículos regionais e de serviço, garantindo presença em todas as regiões administrativas
- Preparar material de apoio simples para as prefeituras e conselhos municipais de assistência, com perguntas e respostas sobre o prontuário digital, fortalecendo o entendimento e a adesão dos gestores locais

Data: 29/05/2025

Auditoria: 1 matéria (veículo regional do interior paulista)

Análise:

A matéria publicada pelo jornal *O Dia de Marília*, com o título *"Famílias de Oriente serão beneficiadas por programa do Governo Estadual"*, apresentou de forma clara e positiva a chegada do **SuperAção SP** à região. O texto destaca que famílias em situação de vulnerabilidade do município de Oriente serão contempladas pelo programa, que busca romper o ciclo da pobreza por meio de acompanhamento personalizado e inclusão produtiva.

A publicação tem grande valor simbólico e estratégico, pois reforça o sentido de **presença territorial** do governo. Ao mostrar que o programa chega a uma cidade de pequeno porte, o conteúdo aproxima a política pública do cotidiano das pessoas e dá concretude à sua implementação. Essa percepção de proximidade é essencial para fortalecer a confiança da população no programa e consolidar a imagem de que ele não é algo distante ou abstrato, mas uma ação que alcança famílias em todas as regiões do estado.

A matéria também contribui para mobilizar gestores e assistentes sociais locais, que passam a enxergar o SuperAção SP como uma política viva e descentralizada. Ainda que seja uma publicação pontual, ela amplia a legitimidade da ação e fortalece a estratégia de difusão capilar do programa.

Pontos positivos:

- Reforço da presença do programa em regiões do interior do estado
- Linguagem simples e próxima do público, com ênfase em famílias beneficiadas
- Sensação de proximidade e concretude da política pública
- Ampliação da legitimidade local e fortalecimento da percepção de alcance real

Riscos à imagem:

- A limitação a um único veículo regional reduz o potencial de impacto na região
- Falta de contextualização sobre os critérios de seleção das famílias pode gerar dúvidas locais

Ações da assessoria de imprensa:

- Estimular novas matérias em jornais e rádios das regiões de Marília e Bauru, reforçando o caráter estadual e descentralizado do programa
- Produzir releases regionalizados com dados específicos de cada cidade atendida, destacando o número de famílias beneficiadas e o papel dos agentes locais
- Promover entrevistas com gestores regionais da assistência social para detalhar como o SuperAção SP está sendo implementado em diferentes municípios, reforçando o sentimento de pertencimento e participação local

Data: 02/06/2025

Auditoria: 1 matéria (veículo regional – rádio)

Análise:

A reportagem veiculada pela *Rádio Notícia 88.9 FM*, de Americana, destacou a abertura de inscrições para o 2º ciclo do programa Caminho da Capacitação, iniciativa do Fundo Social de São Paulo vinculada ao SuperAção SP. O conteúdo foi transmitido em formato de boletim de serviço, com informações claras sobre as cidades participantes, o público-alvo e as áreas dos cursos gratuitos disponíveis — gastronomia, beleza, bem-estar, mecânica, tecnologia e moda.

A matéria reforça o eixo mais dinâmico e visível do SuperAção SP: a qualificação profissional voltada à emancipação e geração de renda. Ao detalhar o funcionamento das carretas de capacitação e explicar como as inscrições devem ser feitas, o conteúdo traduz o programa em ações concretas e perceptíveis pela população. O foco prático e informativo aproxima o governo da realidade das pessoas e faz o ouvinte compreender que o programa realmente está em curso no território paulista, com oportunidades reais de transformação.

O tom é inteiramente positivo. A rádio apresenta a iniciativa de forma técnica e clara, sem qualquer viés político, o que é característico do jornalismo regional de rádio, voltado ao serviço público e utilidade social. Esse tipo de inserção tem alta taxa de aceitação e confiança, especialmente entre públicos de média e baixa renda, que veem na emissora uma fonte de informação próxima e credível. Por essa razão, as rádios são meios estratégicos para a difusão do SuperAção SP e merecem planejamento específico dentro das ações de comunicação.

Pontos positivos:

- Linguagem acessível e direta, típica do formato radiofônico
- Ênfase em oportunidades reais de capacitação e geração de renda
- Associação positiva entre o Fundo Social e o SuperAção SP
- Potencial de grande alcance em públicos populares e regionais
- Percepção de um governo presente e ativo nos municípios

Riscos à imagem:

- Não há

Ações da assessoria de imprensa:

- Produzir e distribuir radio releases completos, com matérias de até dois minutos, incluindo locução jornalística, duas sonoras (uma do governador e outra da secretária de Desenvolvimento Social) e a lauda de texto impressa. Esse modelo de material é altamente eficaz porque oferece três possibilidades de uso: a rádio pode veicular a matéria pronta, reproduzir apenas as sonoras em seus noticiários ou regravar o texto com o próprio repórter, mantendo autonomia editorial. Além de facilitar a adesão das emissoras, esse formato garante padronização da mensagem e amplia exponencialmente o alcance do programa, inclusive em rádios comunitárias e educativas.
- Elaborar um calendário quinzenal de oportunidades regionais, com informações atualizadas sobre as cidades contempladas, cursos oferecidos e prazos de inscrição. Esse material deve ser enviado segmentadamente a rádios e portais de cada região, permitindo que o conteúdo chegue de forma direcionada e oportuna.
- Criar pequenos boletins de rádio, com duração entre 30 e 45 segundos, em linguagem simples e popular, para circulação espontânea nas emissoras locais. Esses boletins podem destacar histórias reais de beneficiários, resultados do programa e informações sobre as próximas carretas de capacitação, reforçando o caráter humano e contínuo do SuperAção SP.

Data: 04/06/2025

Auditoria: 1 matéria (portal ND Mais – veículo regional com abrangência no Sul e Sudeste)

Análise:

A reportagem publicada pelo *ND Mais*, intitulada *"'Bolsa Família do Tarcísio': como funciona o programa social do governo de SP"*, trouxe uma cobertura detalhada sobre o **SuperAção SP**, explicando sua estrutura, funcionamento e propósito. O texto aborda o programa com equilíbrio entre a dimensão social e o contexto político, sem tom abertamente crítico.

O uso do apelido "Bolsa Família do Tarcísio" carrega certo viés pejorativo, mas é neutralizado pela linha fina e pelo corpo da matéria, que ressaltam as diferenças entre o programa estadual e o federal. O texto destaca o investimento de R$ 500 milhões, o atendimento inicial de 105 mil famílias e as duas trilhas de atuação — *proteção social* e *superação da pobreza* —, demonstrando que o foco está em **emancipação produtiva e acompanhamento personalizado**, e não apenas em repasse de renda.

A reportagem também valoriza o protagonismo da secretária **Andrezza Rosalém**, que reforça o atendimento individualizado e a meta de garantir autonomia às famílias, e de parlamentares da base, como o deputado Danilo Campetti, que descreve o programa como inovador. Embora apresente críticas políticas pontuais de oposição, o conteúdo mantém equilíbrio, reconhecendo a importância do projeto e contextualizando seu impacto.

Em síntese, a matéria amplia o alcance do programa e ajuda a fixar sua imagem como política pública consistente, moderna e planejada. Mesmo diante do apelido, a abordagem é majoritariamente informativa e favorável, fortalecendo a percepção de um governo ativo na pauta social.

Pontos positivos:

- Matéria detalhada e equilibrada, que explica com clareza o funcionamento do programa
- Linha fina e conteúdo neutralizam o sentido pejorativo do apelido
- Ênfase no atendimento individualizado e na geração de renda
- Presença de fontes técnicas e políticas, garantindo pluralidade e legitimidade
- Reforço da imagem do governador e da secretária como lideranças comprometidas com políticas públicas estruturantes

Riscos à imagem:

- Repetição do apelido "Bolsa Família do Tarcísio" em futuras matérias pode cristalizar uma associação indevida e reduzir a originalidade da marca SuperAção SP
- Citações sobre "potencial eleitoral" podem ser exploradas pela oposição, caso o governo não mantenha o foco em resultados e execução

Ações da assessoria de imprensa:

- Intensificar a produção de materiais explicativos sobre o SuperAção SP, mostrando claramente suas metas, público-alvo e diferenciais técnicos. Esse material deve destacar a lógica da **inclusão produtiva e da coordenação intersetorial**, reforçando o caráter de política pública permanente.
- Organizar **agenda de visitas da secretária Andrezza Rosalém às redações** de grandes e médios veículos de comunicação, para apresentar o programa em encontros presenciais com editores e colunistas. Nessas reuniões, ela pode levar um **kit visual e robusto**, com infográficos, resultados parciais, depoimentos de beneficiários e dados sobre os agentes de superação. Essa ação reforça a credibilidade técnica, cria vínculos com a imprensa e aumenta o entendimento sobre a complexidade e a importância do programa.
- Planejar a publicação de novos conteúdos de serviço explicando de forma prática como as famílias poderão acessar o programa, quem pode se inscrever e quais são os primeiros resultados esperados. Essa estratégia mantém a visibilidade constante e preserva o caráter informativo e educativo da comunicação.

Data: 05/06/2025

Auditoria: 2 matérias (ND Mais e R7 Notícias – repercussão nacional)

Análise:

A análise do pesquisador **Alessandro Pinzani**, especialista no Bolsa Família, publicada pelo *ND Mais* e republicada pelo *R7 Notícias*, amplia a visibilidade do **SuperAção SP** e consolida o tema no debate público nacional. A republicação no portal R7 é um ganho expressivo, pois amplia o alcance de uma pauta originalmente regional, validando o impacto editorial do ND Mais e levando a discussão a um público muito mais amplo.

O texto tem caráter explicativo e equilibrado, reconhecendo as **diferenças estruturais entre o Bolsa Família e o SuperAção SP**. Pinzani afirma que o programa paulista não é rival do federal, mas um complemento, com foco em famílias que não recebem o benefício nacional. Ele elogia o **atendimento individualizado** e a inspiração em modelos internacionais de superação da pobreza, como o programa chileno *Puente-Chile Solidário*. Essa parte da matéria é muito positiva, pois valoriza o caráter técnico e inovador do projeto.

Contudo, o pesquisador faz observações que merecem atenção e leitura estratégica pela assessoria. Ele levanta três potenciais **frentes de crítica** que podem ser exploradas futuramente por analistas ou opositores:

- **Escala do programa** – Pinzani diz que o SuperAção SP é "bem reduzido" e "parece piloto", o que pode gerar a crítica de que o impacto é limitado diante da magnitude da pobreza no estado.
- **Caráter eleitoral** – o tamanho reduzido e o período de implantação (2025–2026) podem suscitar interpretações de interesse político.
- **Tom religioso e responsabilização individual** – ele associa o discurso de lançamento à "Teologia da Prosperidade", interpretando que o foco na "superação individual" pode ser lido como transferência de responsabilidade ao beneficiário.

Essas observações não comprometem a matéria, que mantém tom neutro e informativo, mas indicam **pontos de atenção** para comunicação futura. O governo é citado corretamente como fonte e aparece com postura técnica. As declarações da secretária **Andrezza Rosalém**, em outros momentos da cobertura, já atuam como contraponto natural a essas leituras.

Pontos positivos:

- Matéria equilibrada e contextualizada, com bom nível de detalhamento e reconhecimento de que o programa é complementar, e não concorrente ao Bolsa Família.
- Destaque para o atendimento personalizado e a inspiração em boas práticas internacionais.
- Republicação no R7 amplia alcance e valida a relevância editorial da pauta.

Riscos à imagem:

- A crítica à escala do programa pode reforçar a percepção de que ele é limitado ou experimental.
- A menção ao "tom religioso" e à "responsabilização individual" pode ser explorada por setores contrários para questionar a seriedade da política.
- Interpretações sobre "caráter eleitoral" podem se intensificar à medida que o programa avança e entra em fase de execução.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Criar vacinas narrativas** para os pontos críticos identificados. Sobre a escala, reforçar que o programa começa como piloto planejado e escalonável, em linha com boas práticas internacionais, e que cada fase gera dados para aprimoramento e expansão. Sobre o suposto "caráter religioso", destacar que a comunicação do programa tem base em empatia e motivação social. Quanto à "responsabilização individual", evidenciar que o foco é no **trabalho acompanhado e no apoio estatal permanente**, com agentes preparados para garantir orientação e suporte às famílias.
- **Reforçar a atuação da secretária Andrezza Rosalém como voz técnica** do programa. Ela deve participar de entrevistas e colunas explicativas, esclarecendo a metodologia e a importância da personalização no atendimento.
- **Acompanhar diariamente o clipping de matérias** relacionadas ao SuperAção SP para identificar novos indícios de críticas emergentes e agir preventivamente. A leitura atenta do noticiário permite corrigir percepções antes que se consolidem e ajustar a comunicação pública com agilidade.

Data: 06/06/2025

Auditoria: 3 matérias (Último Segundo – iG; Grupo Bom Dia; Revista Carta Capital)

Análise:

O dia 6 de junho apresentou **grande contraste editorial**, com duas matérias amplamente positivas — publicadas no *Último Segundo (iG)* e no *Grupo Bom Dia* — e uma negativa, na *Carta Capital*. As matérias do *iG* e do *Grupo Bom Dia* mantêm tom de serviço, informativo e acessível. A primeira, intitulada *"Governo de SP lança programa contra pobreza, cada família receberá R$ 150 por mês"*, apresenta o programa de maneira clara, explicando seus objetivos e o alcance de 105 mil famílias. O texto reforça o valor dos repasses e a lógica de combate à pobreza com foco em autonomia e qualificação, sem qualquer politização. Já o *Grupo Bom Dia* publicou *"Entenda as etapas do programa que vai tirar mais de 100 mil famílias da pobreza em SP"*, detalhando as trilhas de atendimento, a atuação dos agentes e o papel das capacitações profissionais. Essa cobertura é particularmente positiva porque combina clareza com credibilidade local, ampliando a compreensão do público e fortalecendo a imagem do governo em municípios do interior.

Em contraponto, a *Carta Capital* publicou, na seção *Seu País*, um texto com abordagem fortemente crítica, sob o título *"Marketing eleitoral"*. O conteúdo classifica o programa como ação de natureza eleitoral e de baixo impacto estrutural, alinhando-se à linha editorial tradicional da revista, que historicamente se posiciona à esquerda e costuma adotar tom oposicionista em relação ao governo Tarcísio. Embora o texto não traga novos fatos, o enquadramento reforça a visão de que o SuperAção SP seria mais uma estratégia de visibilidade política do que uma política pública consistente. Trata-se, porém, de um tipo de crítica esperado, restrito a um público já convencido ideologicamente, com **baixo potencial de contaminação da opinião pública mais ampla**.

Mesmo assim, é importante manter atenção a eventuais desdobramentos dessas críticas e preparar respostas consistentes. O monitoramento constante do noticiário e das redes permite identificar quando esse tipo de abordagem ganha tração fora de sua bolha original. Até aqui, os veículos de maior alcance — *iG*, *CNN Brasil*, *UOL*, *O Globo*, *Folha* — têm tratado o SuperAção SP de forma majoritariamente técnica e equilibrada.

Pontos positivos:

- Duas matérias amplamente favoráveis, em veículos com bom alcance e linguagem popular.
- Ênfase na transparência, nos valores e nas metas do programa.
- Cobertura regional do *Grupo Bom Dia* reforça capilaridade e visibilidade no interior.
- Predomínio de matérias informativas e de tom institucional.
- Prova de que o programa mantém credibilidade mesmo após semanas de lançamento.

Riscos à imagem:

- Críticas de viés político, como as da *Carta Capital*, podem se repetir em veículos ideologicamente alinhados, sugerindo uso eleitoral do programa.
- Caso não haja atualização constante de dados e resultados, o discurso de "marketing" pode ganhar terreno por falta de contranarrativa factual.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Encaminhar as matérias positivas** (*iG* e *Grupo Bom Dia*) à equipe de redes e comunicação digital, para divulgação nos canais oficiais do governo e da Secretaria de Desenvolvimento Social. Reforçar a legitimidade das informações compartilhando os links originais, o que aumenta a autoridade e a credibilidade pública do programa.
- **Criar argumentação pública de enfrentamento** para críticas como as da *Carta Capital*, baseada em dados concretos: número de famílias cadastradas, agentes formados, recursos transferidos e resultados já mensuráveis. Mostrar que se trata de política pública estruturada, com base técnica e acompanhamento contínuo.
- **Manter vigilância diária sobre o clipping de notícias**, avaliando o surgimento de críticas e menções ideológicas, a fim de agir preventivamente. Quando possível, responder a interpretações distorcidas por meio de artigos de especialistas, entrevistas ou inserções em veículos de perfil analítico e equilibrado, reafirmando a natureza institucional e duradoura do SuperAção SP.

Data: 07/06/2025

Auditoria: 1 matéria (coluna *Painel*, Folha de S.Paulo – edição impressa)

Análise:

A nota publicada na coluna *Painel*, assinada por **Fábio Zanini**, traz o **SuperAção SP** para o centro do debate político nacional, mas sob um enquadramento desfavorável ao governo. O texto começa reconhecendo que o programa pode até receber votos da oposição na Assembleia Legislativa, o que à primeira vista sugere transversalidade e maturidade política. No entanto, a partir da segunda metade, o conteúdo passa a reproduzir exclusivamente **argumentos críticos da esquerda**, especialmente do líder do PSOL na Alesp, **Guilherme Cortez**, que classifica o programa como "jogada de marketing" e menciona críticas à escala e ao orçamento do projeto.

Trata-se de uma nota curta, mas de alto impacto simbólico, por estar inserida em uma das **colunas políticas mais influentes do país**, lida diariamente por formadores de opinião, jornalistas, parlamentares e lideranças partidárias. O espaço é estratégico — e o fato de o SuperAção SP estar ali mostra que o programa já ocupa a agenda política nacional. Contudo, a ausência de contraponto ou de fala oficial do governo faz com que a narrativa fique **monopolizada pelo discurso oposicionista**, que reduz a política a um movimento eleitoral e desconsidera sua base técnica e intersetorial.

O texto também repete críticas já observadas em outros veículos, como a *Carta Capital* e o *ND Mais*: a **escala limitada do programa** e a ideia de que ele teria motivação eleitoral. Essas leituras tendem a se repetir em colunas e análises políticas enquanto o governo não apresentar resultados concretos de implantação — ou não oferecer novas narrativas aos colunistas. A ausência de vozes técnicas, como a da secretária **Andrezza Rosalém**, facilita que o debate seja dominado por atores políticos e não por quem executa a política pública.

Apesar da crítica, a nota reforça a centralidade do programa na estratégia social do governo e abre espaço, no médio prazo, para **reposicionar o tema com uma nova entrada na própria coluna**, apresentando resultados, números e avanços — estratégia que já foi usada com sucesso por outros governos em pautas sociais.

Pontos positivos:

- O SuperAção SP aparece em uma das colunas políticas de maior influência nacional, o que demonstra relevância e interesse da imprensa.
- O tema ganha visibilidade no debate público sobre políticas sociais e passa a integrar a agenda de análises políticas.
- O destaque à tramitação na Assembleia reforça que a pauta é institucional e não apenas de marketing.

Riscos à imagem:

- A matéria dá espaço exclusivo a uma visão crítica, sem contraponto do governo.
- O enquadramento de "jogada eleitoral" pode se disseminar em outras colunas se não houver resposta proativa.
- Repetição de críticas à escala e ao orçamento do programa tende a reforçar percepções de limitação ou improviso.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Buscar oportunidade de novo registro no próprio Painel**, com nota de atualização ou balanço parcial, apresentando dados objetivos: número de famílias cadastradas, agentes treinados e municípios já integrados. Isso cria um contraponto natural e legítimo à crítica publicada, sem tom reativo.
- **Disponibilizar a secretária Andrezza Rosalém para conversas off com colunistas e repórteres de política**, explicando a lógica do programa e os resultados esperados. Essa aproximação ajuda a equilibrar as narrativas e oferece aos jornalistas informações de bastidor de alto valor.
- **Monitorar colunas de opinião e bastidores** (Painel, Radar, Lauro Jardim, Mônica Bergamo, etc.) para identificar novas menções ao programa e agir preventivamente. Quando surgirem críticas, preparar argumentação técnica curta e clara para inserção futura, reforçando que o SuperAção SP é uma política pública de longo prazo, com metodologia inspirada em modelos internacionais e resultados mensuráveis.

45

Data: 09/06/2025

Auditoria: 1 matéria (portal iG – seção Economia)

Análise:

A matéria publicada pelo *iG*, intitulada *"SuperAção: novo auxílio de SP paga até R$ 150 por pessoa; entenda"*, mantém o tom de serviço que vem caracterizando a cobertura do portal sobre o **SuperAção SP**. O texto explica de maneira objetiva o funcionamento do programa, destacando o valor do benefício, o público-alvo e o objetivo de combater a pobreza com políticas integradas e acompanhamento individualizado.

A publicação reforça o aspecto prático da política, explicando de forma clara como as famílias poderão ser beneficiadas, os critérios de renda e o caráter complementar ao Bolsa Família. A linguagem é acessível e didática, o que aumenta o alcance e facilita a compreensão do público. O enfoque econômico também ajuda a inserir o programa em uma editoria de credibilidade e alto tráfego, valorizando seu impacto financeiro e social.

O tom é inteiramente positivo, sem menções políticas ou críticas, consolidando o *iG* como veículo receptivo e disposto a dar continuidade a pautas de utilidade pública. A matéria fortalece a percepção de que o governo do Estado está investindo em **políticas concretas de superação da pobreza**, e contribui para manter o programa presente na agenda midiática, de forma neutra e informativa.

Pontos positivos:

- Cobertura de serviço clara, objetiva e acessível, em um portal de grande alcance.
- Ênfase em critérios de elegibilidade e valores do benefício, reforçando transparência.
- Tom neutro e informativo, sem politização.
- Reforço da imagem de gestão social moderna e próxima do cidadão.

Riscos à imagem:

- Nenhum identificado.

Ações da assessoria de imprensa:

46

- **Oferecer pautas de serviço complementares ao iG**, explorando temas como capacitação profissional, agentes de superação e funcionamento do prontuário digital. O perfil do portal mostra abertura a conteúdos práticos e explicativos.
- **Enviar releases temáticos periódicos** com dados atualizados e histórias reais de famílias beneficiadas, fortalecendo o vínculo com a editoria de Economia e ampliando a visibilidade positiva.
- **Aproveitar o bom relacionamento com o veículo** para propor entrevistas curtas com porta-vozes técnicos, ampliando a compreensão pública sobre os resultados do SuperAção SP e consolidando o iG como canal constante de divulgação de pautas de impacto social.

Data: 10/06/2025

Auditoria: 1 matéria (coluna *Painel*, Folha de S.Paulo – edição impressa)

Análise:

A nota publicada no *Painel*, da *Folha de S.Paulo*, retoma o tema do **SuperAção SP** sob um enquadramento predominantemente crítico. O texto aborda um estudo da Universidade de Oxford sobre o programa **Chile Solidário**, que inspirou parcialmente o modelo paulista, e conclui que o projeto chileno teve resultados limitados em áreas como emprego e moradia, ainda que tenha cumprido o objetivo de fortalecer o vínculo das famílias com a rede de proteção social.

O enquadramento, portanto, é duplo: ao mesmo tempo que reconhece que o programa paulista foi inspirado em uma política internacional de referência, ele sugere, por associação, que o **SuperAção SP** possa reproduzir as limitações do modelo original. O título, *"Projeto chileno que inspirou bandeira de Tarcísio teve sucesso parcial, diz estudo"*, carrega carga negativa ao ligar diretamente o governador a um exemplo que, segundo o texto, não obteve pleno êxito.

Apesar disso, a nota contém elementos que podem e devem ser valorizados na comunicação institucional. O pesquisador **Pedro Carneiro**, professor da University College London e um dos autores do estudo, reconhece que o público-alvo do programa chileno e o paulista são diferentes e destaca que essa diferença pode ter "grande impacto nos resultados". Ele também confirma que está colaborando tecnicamente com o governo paulista por meio do **J-Pal**, laboratório de ação contra a pobreza do MIT, o que reforça a **legitimidade científica e a credibilidade internacional** do SuperAção SP.

A própria secretária **Andrezza Rosalém** aparece citada, reafirmando que São Paulo está "propondo uma grande inovação" em aspectos de atendimento personalizado e acompanhamento familiar, o que funciona como um contraponto natural à crítica. Esses trechos positivos, porém, ficam diluídos diante da força do título e da ênfase inicial na avaliação negativa do programa chileno.

A coluna *Painel* tem grande influência e repercussão política, o que torna essencial ocupar o espaço novamente, mas agora com uma entrada propositiva — apresentando o **SuperAção SP como evolução e aprimoramento** de experiências internacionais, não como mera reprodução. O mote **"Superar é agir: transformando vidas, fortalecendo São Paulo"** deve orientar esse

reposicionamento, mostrando que o Estado parte de lições anteriores para avançar com novas soluções.

Pontos positivos:

- Citação de parceria técnica com o J-Pal/MIT, que confere credibilidade internacional.
- Reconhecimento, pelo próprio pesquisador, de que o público e o contexto de São Paulo são diferentes do chileno.
- Presença da secretária Andrezza Rosalém como voz técnica, reafirmando inovação no modelo.

Riscos à imagem:

- Associação direta entre o programa paulista e um estudo que aponta resultados parciais.
- Leitura simplificada de "inspiração" como "cópia", o que pode gerar distorções.
- Ênfase na crítica acadêmica sem contraponto direto do governo.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Reposicionar publicamente o conceito de "inspiração internacional"**, deixando claro que o SuperAção SP é um **aprimoramento técnico** de modelos anteriores, incorporando aprendizados de experiências internacionais, e não uma simples replicação. Reforçar que o Chile Solidário serviu como referência, mas que São Paulo criou um sistema mais abrangente, moderno e digitalizado, com o **Prontuário Eletrônico Familiar** e o acompanhamento contínuo dos agentes.
- **Buscar nova inserção no Painel ou em colunas similares** (como *Radar* ou *Lauro Jardim*), apresentando o programa como caso de inovação social e detalhando as diferenças em relação ao modelo chileno. Essa inserção pode ser ancorada na narrativa do mote "Superar é agir: transformando vidas, fortalecendo São Paulo", com foco em tecnologia, abrangência e autonomia das famílias.
- **Valorizar a presença de especialistas parceiros**, como o próprio Pedro Carneiro e instituições internacionais, em futuras comunicações e entrevistas, demonstrando que o programa é acompanhado por entidades de pesquisa reconhecidas globalmente. Isso ajuda a neutralizar críticas e reforça a imagem de São Paulo como estado inovador e comprometido com políticas públicas baseadas em evidências.

Data: 11/06/2025

Auditoria: 1 matéria (portal *Metrópoles* – veículo nacional de grande audiência)

Análise:

A matéria publicada pelo *Metrópoles*, sob o título *"Alesp aprova nova carreira na área social com salário de até R$ 21 mil"*, é **amplamente positiva** para o governo estadual e para o governador **Tarcísio de Freitas**, consolidando uma das iniciativas mais relevantes da gestão na área social. O texto destaca, com clareza e sem qualquer viés político, a aprovação unânime, pela Assembleia Legislativa de São Paulo, do projeto que cria a carreira de **especialista social**, proposta de autoria do governo do Estado.

A aprovação por **63 votos favoráveis e nenhum contrário** confere caráter de consenso à medida, reforçando a capacidade de articulação política do governador e o reconhecimento da importância da pauta social entre diferentes bancadas. O fato de a proposta ter sido aprovada sem resistência e de seguir agora para sanção evidencia a **força do diálogo e da credibilidade técnica** da gestão.

O conteúdo da matéria é totalmente informativo, destacando os aspectos estruturais da nova carreira: exigência de nível superior, critérios objetivos de progressão, avaliação de desempenho e remuneração que valoriza os profissionais do setor — com **salários que podem chegar a R$ 21 mil**. Esses elementos reforçam a imagem de um governo que **valoriza o servidor público e investe em qualidade técnica para fortalecer a execução das políticas sociais**.

A publicação no *Metrópoles* — um dos portais de maior audiência do país — amplia o alcance e a visibilidade positiva do governo de São Paulo em escala nacional. O texto associa o avanço institucional à modernização da gestão pública e ao compromisso com o desenvolvimento social, temas centrais da atual narrativa governamental.

Pontos positivos:

- Aprovação unânime na Alesp, mostrando articulação política e credibilidade do governo.
- Valorização dos profissionais da área social, com salários compatíveis à responsabilidade da função.

- Caráter técnico e detalhado da matéria, sem ruídos ou críticas.
- Publicação em veículo de grande audiência e alto engajamento nacional.
- Reforço da imagem do governador Tarcísio de Freitas como gestor de resultados e articulador de políticas sociais estruturantes.

Riscos à imagem:

- Nenhum identificado.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Divulgar amplamente a matéria positiva nas redes sociais oficiais do governo e da Secretaria de Desenvolvimento Social**, reforçando a conquista institucional e o reconhecimento da categoria.
- **Oferecer ao *Metrópoles* e a outros veículos pautas complementares** sobre o impacto da nova carreira na execução do **SuperAção SP** e na qualidade do atendimento à população vulnerável, conectando as políticas de valorização do servidor às entregas sociais do governo.
- **Produzir material de bastidor e bastidores fotográficos** da sanção do projeto, destacando o compromisso do governador com o fortalecimento das políticas públicas e com a modernização da carreira social no Estado de São Paulo.

Data: 13/06/2025

Auditoria: 1 matéria (portal *Metrópoles* – veículo nacional de grande audiência)

Análise:

A reportagem publicada pelo *Metrópoles* sob o título *"Tarcísio aposta em 'Bolsa Família paulista' como carro-chefe até 2026"* traz um **enquadramento neutro-tendente à negativa**, ao apresentar o **SuperAção SP** menos como uma política pública de transformação social e mais como uma estratégia eleitoral da gestão paulista. Embora o texto mantenha aparência de equilíbrio e inclua informações técnicas sobre o programa, o tom predominante é o de bastidor político, associando o SuperAção SP à disputa de 2026 e ao esforço do governador Tarcísio de Freitas para construir uma "marca social" em meio à sua agenda econômica e de segurança pública.

A matéria menciona que o programa serviria como "vacina contra críticas" sobre ausência de políticas sociais, sugerindo uma motivação eleitoral para a iniciativa. Além disso, o uso reiterado do apelido **"Bolsa Família paulista"** reforça uma leitura que aproxima o governo Tarcísio de políticas tradicionais do PT, o que pode gerar ruído junto ao público mais alinhado à direita. As críticas da oposição, especialmente do deputado petista Antônio Donato, são reproduzidas integralmente, sem contraponto direto do governo, o que desequilibra a narrativa e deixa a impressão de que o programa tem alcance restrito ou caráter eleitoral.

Ainda assim, o texto reconhece o mérito do projeto ao destacar sua estrutura, as trilhas de atendimento e o discurso do governador sobre emancipação produtiva. Esses elementos equilibram parcialmente o enquadramento e mantêm a credibilidade do tema na agenda pública.

Pontos positivos:

- Inserção em um dos portais de maior audiência nacional, garantindo visibilidade ampla.
- Reforço da imagem de Tarcísio como gestor com entrega social concreta.
- Ênfase em aspectos técnicos do programa, como capacitação e inclusão produtiva.

Riscos à imagem:

- Enquadramento eleitoral do programa reduz sua dimensão técnica e institucional.

- Reforço do apelido "Bolsa Família paulista", que pode gerar ruído junto à base mais conservadora.
- Ausência de contraponto direto do governo às falas da oposição.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Reforçar o mote institucional "Superar é agir: transformando vidas, fortalecendo São Paulo"** em todas as campanhas, entrevistas e peças de comunicação 360°, consolidando a mensagem de que o SuperAção SP **não é assistencialista**, mas uma política de autonomia, produtividade e dignidade.
- **Promover campanhas narrativas integradas**, com depoimentos reais, resultados práticos e indicadores de impacto, mostrando que o programa é uma política de Estado baseada em evidências e não uma vitrine eleitoral.
- **Reforçar proativamente a comunicação técnica com o Metrópoles e outros portais de grande alcance**, oferecendo entrevistas exclusivas com a secretária **Andrezza Rosalém** e economistas parceiros, de modo a ressignificar o programa como inovação social paulista — inspirada, mas não derivada, de experiências internacionais.

Data: 18/06/2025

Auditoria: 4 matérias (Folha de S.Paulo, Poder360, TH Mais e O Liberal de Americana – todas repercutindo o conteúdo original da Folha)

Análise:

O dia 18 de junho foi marcado pela **repercussão negativa** da reportagem da *Folha de S.Paulo*, intitulada *"'Bolsa Família' de Tarcísio tem verba inferior à que governo deixou de gastar na área social"*. O texto apresenta um enquadramento **tendencioso**, ao comparar o valor inicial do **SuperAção SP** (R$ 500 milhões) com a execução orçamentária da Secretaria de Desenvolvimento Social em anos anteriores, sem esclarecer que esse montante representa **apenas o aporte inicial** da pasta, dentro de um programa **multissetorial e cofinanciado por nove secretarias de Estado**.

A reportagem induz à leitura de que o governo teria reduzido gastos sociais, quando na verdade o SuperAção SP inaugura uma política integrada, moderna e articulada entre diferentes áreas (habitação, segurança alimentar, educação e trabalho) com foco em **emancipação produtiva** e não apenas em transferência de renda. A matéria também desconsidera que parte das verbas de 2023 foi replanejada após o fim da pandemia e que o programa prevê expansão gradual, em "ondas", até atingir um número maior de famílias.

Embora a Folha tenha incluído uma nota oficial do governo, explicando a composição financeira e o caráter intersetorial do programa, o espaço dado foi insuficiente diante do tom crítico predominante. A manchete e o uso reiterado do apelido "Bolsa Família de Tarcísio" reforçam a simplificação política do tema e geraram repercussões automáticas em outros portais (*Poder360*, *TH Mais* e *O Liberal*), que reproduziram o texto integralmente.

A reportagem ignora ainda inovações estruturais do SuperAção SP, como o **Prontuário Eletrônico Familiar**, o acompanhamento individualizado e a formação de agentes especializados, características que o diferenciam de políticas passadas. Trata-se de um caso em que a ausência de apuração contextualizada gerou uma **narrativa de desinvestimento**, prejudicial à imagem do governo e da secretária **Andrezza Rosalém**, que vem conduzindo o programa com base técnica e diálogo com instituições como o J-PAL/MIT.

Pontos positivos:

- Resposta oficial do governo reforçando dados e conceito do programa.
- O tema mantém o SuperAção SP no centro da pauta pública e política.
- Há margem para reposicionar a narrativa com base em informações técnicas.

Riscos à imagem:

- Enquadramento de "redução de investimento social".
- Simplificação política com uso do apelido "Bolsa Família de Tarcísio".
- Alcance ampliado da crítica por reprodução em outros portais.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Solicitar reunião com a Secretaria de Redação e o Ombudsman da Folha de S.Paulo**, a fim de esclarecer tecnicamente os equívocos, especialmente a comparação orçamentária incorreta, e propor publicação de mais visibilidade da nota corretiva ou entrevista ampliada.
- **Encaminhar carta institucional à Folha**, assinada pela Secretaria de Desenvolvimento Social, reafirmando os dados corretos e o caráter multissetorial do programa, com tom respeitoso e objetivo.
- **Oferecer entrevista exclusiva** com a secretária Andrezza Rosalém e técnicos parceiros (J-PAL/MIT), apresentando os diferenciais de gestão, financiamento e monitoramento do SuperAção SP.
- **Reforçar o monitoramento de imprensa e redes sociais**, respondendo rapidamente a novas distorções e consolidando a mensagem central: o SuperAção SP é uma política pública inovadora, sustentável e transformadora: **"Superar é agir: transformando vidas, fortalecendo São Paulo."**

ACP

SS

Data: 19/06/2025

Auditoria: 2 matérias (Folha de S.Paulo – edição impressa; Jornal de Jundiaí – reprodução parcial)

Análise:

A reportagem publicada pela *Folha de S.Paulo* no dia 19, *"'Bolsa Família' de Tarcísio tem verba inferior à que governo deixou de usar"*, teve **alto impacto negativo** para o Governo de São Paulo. O texto ocupou quase **uma página inteira do caderno de política**, reforçando a narrativa equivocada de que o investimento de R$ 500 milhões no **SuperAção SP** seria inferior aos valores "não utilizados" pela Secretaria de Desenvolvimento Social em anos anteriores.

A análise orçamentária apresentada pela *Folha* é **incompleta e tendenciosa**, por não esclarecer que os R$ 500 milhões representam apenas o **aporte inicial** da Secretaria dentro de um modelo **multissetorial** de financiamento, que envolve nove secretarias e 29 políticas públicas. A ausência de contextualização técnica levou o leitor a uma conclusão distorcida: a de que houve redução de investimento social, quando o programa, na realidade, propõe uma nova forma de articulação de políticas públicas, com foco em **autonomia, capacitação e emancipação produtiva das famílias vulneráveis**.

A amplitude visual e o destaque gráfico da reportagem amplificaram seu efeito simbólico, especialmente por vir de um dos veículos mais influentes do país. A nota oficial do governo, publicada no fim da matéria, não foi suficiente para equilibrar a narrativa. A reprodução do conteúdo no *Jornal de Jundiaí* ampliou a circulação regional da crítica, prolongando a repercussão negativa.

Pontos positivos:

- Resposta técnica da Secretaria de Desenvolvimento Social reafirmando o caráter inovador do programa.
- Grande visibilidade, o que abre margem para reposicionamento com novos dados e esclarecimentos.

Riscos à imagem:

- Reforço da narrativa de desinvestimento social e de caráter eleitoral.

- Uso reiterado do apelido "Bolsa Família paulista", que simplifica e distorce o propósito do programa.
- Efeito multiplicador da crítica em veículos regionais.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Promover uma rodada de entrevistas temáticas com colunistas e repórteres especializados em economia e políticas públicas**, como forma de reposicionar o SuperAção SP no debate técnico, destacando o modelo de gestão integrada e os resultados esperados para a economia paulista.
- **Criar uma série de vídeos curtos e depoimentos institucionais** com a secretária **Andrezza Rosalém**, explicando de forma didática o funcionamento do programa, para difusão nas redes sociais e envio a redações. Esse formato visual ajuda a restabelecer a narrativa correta e pode ser facilmente incorporado em reportagens de TV e portais.
- **Enviar um boletim técnico aos jornalistas que cobrem governo e economia**, detalhando o modelo financeiro do programa, as fontes de recursos e o cronograma de execução por fases. O material deve ser claro, numericamente preciso e de fácil consulta, reduzindo o risco de novas interpretações equivocadas.

Data: 20/06/2025

Auditoria: 1 matéria (Data Mercantil – reprodução da Folha de S.Paulo)

Análise:

No dia 20, o impacto da reportagem da *Folha de S.Paulo* continuou reverberando com a publicação no *Data Mercantil*, que replicou o texto integralmente, mantendo o mesmo título e enquadramento crítico. Embora o veículo tenha alcance menor, a reprodução prolonga o ciclo negativo e reforça uma leitura imprecisa sobre o financiamento do **SuperAção SP**, associando o programa a um suposto desinvestimento na área social.

O conteúdo repete os mesmos pontos da Folha, sem nova apuração, o que demonstra como **narrativas incompletas se multiplicam rapidamente** quando não são devidamente contextualizadas pela comunicação institucional. A falta de explicação sobre o caráter intersetorial do programa e a ausência de dados atualizados permitem que a simplificação se perpetue, principalmente em veículos de circulação regional e econômica.

Esse tipo de republicação reforça a importância de **ação imediata e proativa** da assessoria, tanto com grandes jornais quanto com veículos secundários, a fim de garantir que versões incorretas sejam corrigidas antes de se cristalizarem no debate público.

Pontos positivos:

- Reforço da necessidade de presença constante do governo no acompanhamento do clipping.
- O tema segue com alta visibilidade e mantém o SuperAção SP no debate público.

Riscos à imagem:

- Disseminação ampliada da narrativa de desinvestimento.
- Percepção equivocada de que o programa é apenas substituto de iniciativas anteriores.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Oferecer entrevistas para rádios médias e pequenas do interior do estado,** explicando de forma acessível como o programa é financiado e quais secretarias participam. O formato em rádio tem maior capilaridade e credibilidade junto ao público.

- **Produzir artigo de opinião para a Folha de S.Paulo,** assinado pela secretária **Andrezza Rosalém**, com título sugerido *"Superar é agir: políticas sociais que promovem autonomia e dignidade"*, detalhando o modelo de governança e o impacto esperado do SuperAção SP.
- **Refinar o kit de imprensa do programa**, com informações resumidas sobre financiamento, número de famílias atendidas e integração intersecretarial, para evitar que futuras matérias repitam os mesmos erros de contexto.

59

Data: 24/06/2025

Auditoria: 2 matérias (O Globo e CNN Brasil – ambos veículos de grande alcance nacional)

Análise:

O dia 24 marcou um momento institucionalmente importante para o Governo de São Paulo, com a **aprovação do SuperAção SP pela Assembleia Legislativa**. A cobertura ganhou destaque em dois dos veículos mais influentes do país, *O Globo* e *CNN Brasil*, com enfoques distintos. A matéria da CNN foi **positiva e técnica**, enquanto a do *Globo* adotou um enquadramento mais **político e crítico**, relacionando a aprovação do programa à disputa presidencial de 2026 e às tensões com o PT e o governo federal.

A reportagem do *Globo*, intitulada *"Deputados de SP aprovam programa social de Tarcísio e garantem vitrine contra Bolsa Família em 2026"*, utiliza uma linguagem de bastidor político. Ainda que reconheça a aprovação por ampla maioria (51 votos a 14) e mencione as ações do programa — trilhas de proteção e superação da pobreza, valores e critérios de elegibilidade — , o texto dá ênfase às discussões partidárias e às críticas da oposição, que associaram o projeto a uma estratégia de marketing eleitoral. O destaque para "memes", ironias em plenário e falas de deputados petistas e psolistas reforça o tom de disputa ideológica e reduz a visibilidade dos méritos técnicos do projeto.

Já a matéria da *CNN Brasil*, *"Alesp aprova projeto de Tarcísio contra pobreza no estado"*, apresenta uma leitura informativa e equilibrada. O texto descreve o objetivo do programa de "romper o ciclo intra e intergeracional da pobreza", detalha valores, critérios de participação e etapas de implementação, e ainda reproduz trechos que ressaltam a diferença entre o SuperAção SP e políticas puramente assistenciais. Embora mencione brevemente a crítica da oposição, a CNN dá maior ênfase à estrutura do projeto e à fala institucional da Secretaria de Desenvolvimento Social, o que contribui para consolidar o **caráter técnico e inovador** da iniciativa.

No balanço geral, o impacto das duas matérias é positivo. A aprovação do programa representa um marco na agenda social do governo e reforça a narrativa de entrega e eficiência da gestão Tarcísio, ainda que a abordagem do *Globo* tenha procurado politizar o resultado. A CNN, por outro lado, equilibra o noticiário ao dar foco ao propósito do programa e ao seu potencial de transformação social.

Pontos positivos:

- A aprovação do projeto foi amplamente divulgada em veículos de grande audiência nacional.
- A CNN deu ênfase à estrutura técnica e ao objetivo de emancipação das famílias, alinhado ao lema "Superar é agir".
- O governo consolidou a imagem de uma gestão com entregas concretas na área social.

Riscos à imagem:

- Enquadramento do *Globo* que politiza a pauta e reforça a comparação com o Bolsa Família.
- Críticas da oposição reproduzidas sem contextualização técnica podem ressurgir em novas coberturas.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Produzir um balanço técnico pós-aprovação**, com dados sobre os próximos passos do programa e cronograma de implementação, para ser distribuído à imprensa nacional e regional. Esse material deve reforçar o conceito de política pública estruturada, planejada e baseada em evidências.
- **Oferecer entrevistas proativas à CNN, BandNews e Record News**, consolidando o tom técnico da cobertura e apresentando o programa como caso de sucesso em gestão social.
- **Propor artigo de opinião do governador Tarcísio de Freitas ao jornal *O Globo***, destacando o eixo "Superar é agir: transformando vidas, fortalecendo São Paulo". O texto deve enfatizar que o SuperAção SP é uma política de Estado, com base técnica e integração intersecretarial, e não uma medida de ocasião ou de viés eleitoral.
- **Desenvolver uma narrativa visual e digital integrada**, mostrando a aprovação como conquista institucional e início de uma nova fase da política social paulista, com ênfase em planejamento, tecnologia e resultados.

Data: 08/07/2025

Auditoria: 1 matéria (O Globo, veículo nacional de grande alcance)

Análise:

A reportagem *"Tarcísio lança programa de emprego e sanciona 'SuperAção', vitrines na área social para 2026"*, publicada em *O Globo*, apresenta um tom amplamente positivo, ainda que traga algumas observações políticas sobre o cenário eleitoral. A expressão "vitrines na área social" pode soar como uma alfinetada, mas, na prática, reforça o reconhecimento de que o **SuperAção SP** e o **Trampolim** podem se tornar símbolos de gestão bem-sucedida, programas com forte apelo público e capacidade de gerar impacto social real e visibilidade institucional.

A matéria valoriza a consolidação da agenda social do governador **Tarcísio de Freitas**, destacando o avanço simultâneo das políticas de combate à pobreza e geração de emprego e renda. O texto cita o lançamento do Trampolim, que conecta empresas e trabalhadores, e a sanção do SuperAção SP como marcos na estratégia de promoção de autonomia e emancipação produtiva. A presença de centenas de prefeitos e empresários durante o evento é tratada como sinal de adesão e reconhecimento ao programa.

O ponto alto da cobertura está no discurso do governador, especialmente na frase "vamos dar o peixe e também ensinar a pescar". Essa formulação é simples e poderosa, pois sintetiza o espírito do programa e o diferencia de políticas puramente assistencialistas. É uma ideia que une empatia e eficiência, mostrando que o combate à pobreza não beneficia apenas quem está em vulnerabilidade, mas melhora toda a sociedade ao gerar oportunidades, renda e estabilidade social. É um conceito que deve ser repetido sempre que possível, pois comunica de forma clara e emocional a filosofia do programa.

O *Globo* também destaca o esforço do governo em envolver o setor produtivo e os municípios, reforçando a imagem de cooperação e corresponsabilidade. Embora mencione o contexto eleitoral e as especulações sobre 2026, o texto não faz críticas diretas. As referências políticas acabam, na prática, realçando o êxito do programa, já que o coloca como vitrine legítima de políticas públicas com resultados concretos.

Pontos positivos:

- Enquadramento favorável e destaque nacional para as políticas sociais do governo.

- Citação ampla do discurso do governador, com ênfase em liberdade, emancipação e planejamento.
- Valorização da integração entre geração de emprego e assistência social.
- Reconhecimento da adesão de prefeitos e empresários, o que reforça a credibilidade do programa.

Riscos à imagem:

- Referências à disputa de 2026 e à expressão "vitrine" podem ser usadas pela oposição para dar tom político à pauta.
- A presença de prefeitos e empresários próximos ao governo pode gerar leituras eleitoreiras, exigindo equilíbrio no discurso público.

Ações da assessoria de imprensa:

- **Reforçar nos discursos e entrevistas a mensagem dita por Tarcísio**: "dar o peixe e também ensinar a pescar", explicando que o SuperAção SP combina proteção social e inclusão produtiva.
- **Preparar um kit de discurso para o governador e secretários**, com argumentos que associem o combate à pobreza ao fortalecimento da economia e da coesão social, reforçando que políticas sociais bem estruturadas geram desenvolvimento para todos.
- **Oferecer entrevistas e artigos de análise técnica** sobre o impacto da integração entre SuperAção e Trampolim, destacando São Paulo como exemplo de política social com responsabilidade fiscal e foco em resultados mensuráveis.
- **Produzir vídeos institucionais e posts para redes sociais** com depoimentos de beneficiários e agentes do programa, mostrando o caráter transformador da iniciativa e seu potencial para fortalecer o desenvolvimento humano e econômico do estado.

Data: 14/07/2025

Auditoria: 1 matéria (Jovem Pan – online)

Análise:

A matéria da Jovem Pan, *"Governo de SP anuncia contratação de 150 agentes para o SuperAção"*, apresenta um enquadramento totalmente positivo, reforçando o ritmo de implementação do programa e destacando seus princípios de transparência, planejamento e valorização profissional. O texto segue praticamente o conteúdo do release oficial, o que demonstra que as **ferramentas tradicionais de assessoria de imprensa continuam sendo eficazes**, especialmente quando o tema envolve prestação de serviço e impacto social direto.

A publicação enfatiza pontos estratégicos da comunicação institucional: a participação da Fundação Getúlio Vargas no processo seletivo, o foco na profissionalização dos agentes e o caráter inovador do SuperAção SP, estruturado em duas trilhas de atendimento: proteção social e superação da pobreza. A matéria reproduz também a descrição das três etapas "Proteger, Desenvolver e Incluir", o que reforça a clareza conceitual do programa e facilita a compreensão pública de como ele funciona na prática.

Outro mérito do texto está em destacar a **valorização do trabalho e dos profissionais envolvidos**, apresentando o pacote de benefícios e o processo seletivo como medidas de qualidade e responsabilidade administrativa. Esse tipo de conteúdo contribui para consolidar a imagem do programa como política pública moderna, estruturada e meritocrática, o que o diferencia de políticas assistenciais baseadas apenas na transferência de renda.

A repercussão na Jovem Pan também tem relevância simbólica. Trata-se de um veículo de grande alcance, com audiência identificada com pautas de gestão eficiente e responsabilidade fiscal, o que potencializa o impacto positivo da cobertura.

Pontos positivos:

- Reforço da transparência e do caráter técnico da implantação do programa.
- Ênfase no valor institucional do trabalho e na capacitação profissional dos agentes.
- Boa recepção de um conteúdo de serviço em um veículo de grande audiência.

Riscos à imagem:

- Nenhum risco identificado neste caso.

Ações da assessoria de imprensa:

- Continuar distribuindo releases sobre a execução do programa, priorizando veículos que valorizam prestação de serviço e boas práticas de gestão.
- Produzir versões segmentadas dos releases, com foco em veículos regionais, rádios e portais locais, para ampliar a capilaridade da cobertura.
- Manter atualizações periódicas à imprensa sobre os resultados e fases de implantação, fortalecendo a percepção de continuidade e eficiência administrativa.

65

Data: 19/07/2025

Auditoria: 1 matéria (Poder360 – online)

Análise:

A matéria *"SP anuncia 150 vagas para agentes de programa contra a pobreza"*, publicada no *Poder360*, tem conteúdo positivo e segue fielmente o texto do release oficial do Governo do Estado. O portal reforça o caráter técnico e a execução acelerada do programa, além de destacar a seriedade do processo seletivo conduzido pela FGV. A publicação reconhece o SuperAção SP como uma iniciativa de combate à pobreza com **planejamento, estrutura e inovação na gestão pública**, o que fortalece a imagem institucional da Secretaria de Desenvolvimento Social.

O texto apresenta informações detalhadas sobre as etapas de implantação, a contratação centralizada dos agentes, os critérios de formação e a integração com o SUAS, além de explicar as trilhas do programa e as metas de atendimento. O enquadramento reforça o compromisso do governo com políticas de longo prazo e foco na autonomia das famílias beneficiadas.

A presença da matéria em um veículo de credibilidade nacional como o *Poder360* demonstra que o programa tem potencial de repercussão para além do estado, principalmente por seu caráter técnico e ineditismo administrativo.

Pontos positivos:

- Cobertura nacional em um portal de referência em política e economia.
- Ênfase no planejamento, integração e ritmo de execução do programa.
- Reforço da imagem de São Paulo como modelo de política social responsável e inovadora.

Riscos à imagem:

- Nenhum risco identificado.

Ações da assessoria de imprensa:

- Valorizar internamente o bom desempenho dos releases e manter a estratégia de difusão técnica e transparente.

- Produzir novas pautas derivadas, com enfoque em resultados concretos e histórias reais de transformação social, para atrair coberturas futuras de mesmo perfil.
- Ampliar a interlocução com portais especializados e colunistas de economia e políticas públicas, posicionando o SuperAção SP como exemplo de inovação social com base em gestão de resultados.

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 de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Governo de São Paulo a Fator F coloca à disposição 15 (quinze) 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, 04 de novembro 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
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

1 – ROGER FERREIRA

Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada – Perfil Master (Altíssima Complexidade)

Rogério Ferreira, RG 14.455.303-X, é graduado em Jornalismo 1990 pela Escola de Comunicações e Artes da USP (ECA-USP) e Mestre em Ciência Política pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP (FFLCH-USP). Com vinte e dois anos e dois meses de experiência comprovada no ramo de comunicação, foi secretário de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo entre março de 2004 e março de 2006, época em que a avaliação do Governo chegou a 69% de opiniões ótimas e boas (Datafolha), tendo coordenado atividades de assessoria de imprensa e comunicação, propaganda, marketing e relações com a mídia. Fundou a Fator F Inteligência em Comunicação em dezembro de 2006 e desde então é o Diretor Responsável da empresa, orientando todos os atendimentos e coordenando a produção dos diversos serviços, dentre os quais assessoria de imprensa e comunicação, comunicação digital e interna. Dentre os clientes atendidos nesse período está a Prefeitura de São Paulo/SECOM e diversos órgãos públicos, como Secretaria Municipal de Saúde da Capital, CDHU, Secretaria de Estado da Educação, Secretaria de Estado da Habitação, Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Comitê Paulista da Copa do Mundo FIFA 2014 e outros. Atuou em equipes de comunicação de campanhas eleitorais. Foi subeditor das seções de Brasil e Economia e Negócios da revista Veja (1995-1998) e atuou na Folha de São Paulo como correspondente em Buenos Aires (1990) e repórter de política em Brasília (1991-1993), entre outras funções. Foi colunista de política da Folha da Tarde (1993-1995), e chefe da assessoria de imprensa da Caixa Econômica Federal (1999-2002) e da Nossa Caixa (2003). Possui experiência, conhecimentos e habilidades na liderança de equipes de comunicação integrada e nos serviços do Edital.

DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Rogério Ferreira, RG 14.455.303-X,** possui mais 22 anos de experiência comprovada, além da experiência, conhecimentos e habilidades na liderança de equipes de comunicação integrada e nos serviços do Edital.

São Paulo, 04 de novembro 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

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

Eu, Prof. Dr. Roberto Leal Lobo e Silva Filho REITOR DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, no exercício de minhas atribuições legais, faço saber, à vista da aprovação obtida por

Rogerio Ferreira

nacionalidade Brasileira, portador do RG n. 14.455.303

nascido a 28 de dezembro de 1965 e

Natural do Estado de São Paulo,

que lhe foi conferido, em 28 de dezembro de 1989, o grau de

Bacharel em Comunicação Social

E, para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais, outorguei-lhe o presente Diploma, que assino, juntamente com o Diretor da Escola de Comunicações e Artes e o Diplomado.

Reitoria da Universidade de São Paulo, aos 23 de janeiro de 1990

Reitor

Diretor da Unidade

Rogerio Ferreira
Diplomado

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA COPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL DOU FÉ
S.P. 11 NOV. 2019
Válido somente com o selo de autenticidade
MIAS DOS SANTOS
Serventia Autorizada
Isabel, 363 - São Paulo - SP
AC1098BB04082462

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
APOSTILA

Apostila-se o presente para declarar que o interessado concluiu Habilitação em **Jornalismo** em 08 de dezembro de 1989

Escola de Comunicações e Artes

São Paulo, 23 de janeiro de 1990

PROF. DR. JOSÉ MARQUES DE MELO
DIRETOR

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Anotada a Apostila
São Paulo, 12 de fevereiro de 1990.
Secção de Registro de Diplomas

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Diploma registrado sob n.º 833412
processo n.º 90.14949.1.5
Em 12 de fevereiro de 1990.
Por Delegação de Competência do Ministério de Educação e Cultura (Portarias Nº 726/77, 71/77 e 30/79).

CONFERE
Em 03/05/1990
Secção de Registros

DIPLOMA REGISTRADO NA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, POR DELEGAÇÃO DE COMPETÊNCIA DO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA.
São Paulo, 3 de Maio de 1990.
Prof.º Dr.º LOR OURY
Secretário Geral

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 11 NOV 2019
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Rua Professor Isabel, 363 - Brooklin
04601-001 - São Paulo - SP - Tel.
CÓDIGO DE AUTENTICAÇÃO
Valeu somente com o selo de autenticidade
AQ10988BP0498481

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

O Reitor da Universidade de São Paulo confere a

Rogerio Ferreira

brasileiro, natural do Estado de São Paulo,

nascido a 28 de dezembro de 1965, R.G. nº 14.455.303 - SP

o presente diploma de **Mestre em Ciências**

Área de concentração: **Ciência Política**

tendo em vista que, em 13 de março de 2000, satisfez todas as exigências pertinentes a este grau, estabelecidas no Regulamento dos Cursos de Pós-Graduação da

Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas

para que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas concedidas pela legislação vigente.

Reitoria da Universidade de São Paulo, aos 07 de dezembro de 2000

Prof. Dr. Jacques Marcovitch
Reitor

Prof. Dr. Héctor Francisco Gennari
Pró-Reitor

Profª Drª Ana Cury
Secretário Geral

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL ORDEM E PROGRESSO

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO ★ 1934 ★ SCIENTIA VINCES

Cartório Tabelião de Notas S.P. 18 JUN. 2020 NORWALDO GOIS DA CRUZ
CÓPIA AUTENTICADA EXPEDIDA PELO CARTÓRIO COM O ORIGINAL. DOU FÉ
Selo Autenticidade: 111203 AU1098BB0724810

13º Tabelião de Notas da Capital - SP
KARINA CHAGAS GARABITO
ESCREVENTE AUTORIZADA
Rua Princesa Isabel 363 - São Paulo - SP

Curso Reconhecido de acordo com o disposto na Portaria MEC n.º 132 de 02.02.99, DOU de 03.02.99.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Secretaria Geral
Divisão de Registros Acadêmicos

Diploma registrado sob n.º 039084
Processo n.º 2000.5.904.81,
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.
São Paulo, 02 de fevereiro de 2001

LUIS CARLOS PASTOR
Técnico Acadêmico

De acordo.

Profa. Dra. LOR CURY
Secretária Geral

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA COPIA EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P.
8 JUN 2022
NORINALDO GOIS DA LUZ
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - Bloco II
04001-001 - São Paulo - SP - Tel.: 5
CADA AUTENTICAÇÃO
Válido somente com o selo de autenticidade

111203
AUTENTICAÇÃO
AU1098BB0724911

13º Tabelião de Notas da Capital - SP
KARINA CHAGAS GARABITO
ESCREVENTE AUTORIZADA
Rua Princesa Isabel, 363 - São Paulo - SP

2 – ROGER PELIZZARI

Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada – Perfil Sênior (Alta 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 três períodos: 03/01/2005 a 27/02/2007; 16/06/2008 a 25/11/2014; e 06/04/2019 a 05/04/2024, realizando atividades de assessoria de imprensa, implantação de projetos como o portal de notícias da PMSP e a coordenação da equipe de comunicação digital, totalizando 13 anos e sete meses 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. 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 três períodos, 03/01/2005 a 27/02/2007; 16/06/2008 a 25/11/2014; e 06/04/2019 a 05/04/2024, realizando atividades de assessoria de imprensa, implantação de projetos como o portal de notícias da PMSP e a coordenação da equipe de comunicação digital, totalizando 13 anos e 7 meses 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. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

São Paulo, 04 de novembro 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

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

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 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

Diretor

Reitor

Diplomado

Diretora de Registro Acadêmico

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL, DOU FÉ.
S.P. 22 JAN. 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
AU1098BC8029077

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.° 264 de 04-05-89 publicada no D.O.U. de 05-05-89

Curso de

COMUNICAÇÃO SOCIAL

Reconhecido pela Portaria n.° 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.

Diretora

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

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Anotada a Apostila
São Paulo, 29 de Junho de 2000
Técnico Acadêmico

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Secretaria Geral
Divisão de Registros Acadêmicos
Diploma registrado sob n.° 1237956
Processo n.° 99.1.28294.1.7
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.
São Paulo, 29 de Junho de 2000
ARLEY ROZENA
Técnico Acadêmico
De acordo.
Profa. Dra. LOR CURY
Secretária Geral

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

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU

FACULDADE DE LETRAS, ARTES, COMUNICAÇÃO 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 2000. JORNALISMO

13 / 08 / 2001

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 FÉ.
S.P. 22 JAN 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
04601-001 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7822
CADA AUTENTICAÇÃO - R$ 8,90
Selo Notarial do Brasil
141203
AUTENTICAÇÃO
AU18880029070

519-502 61-W03

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.

REITOR
PROF. DR. JOÃO GRANDINO RODAS

PRÓ-REITOR DE
PÓS-GRADUAÇÃO
PROF. DR. VAHAN AGOPYAN

DIPLOMADO
ROGERIO PELIZZARI DE
ANDRADE

Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
PEDIDA PELO CARTÓRIO,
ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 12 JAN. 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Rua Princesa
04601-001. S
CADA AUTENTICAÇÃO
Válido somente com o selo de autenticidade
AUTENTICAÇÃO
AU109BBC0029037

PROGRAMA RECONHECIDO DE ACORDO 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.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
DIRETOR TÉCNICO DE DIVISÃO

ARIOSVALDO BEZERRA DE SOUSA

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 22 JAN. 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel
04601-00
Paulista
5041-7622
- R$ 3,90
AUTENTICAÇÃO
AU098BC0029028

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

eca

Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA COPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 27 JAN 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente
Rua Princesa Isabel, 563 - Brooklin Paulista
04601-001 - São Paulo - SP - Tel.: 5641-7622
CADA AUTENTICAÇÃO - R$ 3,90
Selo Digital
133203
AUTENTICAÇÃO
AU099SC0029020

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
PROCESSO Nº 2019.5.170.27.2
NOS TERMOS DO ARTIGO 48 DA LEI 9394/96.
SÃO PAULO, 07 DE MAIO DE 2019.

RICARDO DE OLIVEIRA KLEFENS
ANALISTA PARA ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS

DE ACORDO.

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

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 22 JAN. 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
04601-001 - São Paulo - SP - Tel. 5041-7627
CADA CÓPIA AUTENTICADA - R$ 3,90
111203
AUTENTICAÇÃO
AU098BC0029010

Nº 0367560

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
O ESTADO DE S. PAULO

Carlos Alberto Di Franco
UNIVERSIDADE DE NAVARRA

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)

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

O ESTADO DE S.PAULO · Jornal da tarde · AGÊNCIA ESTADO · RÁDIO ELDORADO · CREDICARD · Itaú · PHILIP MORRIS BRASIL · SIEMENS

Francisco José Arouche Ornellas
COORDENADOR DO CURSO INTENSIVO DE JORNALISMO APLICADO

Cartório de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA REPRODUZ FIEL E INTEGRALMENTE O ORIGINAL QUE TE.
S.P. 22 JAN. 2021
Válido somente com o selo de autenticidade
111503
AUTENTICAÇÃO
AU1098BC0028690
MIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
São Paulo - SP - Tel: 5041-7622
AUTENTICAÇÃO - R$ 3,90

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.

DIRETOR
MAURO WILTON DE SOUSA

PRÓ-REITORA DE CULTURA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA
PROFª DRª MARIA ARMINDA DO NASCIMENTO ARRUDA

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA REPRODUZ FIELMENTE O ORIGINAL. DOU FÉ.
CONFERE COM O ORIGINAL
SP 12 JAN 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
CEP 04601-000 - São Paulo - SP - Tel.: 5041-7622
AUTENTICAÇÃO - R$ 3,90
AU1098BC0029065

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

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 22 JAN. 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
São Paulo - SP - Tel. 5041.7622
AUTENTICAÇÃO - R$ 3,90
AU1098BC0029049

Nº 0053316

3 - LUCIANA SOUZA

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

Luciana de Souza, RG 25.555.777-2 (SSP-SP), jornalista formada em 2001 pela universidade Uniban e técnica em Publicidade formada em 1993 pela Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap), possui mais de 15 anos de experiência comprovada. Foi repórter do site da Câmara Municipal de São Paulo entre 2006 e 2007, redatora do UOL entre 2005 e 2006, redatora da TV1 Produtora em 2002 e repórter do site Cidade Internet (2001). Com ampla experiência em redações (Agora São Paulo, Quatro Rodas, Contigo! e outras), coordenou a assessoria de imprensa da Fator F baseada na Secretaria de Estado da Educação entre janeiro de 2009 e dezembro de 2011 e atou nas equipes de comunicação digital das candidaturas a prefeito de Gilberto Kassab (2008) e Marta Suplicy (2004). Desde 2012 é sócia-diretora da Fator F Inteligência em Comunicação e lidera atendimentos nas áreas de comunicação digital

.

DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Luciana de Souza, RG 25.555.777-2,** possui mais de 15 anos de experiência comprovada. Foi repórter do site da Câmara Municipal de São Paulo entre 2006 e 2007, redatora do UOL entre 2005 e 2006, redatora da TV1 Produtora em 2002 e repórter do site Cidade Internet (2001). Com ampla experiência em redações (Agora São Paulo, Quatro Rodas, Contigo! e outras), coordenou a assessoria de imprensa da Fator F baseada na Secretaria de Estado da Educação entre janeiro de 2009 e dezembro de 2011 e atou nas equipes de comunicação digital das candidaturas a prefeito de Gilberto Kassab (2008) e Marta Suplicy (2004). Desde 2012 é sócia-diretora da Fator F e lidera atendimentos nas áreas de comunicação digital, com atuação em relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação como redes sociais, chats e blogs.

São Paulo, 01 de setembro 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

AND
79

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

UNIBAN
UNIVERSIDADE BANDEIRANTE
DE SÃO PAULO

O Reitor da Universidade Bandeirante de São Paulo, no uso de suas atribuições
e tendo em vista a conclusão do curso de Comunicação Social,
em 13 de dezembro de 2001, confere o título de Bacharel em Comunicação Social a

Luciana de Souza

Nacionalidade: Brasileira — Natural do Estado de São Paulo

Nascida em 09 de fevereiro de 1976 — R.G. n.º 255557772

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 2006

Coordenadora do Centro de Registro Acadêmico — Diplomado — Reitor

13º Tabelião de Notas
PARA COPIA, AUTENTICAÇÃO EXPEDIDA PELO CARTÓRIO
CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ
S.P. 18 JUN 2008
NORTINO DO COIS DA LUZ
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
São Paulo - SP
Autorizado
AUTENTICAÇÃO

111203
AUTENTICAÇÃO
AU1098BB0724764

13º Tabelião de Notas
da Capital - SP
KARINA CHAGAS GARABITO
ESCREVENTE AUTORIZADA
Rua Princesa Isabel, 363 - São Paulo - SP

Prof. Dr. Heitor Pinto e Silva Filho
Reitor

Dr. Marcos Roberto Zacarin
Diretor Administrativo / Educacional

Elaine Cristina Momisso Paes Leme
Coordenadora do Centro de Registro Acadêmico

Curso de Comunicação Social
Habilitações: Publicidade e Propaganda
Jornalismo

Reconhecido pela Portaria Ministerial nº 424/2006
D.O.U. de 06/02/06

UNIVERSIDADE BANDEIRANTE DE SÃO PAULO
APOSTILA
Habilitação: Jornalismo
Conclusão: 2001
São Paulo, 02 de outubro de 2006

Elaine Cristina Momisso Paes Leme
Coordenadora do Centro de Registro Acadêmico

UNIBAN
Universidade Bandeirante de São Paulo
ANOTADA A APOSTILA

São Paulo, 28 de novembro de 2006

Maria de Fátima Bezerra Lopes
Auxiliar de Registro de Diplomas

UNIBAN - UNIVERSIDADE BANDEIRANTE DE SÃO PAULO
Centro de Registro Acadêmico
Setor de Registro de Diplomas

Diploma registrado sob n.º 021830

Processo n.º 0605327
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96

São Paulo, 28 de novembro de 2006

Maria de Fátima Bezerra Lopes
Auxiliar de Registro de Diplomas

De acordo.

ELAINE CRISTINA MOMISSO PAES LEME
Coordenadora do Centro de Registro Acadêmico

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 18 JUN. 2020
NORINALDO GOIS CALUZ
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - 04601-001 - São Paulo
CADA AUTENTICAÇÃO
AUTENTICAÇÃO
AU1098BB0724755

13º Tabelião de Notas da Capital - SP
KARINA CHAGAS GARABITO
ESCREVENTE AUTORIZADA
Rua Princesa Isabel, 363 - São Paulo - SP

19893

UNIBAN
UNIVERSIDADE BANDEIRANTE DE SÃO PAULO

4 - 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 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 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, 04 de novembro 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

81

Federação de Escolas Superiores do ABC

INSTITUTO METODISTA DE ENSINO SUPERIOR

CERTIFICADO

O vice-Diretor da Federação de Escolas Superiores do ABC, tendo em vista que,

VAGNER RODRIGUES DE MAGALHÃES

RG Nº 20.214.203 *, nascido em* São Paulo - SP

a 21/10/1971 *concluiu no ano letivo de* 1995 *o curso de* C O M U N I C A Ç Ã O S O C I A L

Habilitação em J O R N A L I S M O

confere ao *mesmo o presente certificado de* BACHAREL EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

nos termos regimentais, cuja data de colação de grau é a mesma da expedição deste certificado para que possa gozar dos direitos e prerrogativas concedidos a este título pelas Leis do País.

São Bernardo do Campo, 22 *de* Março *de 19*96.

PROF. MIGUEL DE ABREU ROCHA
COORDENADOR DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Prof.o Dr. Ronaldo Cahler Rosa
Diretor Geral

Registro 143032 AUTENTICAÇÃO AUT08CAG0285469

Rua Coronel Luiz Americano, 120, 42 - SP
Autenticação - Autentico a presente cópia reprográfica, a qual confere com o original
Dou fé.
22 AGO 2025
Richard Adans Soler da Silva
Escrevente Autorizado

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

5 - 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 15 anos e sete meses de experiência. Possui conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing.

São Paulo, 04 de novembro 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

82

2.ª Via

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM e PROGRESSO

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 1983,
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 MATARAZZO - SÃO PAULO - CAPITAL
Rua Boaventura Rodrigues da Silva, 112
MARIA BEATRIZ LIMA FURLAN
AUTENTICAÇÃO
Autentico 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 autenticidade
115428
AUTENTICAÇÃO
AU1082AE032891

Diretor

Reitor

Diplomada

Diretora de Registro Acadêmico

Prof. José Reinaldo Altenfelder Silva Mesquita
Reitor

Prof. Rosário Antônio D´Agostino
Diretor

Profª. Maria Cláudia Mesquita Poças
Diretora de Registro Acadêmico

UNIVERSIDADE SÃO JUDAS TADEU
Reconhecida pela Portaria nº 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 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

OFICIAL DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E TABELIÃ 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 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 autenticidade
AU1082AE0325932

05679

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.

Profa. 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 nº 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 _____

Magulna Rocha Brandt
Coordenadora da Secretaria de Administração Escolar

1º Ofício de Notas e Protesto de Brasília
CRS Quadra 505 - Bloco C - Lotes 1, 2 e 3 | CEP: 70.350-530 | Brasília - DF
Fone: (61) 3799-1515 | www.cartoriojk.com.br
CARTÓRIOJK
Tabelião: Mc Arthur Di Andrade Camargo

AUTENTICAÇÃO CÓPIA

Confere com o original.(Lei n.8.935/94)
Brasília-DF, 01 de Julho de 2025
REINALDO GOMES
ESCREVENTE
Consultar selos: www.tjdft.jus.br
739 - Selo:TJDFT20250010539540MYFE

1º Ofício de Notas e Protesto
JOÃO RIBEIRO DA SILVA
Escrevente
Cartório JK

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 cientes 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 cientes 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, 04 de novembro 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

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

27º SUBTÓ TATUAPÉ - SP
Luiz Americano, 228/242 - SP
- Autentico a presente cópia
qual confere com o original
29 AGO 2025
de Carvalho Mendes
vente Autorizado
Selos pagos por verba

de Pessoas
7º Sub
AUTENTICAÇÃO
AU1081AG0237225

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

AMERICAN BANK NOTE CO

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
Encarregado de Registro

REG. CIVIL 27º SUBTO TATUAPÉ - SP
Rua Coronel Luiz Americano, 228/242 - SP
Autenticação - Autentico a presente cópia reprográfica, a qual confere com o original.
Dou fé.
Selos sorteio com o selo de autenticidade
29 AGO 2025
Selos pagos por verba
Diego de Carvalho Mendes
Escrevente Autorizado
Registro Civil de Pessoas Naturais
27º Subdist.
TATUAPÉ
Colégio Notarial do Brasil Seção São Paulo
142032
AUTENTICAÇÃO
AU1081AG0237262

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
Encarregado de Registro

De Acordo.

PROF. PERCIO CHAMMA JÚNIOR
Diretor de Ensino e Extensão

Nº 1503 L 60-08 Fls. 12

Universidade Nove de Julho

UNINOVE

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.N.E./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

Maria de Fatima Pereira de Brito
Diplomado

Prof. Aparecido Lucimar Munson
Secretário de Registro de Diplomas

Registro Civil de Pessoas
27º Sub...
143082
AUTENTICAÇÃO
AU1081AG0297236

Rua Coronel Luiz Americano, ...
Autenticação: Autentico a presente cópia reprográfica, a qual confere com o original.
Dou fé.
29 AGO 2025
Diego de Carvalho Mendes
Escrevente Autorizado
Atos pagos por verba

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

Aline Lopes Mergulhão
Setor de Registro de Diplomas

De acordo,

Prof. Aparecido Lucimar Munson
Secretário de Registro de Diplomas

REG. CIVIL 27º SUBTO TATUAPÉ - SP
Rua Coronel Luiz Americano, 228/242 - SP
Autenticação - Autentico a presente cópia fotográfica, a qual confere com o original.
Dou fé.
29 AGO 2025
Diego de Carvalho Mendes
Escrevente Autorizado
Selos pagos por verba

Registro Civil de Pessoas Naturais
27º Subdistrito
TATUAPÉ

143052
AUTENTICAÇÃO
AU1081AG0237261

Elaborado: Adriana
Conferido: Aline
Data: 23/11/2012

006.457

UNINOVE
Universidade Nove de Julho

7 - SIMONE MOURÃO

Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Pleno (Média Complexidade)

Simone Mourão Lemos, RG 44.316.252-9, é jornalista formada pela Universidade Paulista. Possui mais de 14 anos de experiência comprovada. Atuou na Assessoria de Imprensa e Comunicação da Prefeitura do Município de São Paulo em funções de reportagem, redação, assessoria de imprensa e organização de banco de dados. Foi editora assistente do portal da PMSP, função na qual alimentava o site com textos, fotos e outras informações. Atuou no núcleo de serviços de comunicação digital que a Fator F prestou para a Secretaria Especial de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Paulo entre 09/04/2019 e 08/04/2025, com atuação em relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação como redes sociais, chats e blogs.

DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que **Simone Mourão Lemos, RG 44.316.252-9,** possui mais de 14 anos de experiência comprovada. Atuou na Assessoria de Imprensa e Comunicação da Prefeitura do Município de São Paulo em funções de reportagem, redação, assessoria de imprensa e organização de banco de dados. Foi editora assistente do portal da PMSP, função na qual alimentava o site com textos, fotos e outras informações. Atuou no núcleo de serviços de comunicação digital que a Fator F prestou para a Secretaria Especial de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Paulo entre 09/04/2019 e 08/04/2025, com atuação em relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação como redes sociais, chats e blogs.

São Paulo, 04 de novembro 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 Paulista

UNIP
UNIVERSIDADE PAULISTA

O Reitor da Universidade Paulista, no uso de suas atribuições
e tendo em vista a colação de grau no Curso de Comunicação Social,
em 22 de março de 2011, confere o título de

Bacharel em Comunicação Social a

Simone Mourão Lemos

brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 11 de setembro de 1985,
R.G. nº 44.316.252-9- SP

e outorga-lhe o presente Diploma,
a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais.
São Paulo, 22 de março de 2011

Reitor

Diplomado

Secretário Geral

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA FOTOSTÁTICA É CONFORME O ORIGINAL QUE ME FOI APRESENTADO, DOU FÉ.
31 MAIO 2019
Válido somente com o selo de autenticidade
ANA CHAGAS GARABITO
Tabelião Autorizada
Rua Isabel, 363 - Brooklin Paulista
São Paulo - SP - Tel: 5041-7822
AUTENTICAÇÃO - R$ 3,60

COLÉGIO NOTARIAL DO BRASIL
ESTADO DE SÃO PAULO
111203
AUTENTICAÇÃO
AU109BB0012506

Reitor: Dr. João Carlos Di Genio
Vice-Reitor de Graduação: Dr. Yugo Okida
Secretário Geral: Prof. Afonso Celso Fraga Sampaio Amaral
Secretário Geral Adjunto: Prof. Edison Fernandes

Universidade Paulista

Reconhecida pela Portaria MEC n.° 550
D.O.U de 09-11-1988

Curso de Comunicação Social

Reconhecido pelo Decreto 77.546, publicada no D.O.U. em 05 de maio de 1976.
Reconhecimento renovado nos termos da Portaria Ministerial 2.413, publicada no D.O.U. em 08 de julho de 2005.

O diplomado concluiu nesta Universidade a
Habilitação em:

Jornalismo

São Paulo, 22 de março de 2011

.....
Secretário Geral

UNIVERSIDADE PAULISTA – UNIP

Secretaria Geral
Departamento de Registros de Diplomas

Diploma registrado sob n.° 214507
Processo n.° 2011.1.206654
nos termos do Artigo 48 § 1° da Lei 9394/96,
São Paulo, 13 de setembro de 2011

De acordo.

Prof. Edison Fernandes
Secretário Geral Adjunto
RG: 2.813.885

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL DOU FÉ.
S.P. 31 MAIO 2019
KARINA CHAGAS CARABITO
Serventa Autorizada
Rua Isabel, 1 - São Paulo - SP - Brooklin Paulista - Tel: 5041-7622
AUTENTICAÇÃO - R$ 3,80

COLÉGIO NOTARIAL DO BRASIL
11203
AUTENTICAÇÃO
AU109888B0012633

046103

8 - ADRIANA ALVES

Assessor de Imprensa e Comunicação Interna – Perfil Sênior (Alta 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 09/03/20100 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.

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 09/03/20100 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, 04 de novembro 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

Universidade de Ribeirão Preto

Associação de Ensino de Ribeirão Preto

UNAERP

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

VANESSA FRANÇA BONINI PANICO
Diretora de Assuntos Comunitários e Estudantis

Diplomada

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO
CONFERE COM O ORIGINAL
S.P. 20 JUN 2011
MICHELE NUNES OLIVEIRA
AUTENTICAÇÃO

111203
AUTENTICAÇÃO
AU1098BC0259262

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

Diploma registrado sob n.º 9118,
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
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.

Rosangela Maria Tíglia 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
Diretora de Assuntos Comunitários e Estudantis

UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO

APOSTILA AVERBADA: JORNALISMO.

Ribeirão Preto, 23 de março de 2004

Rosangela Maria Tíglia Vilar
Encarregada do Setor de Registro de Diplomas da UNAERP

13º Tabelião de Notas
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
28 JUN. 2021
MICHEL MENDES QUINTINO
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363
04601-001 - São Paulo
CAOA AUTENTICAÇÃO
Válido somente com o selo de autenticidade
111203
AUTENTICAÇÃO
AU1098BC0259267

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, 04 de novembro 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

Faculdades Integradas Alcântara Machado

O 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, 03 de fevereiro de 2.002.

Secretário Geral

Diplomado

Diretor Geral

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTÊNTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA DESTAS NOTAS, CONFORME ORIGINAL APRESENTADO
1 ABR 2025
VÁLIDO SOMENTE COM ESTAMPA DE AUTENTICAÇÃO
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0986587

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
"ALCÂNTARA 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

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Anotada a Apostila
São Paulo, 14 de novembro de 2002
Técnico Acadêmico

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
SECRETARIA GERAL
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS
Diploma registrado sob n.º 1310538
Processo n.º 2002.1.15515.1.3
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.
São Paulo, 14 de novembro de 2002
LEILA VAZ DE SIQUEIRA
Técnico Acadêmico
De acordo,
RENATA DE GÓES CORDEIRO PINHO TEIXEIRA DOS REIS
Respondendo pela Secretaria Geral

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTÊNTICO A PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA
NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
APRESENTADO, DOU FÉ.
15 JUL 2025
P/AUT R$ 5,00
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0966602
LHE COM SELO DE AUTENTICIDADE
SANDRO LUCA FERREIRA
EVENTE AUTORIZADO

MINISTÉRIO DO TRABALHO

SECRETARIA DE EMPREGO E SALARIO

CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL

Série 00079-SP

Número 76049

Polegar Direito

ASSINATURA DO PORTADOR

8 QUALIFICAÇÃO CIVIL

Nome Marcelo dos Santos Nerun

Loc. Nasc. Sao Paulo

Est. Data 22/9/79

Filiação Agenor dos Santos Nerun e Odette dos Santos Nerun

Est. Civil Solteiro Doc. N.º

Fls. Liv. 18 Reg. Civil 721-313

Outro do

Situação Militar: Doc.

N.º Órgão Est.

Naturalizado Dec. N.º

ESTRANGEIROS

Chegada ao Brasil em

Doc. Ident. Nº

Estado

Obs.

07/4/86 DRT

Assinatura do Funcionário

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTÊNTICO A PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA
NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
APRESENTADO
14 AGO 2025
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0965816
VALIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
ALESSANDRO LUCA FERREIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO

96

(Atestado médico, alteração do contrato do 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 3737 Fls. 92 Livro 169
processo DRT/SP Nº 46219
00629/03-80 em 14.03.03

São Paulo 14 de 03 de 2003

Ass./Serv.

DELEGACIA REGIONAL DO TRABALHO
S. Paulo

OSVALDO JOAQUIM DE OLIVEIRA JÚNIOR
RG: 26.706.747-3

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE COPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
JUL 2025
P/AUT: R$ 5,00

Colégio Notarial do Brasil Seção São Paulo
114470
AUTENTICIDADE
AU1087AF0988880
SELO DE AUTENTICIDADE
RENATA FERREIRA
AUTORIZADO

97

10 – LILIAN TUPAM

Perfil Videomaker

Lilian Soares Tupam, RG 45.676.704-6, é formada em Comunicação Social, com habilitação em Rádio e Televisão, pelo Centro Universitário FIAMFAAM, e possui formação técnica na área audiovisial com o Curso de Design Gráfico e Edição na Escola RedZero Arte e Entretenimento Digital, com carga total de 200 horas, incluindo módulos de Design, VFX, WEB e 3D. Desde 20/07/2020 até a data atual é subcoordenadora de Multimídia da Fator F no atendimento da Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura de São Paulo, e entre 01/06/2017 e 19/07/2020 foi editora de vídeo assistente na Editora de Vídeo Nó de Gravata Films. Tem perfil de operador de câmera com acúmulo da função de edição (videomaker) com plena capacidade para cumprir todas as etapas de uma produção audiovisual.

DECLARAÇÃO

A Fator F Inteligência em Comunicação declara, sob as penas da Lei, que Lilian Soares Tupam, RG 45.676.704-6, possui oito anos e um mês de experiência comprovada, tendo atuado nas empresas Editora de Vídeo Nó de Gravata Films (01/06/2017 a 19/07/2020) e nesta agência desde 20/07/2020 até a data atual.

São Paulo, 15 de julho 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

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

FIAM
CENTRO UNIVERSITÁRIO

O Reitor da **FIAM - FAAM - Centro Universitário,** no uso de suas atribuições e tendo em vista a colação de grau do curso de Comunicação Social em 24 de julho de 2017, confere o título de Bacharela em Comunicação Social a

FIAMFAAM

Lilian Soares Tupam

nacionalidade brasileira, natural do Estado de São Paulo, nascida a 10 de julho de 1995, cédula de identidade RG nº 45.676.704-6 - SSP, e outorga-lhe o presente Diploma, a fim de que possa gozar de todos os direitos e prerrogativas legais

São Paulo, 07 de abril de 2018

Prof. Cristiane da Silva Hashimoto
Secretária-Geral

Diplomada

Prof. Manuel Nabais da Furriela
Reitor

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA FOLHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA
NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
APRESENTADO DOU FÉ.

114470
AUTENTICAÇÃO
VALIDO SOMENTE
AA10824FU566649
ESCREVENTE
CIDADE

R$ 9,00

FIAM - FAAM - CENTRO UNIVERSITÁRIO

Diploma registrado sob nº **9847** .

Processo nº **9865/2018**

nos termos do Artigo 2º do Decreto nº 5.786/2006

São Paulo, 07 de abril de 2018

Adriana Coelho Lima Leite
Setor de Registro de Diplomas

De acordo,

Profª Cristiane da Silva Hashimoto
Secretária-Geral

Prof. Manuel Nabais da Furriela
Reitor

Curso:
COMUNICAÇÃO SOCIAL

Portaria MEC nº 431 de 15/05/2017, publicada no D.O.U. de nº 93 de 17/05/2017.

FIAM - FAAM - CENTRO UNIVERSITÁRIO

APOSTILA
A diplomada concluiu neste Centro Universitário a habilitação em:
RÁDIO E TELEVISÃO

FIAM - FAAM - CENTRO UNIVERSITÁRIO
ANOTADA A APOSTILA
São Paulo, 07 de abril de 2018
.....
Setor de Registro de Diplomas

Vampré 14º Tabelião de Notas de São Paulo
Reconheco por Semelhanca a(s) firma(s) de:
DIGO: A CHANCELA MECANICA DAS FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS EDUCACIONAIS LTDA
Sao Paulo, 30 de Janeiro de 2019.
R$6,25 SELO(S) SI104AC046333I
Válido somente com selo de autenticidade
14º TABELIÃO - VAMPRÉ
FIRMA 1

Vampré 14º Tabelião de Notas de São Paulo
Reconheco por Semelhanca a(s) firma(s) de:
DIGO: A CHANCELA MECANICA DAS FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS EDUCACIONAIS LTDA
Sao Paulo, 30 de Janeiro de 2019.
R$6,25 SELO(S) SI104AC046332
Válido somente com selo de autenticidade
14º TABELIÃO - VAMPRÉ
FIRMA 1

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF066661
JUL 2015
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
ALESSANDRO LUCA FERREIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO

CERTIFICADO

DIGITAL ARTS 1.ZERO

1.ZERO

UMA EMPRESA DO GRUPO
FULL SAIL UNIVERSITY

Certifico que o(a) aluno(a)

Lilian Soares Tupam

concluiu com êxito o curso Digital Arts 1.Zero com carga horária total de 200 horas, dividido em 50 horas para módulo Design, 50 horas para módulo VFX, 50 horas para módulo WEB e 50 horas para módulo 3D, na data de 11/ 09/ 2015.

Coordenador de ensino

Aluno

Adobe AUTHORIZED Training Center

REDZERO
ESCOLA DE GAME E ENTRETENIMENTO DIGITAL

AUTODESK Authorized Training Cent

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRAFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
15 JUL 2025
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
ALESSANDRO LUCA FERRE
ESCREVENTE
Colégio Notarial do Brasil Seção São Paulo
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0966666

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, 04 de novembro 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

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

Senac

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

1º OFÍCIO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO. DOU FÉ.
09 ABR 2025
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0967889

Maria Stela Reis Crotti
Diretora de relacionamento e serviços ao aluno

Sidney Zagamin Latorre
Reitor

Diplomado

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

2ª via

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

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO. DOU FÉ.
ABR 2025
R$ 5,00
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0957892

FSC
www.fsc.org
MISTO
Papel produzido a partir de fontes responsáveis
FSC® C118077

Certificado atribuído a:

Edson Lopes Jnr

Pela partcipação, com aproveitamento, no curso

Workshop de fotojornalismo

Em *Sao Paulo, Brasil*

Data *16 a 18 de maio 2012*

Formador

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA
MESTAS NO... ...RME ORIGINAL
APRESE... ...FÉ.
1144701 5 2025
AUTENTICAÇÃO
AU1007AF0966518
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
ALESSANDRO LUCA FERREIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO

P/ADT. R$ 9,00

THOMSON REUTERS FOUNDATION

NF

103

EM BRANCO

b_arco

centro cultural

Certifica-se que **EDSON LOPES JUNIOR** participou do curso

DESCONDICIONAMENTO DO OLHAR,

ministrado por **CLÁUDIO FEIJÓ** nos dias 22 e 23 de Fevereiro de 2013,

com carga horária total de 12 horas.

São Paulo, 23/02/2013

CENTRO CULTURAL B_ARCO

CLÁUDIO FEIJÓ

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTÊNTICO A PRESENTE
CÓPIA REPRODUZ GRÁFICA EXTRAÍDA
DESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
APRESENTADO. DOU FÉ.

114470

AUTENTICAÇÃO

AU1087AF0966644

EM BRANCO

MINISTÉRIO DO TRABALHO

SECRETARIA DE POLÍTICAS DE EMPREGO E SALÁRIO

CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL

Número 035860 Série 00262 SP

Edson Lopes Jr.

ASSINATURA DO PORTADOR

QUALIFICAÇÃO CIVIL

Nome Edson Lopes Junior

Loc. Nasc. Capital Est. SP Data 25.12.84

Filiação Edson Lopes e Lucia Aparecida de Santana Lopes

Doc. n.º RG 43.667.882-2 SP

ESTRANGEIROS

Chegada ao Brasil em ..../..../.... Doc. Ident. n.º

Exp. em ..../..../.... Estado

Obs.

Data Emissão 21.04.99 DRT

Assinatura do Funcionário

TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL - SP
AUTENTICAÇÃO DE FOTOCÓPIA
COPIA REPROGRÁFICA AUTÊNTICA DO ORIGINAL
NESTA DATA, TABELIÃ
AUTENTICO A PRESENTE
FIDELIDADE DA PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA
AUTÊNTICA DO ORIGINAL
AUT. R$ 5,00
AU10874F096574
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
ALESSANDRO LUCA FERREIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO

M.T.B. S.R.T. Convênio São Paulo - SP

ANOTAÇÕES GERAIS

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

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

Portador (a) da presente CTPS foi registrado (a) nesta Setor como **JORNALISTA** - Função - Repórter Fotográfico
sob n.º 54846/SP em 03/11/02
Conforme processo na DRT/SP n.º 46219.490020/08-77
São Paulo, 03/11/08 Decreto 83.284/79

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA MUNHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO
CÓPIA REPRODUTIVA AUTÊNTICA A PRESENTE
NESTAS NOTAS GRÁFICA EXTRAÍDA
APRESENTADA CONFORME ORIGINAL
DOU FÉ.
15 JUL 2025
R$ 9,00

114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0965811
COM SELO DE AUTENTICIDADE
LULA FERREIRA
TE AUTORIZADO

EM BRANCO

12 – AMANDA REGINA

Planejamento, gestão e criação de conteúdo para as mídias sociais

Profissional de Comunicação Junior (Baixa Complexidade)

Amanda Regina Ferreira, RG 42.265.369-X, é formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Nove de Julho. Foi Analista WEB e produtora de conteúdos nas empresas Tríade-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 01/12/2012 e 31/12/2016 e participou de atendimentos digitais a clientes como Secretaria de Estado da Habitação. Voltou à Fator F em 05/04/2019 e até 08/04/2025 foi coordenadora da equipe de inteligência de dados da Prefeitura de São Paulo, somando dez anos de experiência específica.

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 Tríade-Comm Comunicações (01/06/2013 a 20/01/2014) Webcitizen Consultoria e Produção Digital (03/02/2014 a 25/06/2014) e Salve Interativa (15/07/2014 a 28/08/2014), 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 Secretaria de Estado da Habitação. Voltou à Fator F em 05/04/2019 e coordenou a equipe de inteligência de dados da Assessoria de Comunicação da Prefeitura de São Paulo até 08/04/2025, somando 10 anos de experiência específica.

São Paulo, 04 de novembro 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

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

Universidade Nove de Julho

UNINOVE

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 FERREIRA 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
Diplomado

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL DOU FÉ.
S.P.
09 JAN. 2020
JEREMIAS DOS SA
Escrevente Aut
Rua Princesa Isabel, 36
04601-001, São Pa
CADA AUT
Válido somente com o selo de autenticidade
AUTENTICAÇÃO
AU1098BB0498305

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

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA COPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 09 JAN. 2020
...S DOS SANTOS
Autorizado
Brasilian Paulista
Tel. 5041-7622
R$ 3,70
AUTENTICAÇÃO
AU1096BB0498303

UNINOVE
Universidade Nove de Julho

102.463

13 - CHRIS BALBYS

Planejamento, gestão e criação de conteúdo para as mídias sociais

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; 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; e no atendimento a clientes públicos e privados da Fator F entre 05/04/2010 e 26/07/2016, totalizando 12 anos e 11 meses 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; 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; e no atendimento a clientes públicos e privados da Fator F entre 05/04/2010 e 26/07/2016, totalizando 12 anos e 11 meses de experiência específica na área.

São Paulo, 04 de novembro 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

REPÚBLICA FEDERATIVA 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** a

Christiane Santoro Babys

de nacionalidade brasileira, cédula de identidade registro geral n. 2.673.284/96, 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.

Florianópolis, 01 de julho de 1993

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

Cesar Orlando Valente
Coordenador do Curso

Christiane Santoro Babys
Diplomado
893 83088

Antônio Diomário de Queiroz
Reitor

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

S.P. 22 JAN. 2021

JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Princesa Isabel, 363 - Brooklin Paulista
-001 - São Paulo - SP - Tel: 5041-7622
A AUTENTICAÇÃO - R$

111203
AUTENTICAÇÃO
AI14098BC0028907

APOSTILA

O (A) Titulado(a) concluiu no segundo semestre de 1992 o habilitação Jornalismo

Universidade Federal de Santa Catarina, em Florianópolis, 09 de agosto de 1993

Coordenador do curso

Curso reconhecido pela Portaria/MEC nº 558 de 31/07/84, publicada no Diário Oficial da União de 03/08/84

Universidade Federal de Santa Catarina
Pró-Reitoria de Ensino de Graduação
Departamento de Administração Escolar

Diploma registrado sob nº 208, fls. 52v. do livro CE-05
Florianópolis, 16 agosto 1993

Seção de Registros
CLAUDIR FELIX
Chefe da Seção de Diplomas
DAE/UFSC

UFSC - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
DIPLOMA - registrado sob nº. 0170, livro CE 20
folhas 044, em 19/08/93
Processo nº. 23080.060766/92-14
por delegação de competência do Ministério da Educação nos Termos da Portaria MEC/DAU nº. 21 de 21/10/77.
D.R.D. 19/08/93

DIARMA DIAS FRANZONI
Diretor do D.R.D.

VISTO:
Prof.º Dr. Dilvo I. Ristoff
Pró Reitor de Ensino de Graduação-Delegação do Reitor Portaria nº 0900/GR/93

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 22 JAN. 2021
JEREMIAS DOS SANTOS
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - Bom Retiro
04601-001 - São Paulo - Capital
CADA ... R$ 9,90
Colégio Pedro II do Brasil
Campo São Paulo
111203
AUTENTICAÇÃO
AU1098BC0028914

Curso de Design

Reconhecido pela Portaria SERES n° 308 de 20/05/2014, publicado no D.O.U de 21/05/2014

Registro efetuado nos termos da Portaria Normativa Ministerial n° 40, publicada no D.O.U. em 13 de dezembro de 2007, alterada pela Portaria Normativa n° 23, publicada no D.O.U. de 29 de dezembro de 2010.

UNIVERSIDADE ANHANGUERA - UNIDERP
Campo Grande - MS

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.

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

Campo Grande - MS, 09/11/2017

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

1 299121 072198

333163

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 06/03/2017, 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 06/03/2017, com oito anos e quatro meses de experiência comprovada, possuindo conhecimento dos softwares Adobe Illustrator, Photoshop, InDesign, Adobe Premiere Pro.

São Paulo, 04 de novembro 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

Centro Universitário Anhanguera de São Paulo

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

Anhanguera

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 Paiva Heyek

brasileiro, natural do Estado de São Paulo, nascido 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

Elizete Lucilana Soares
Diretora

139 Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
14 FEV. 2020
AS DOS SANTOS
Serventia Autorizada
Isabel, 363 - Brooklin Paulista
Paulo - SP - Tel: 5041-7822
AUTENTICAÇÃO - R$ 3,70

AU098BB0583466

112

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 02/062011 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 02/062011 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, 04 de novembro 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

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ORDEM E PROGRESSO

Faculdades Integradas Rio Branco

Faculdades Integradas RioBranco
FUNDAÇÃO DE RUTARIANOS DE SÃO PAULO

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

Dr. Edman Altheman
Diretor Geral

Márcia Regina Magagnin
Secretária Geral

Diplomado

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL - SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTÊNTICO A PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA
NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
APRESENTADO. DOU FÉ.
15 JUL 2025
AU1087AF096619

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
ANOTADA A APOSTILA
São Paulo, 14 de outubro de 2013
Silene
Técnica Acadêmica

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
SECRETARIA GERAL
DIVISÃO DE REGISTROS ACADÊMICOS

Diploma registrado sob nº 1654564
Processo nº 2013.1.13373.1.8,
nos termos do Artigo 48 da Lei 9394/96.
São Paulo, 14 de outubro de 2013

Silene
SILENE MARIA CAETANO
Técnica Acadêmica

De acordo.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
SECRETÁRIO GERAL

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE
CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA
NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL
APRESENTADO, DOU FÉ.
15 JUL 2025
FAUL-10

AUTENTICIDADE
AU1087AF0968641

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 Secretaria de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo comprovando a prestação de serviços de assessoria de imprensa voltados à área da **Segurança Pública**, incluindo, mas não se limitando a: 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, TV e rádio), apoio à Unidade de Comunicação na produção, gerenciamento e disseminação de informações voltadas à comunicação externa e interna, e 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 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**.
6. Atestado emitido pela Superintendência de Comunicação Social da **Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano (CDHU)** comprovando a prestação de serviços de assessoria de imprensa e comunicação para a empresa.

7. 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 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 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.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;

CIDADE DE
SÃO PAULO
SAÚDE

ATESTADO

A Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Secretaria Municipal da Saúde (SMS)/ Fundo Municipal de Saúde(FMS), CNPJ nº 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 Nº 086/2020-SMS1/CONTRATOS, com assinatura e início de vigência em 16/07/2020, publicado em DOC, 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.

No âmbito das suas atividades a agência realiza, dentre outros, serviços como:

Plano de ações de comunicação, com atividades como definição de objetivos, elaboração de mensagens-chave, recomendação de ações e eventos, levantamento de potencialidades e fraquezas, entre outros;

Assessoramento direto de comunicação e imprensa às autoridades do órgão em situações de representação junto à imprensa, produção de artigos, notas, respostas institucionais à imprensa e gerenciamento de crises;

Atendimento às demandas da contratante, com o recebimento, coordenação, articulação e encaminhamento das demandas de comunicação recebidas;

Atendimento à imprensa nacional, regional e internacional, promovendo e gerindo o relacionamento entre as autoridades do órgão e os veículos de comunicação;

Gerenciamento nacional entendido como conjunto de ações para administrar uma crise, do atendimento à imprensa à produção de conteúdos;

Media Training - Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e dos jornalistas das diferentes mídias;

Fotografia - Produção de fotos de interesse da municipalidade dirigidas ao público externo e/ou interno;

Diagramação de apresentações eletrônicas – Programação visual de arquivo para apresentação ou projeção eletrônica;

117

CIDADE DE
SÃO PAULO
SAÚDE

Infográficos estáticos – Utilização de recursos gráficos (como ilustrações, fotos e textos) para transmitir mensagens de forma didática e agradável;

Infográficos dinâmicos – Representação visual da informação com recursos gráficos que permitam interação;

Outrossim desde o início de sua vigência, todos os atestes foram **A Contento** para a agência Fator F – Inteligência em Comunicação LTDA, devidamente instruídos e validades conforme prerrogativa contratual.

São Paulo, 20 de janeiro de 2023.

Jonathan Muniz
Assessoria de Comunicação
SMS-G
RF 831 956

Jonathan da Silva Aparecido Muniz
RF 831956-1
Chefe da Assessoria de Comunicação, Eventos e Criação
Secretaria Municipal da Saúde

OFICIAL DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS E TABELIÃ DE NOTAS DO DISTRITO DE SENHOR DO BONFIM - SÃO PAULO - CAPITAL
Rua Engenheiro Rodrigues da Silva, 112
Jaqueline Rodrigues Almeida
Autentico a presente cópia reprográfica que confere com o original apresentado por mim extraído nestas notas e que
JUN 2025
Valor Cobrado R$ 5,00
mente com o selo de autenticidade
AU1082AE012036

PREFEITURA DE
SÃO PAULO

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

A **PREFEITURA DE SÃO PAULO**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 46.395.000/0001-39, com sede no Viaduto do Chá nº. 15 - Centro – São Paulo/SP – CEP: 01002-900, representada neste ato representada pela **SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO**, através do Senhor **VICTOR LUIZ BISPO MARMIROLI, ATESTA** para os devidos fins, que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no CNPJ sob n.º **05.527.558/0001-43**, com sede nesta Capital à Rua Viradouro, 63 conjunto 141, Itaim Bibi - CEP 04538-110, prestou serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital para a Secretaria Especial de Comunicação da Prefeitura Municipal de São Paulo, que inclui serviços de gerenciamento e publicação de conteúdos para redes sociais e portal da Prefeitura, produção, edição, publicação e distribuição de fotos e vídeos para as redes da Prefeitura e para Secretarias vinculadas à gestão, produção, edição e publicação de textos para o portal da Prefeitura e monitoramento e moderação das redes, bem como o acompanhamento da saúde da marca e identificação de possíveis crises, entre o período de 08/04/2019 a 07/04/2025, através do Termo de Contrato e Aditivos abaixo relacionados:

N.º Contrato	N.º Processo	Vigência
CT006/2019-SGM	6011.2017/000025-0	08/04/2019 a 08/04/2020
N.º Termo Aditivo	**N.º Processo**	**Vigência**
TA 005/2020-SGM	6011.2017/000025-0	08/04/2020 a 07/04/2021
TA 003/2021-PREF/SECOM	6011.2017/000025-0	08/04/2021 a 07/04/2022
TA 001/2022-PREF/SECOM	6011.2017/000025-0	08/04/2022 a 07/04/2023
TA 004/2023-PREF/SECOM	6011.2017/000025-0	08/04/2023 a 07/04/2024
TA 001/2024-PREF/SECOM	6011.2017/000025-0	08/04/2024 a 07/10/2024
TA 010/2024-PREF/SECOM	6011.2017/000025-0	08/10/2024 a 07/04/2025

Informo ainda que, o referido fornecedor cumpriu a contento, todos os prazos e compromissos firmados através do contrato supramencionado e seus aditivos.

Pelo fornecimento deste atestado, foi recolhida através de guia de arrecadação n.º 2025001904, **a importância de R$ 60,60 (sessenta reais, sessenta centavos).**

São Paulo, 27 de junho de 2025.

VICTOR LUIS BISPO MARMIROLI

Fiscal do Contrato

Secretaria Especial de Comunicação - Viaduto do Chá, n.º 15, 6º andar, Centro, São Paulo/SP.
Assessoria Administrativa de Comunicação - Fone: (11) 3113-8211 – 3113-8809
secom-licitacoes@prefeitura.sp.gov.br

EM BRANCO

EM BRANCO

EM BRANCO

Governo do Estado de São Paulo
Secretaria de Comunicação
Assessoria da Secretária Executiva

ATESTADO

Nº do Processo: 005.00000023/2023-88

Interessado: Secretaria de Comunicação

Assunto: PROCESSO DE PAGAMENTO - ref. assessoria de imprensa - FATOR F - Segurança.

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Atestamos, para os devidos fins, que a empresa **FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO.**, inscrita no CNPJ sob o nº 05.527.558/0001-43, com sede na Rua Viradouro, 63, conj.141. 14º andar, Itaim Bibi, São Paulo - SP, CEP 04538-110, presta serviços de assessoria de imprensa para o Governo do Estado de São Paulo por meio da Secretaria de Comunicação, conforme especificado no **Contrato nº 03/2022**, decorrente do Processo SEI 005.00000008/2023-30 e da Concorrência nº 06/2021.

O objeto do contrato consiste na prestação de serviços de assessoria de imprensa voltados à área da Segurança pública, incluindo, mas não se limitando a: 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, TV e rádio), apoio à Unidade de Comunicação na produção, gerenciamento e disseminação de informações voltadas à comunicação externa e interna, e atendimento diário das solicitações dos veículos de comunicação.

Os serviços estão sendo executados desde 02 de maio de 2022, com término previsto para 01 de fevereiro de 2026, pelo valor total estimado de **R$ 6.471.735,15 (seis milhões, quatrocentos e setenta e um mil, setecentos e trinta e cinco reais e quinze centavos)**, atendendo aos padrões de qualidade e eficácia requeridos, dentro dos prazos e condições estabelecidos no contrato.

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

CECILIA MANTOVAN
Secretária Executiva e Gestora do Contrato

Documento assinado eletronicamente por **Cecilia Mantovan, Secretária Executiva**, em 15/07/2025, às 18:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no Decreto Estadual nº 67.641, de 10 de abril de 2023.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.sp.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 , informando o código verificador **0074629398** e o código CRC **355D1F00**.

120

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 1° 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 anverso, 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

13º Tabelião de Notas
AUTENTICAÇÃO:
ESTA CÓPIA, EXPEDIDA PELO CARTÓRIO, CONFERE COM O ORIGINAL. DOU FÉ.
S.P. 17 AGO. 2018
ANDRÉ BARROS DA SILVA
Escrevente Autorizado
Rua Princesa Isabel, 363 - Brooklin
04601-001 - São Paulo - SP - Tel.:
CADA AUTENTICAÇÃO
Selo de Autenticidade
Selo Notarial Brasil
AUTENTICAÇÃO
1098BA024156

121

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Contexto
PROPAGANDA VIVA

av. brig. faria lima, 201
24° 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

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.

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

CDHU

Companhia de Desenvolvimento
Habitacional e Urbano
do Estado de São Paulo
Rua Boa Vista, 170 - Sé
CEP 01014-930 São Paulo / SP
Tel. (011) 2505-2000
www.cdhu.sp.gov.br

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

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
27 JUN 2025
P/AUT R$ 8,00
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
EDSON XAVIER DE OLIVEIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0965243

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
Secretaria de Habitação

EM BRANCO

agência mood³

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, e criação do núcleo e monitoramento de conteúdo para as redes e mídias sociais da **SECRETARIA DE DESENVOLMENTO 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, 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 tagueamento, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas; produção de vídeos de animação.

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE COPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
27 JUN 2025
Colégio Notarial do Brasil Seção São Paulo
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0965095
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
EDSON XAVIER DE OLIVEIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO

124

EM BRANCO

agência mood³

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 DESENVOLMENTO 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 MARTINUCI

CARTÓRIO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENETA MOLINA TABELIA
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE COPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
27 JUN 2025
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
EDSON XAVIER DE OLIVEIRA
ESCREVENTE AUTORIZADO

Colégio Notarial do Brasil
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0966096

125

EM BRANCO

agência mood³

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, 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 tagueamento, construção de mapas de conteúdos e definição de macrotemas; produção de vídeos de animação.

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA MUDILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
27 JUN 2025
P/AUT. R$ 5,00
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0965073
SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
EDSON XAVIER DE OLIVEIRA

126

EM BRANCO

agência mood³

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

Silvana A. Martinuci

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

PRIMEIRO TABELIÃO DE NOTAS DA CAPITAL-SP
RENATA PADILHA TABELIÃ
AUTENTICAÇÃO: AUTENTICO A PRESENTE CÓPIA REPROGRÁFICA EXTRAÍDA NESTAS NOTAS CONFORME ORIGINAL APRESENTADO, DOU FÉ.
27 JUN 2025
114470
AUTENTICAÇÃO
AU1087AF0966074
VÁLIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE
ESCREVENTE AUTORIZADO

127

EM BRANCO

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 da Segurança Pública SÃO PAULO GOVERNO DO ESTADO

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 DE SÃO PAULO

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;

PREFEITURA DE SÃO PAULO SECRETARIA DA SAÚDE

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;

GOVERNO DO ESTADO SÃO PAULO SECRETARIA DA EDUCAÇÃO

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;

CDHU

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

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

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;

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;

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;

Dentre os clientes privados atendidos, destacamos que a Fator F Inteligência atende, desde 01/01/2023, a **Red Bull do Brasil** nas atividades de geração de conteúdo para as plataformas digitais da empresa (como redbull.com) e para as contas da Red Bull em redes sociais (como Instagram, TikTok, Facebook, Twitter etc), em diferentes assuntos, como Cultura, Futebol, Motor, Skate, Surf, entre outros. O marketing e as redes sociais da Red Bull são referência em qualidade por combinarem criatividade, consistência de marca e produção de conteúdo de altíssimo nível. A empresa se consolidou como uma verdadeira marca-mídia, promovendo experiências autênticas e emocionantes — como esportes radicais, eventos culturais e desafios extremos — que reforçam seu posicionamento "Gives You Wings" sem precisar focar diretamente no produto. Nas redes sociais, a Red Bull entrega conteúdos visualmente impactantes, adaptados a cada plataforma, com alto engajamento e forte conexão com seu público. Essa abordagem estratégica e integrada transforma cada ação de marketing em uma extensão do estilo de vida que a marca representa, tornando-a um case exemplar de branding contemporâneo.

CASES:

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

O trabalho realizado para a SECOM da Prefeitura de São Paulo gerou cases reconhecidos em premiações e com grande impacto na dinâmica das redes dos clientes. Citamos alguns:

Trend da Bentley viraliza com ônibus elétrico da Prefeitura de São Paulo

É preciso identificar oportunidades e aproveitá-las com criatividade. A equipe Fator F decidiu entrar na trend da Bentley para divulgar os ônibus elétricos do município. E os resultados foram muitíssimo bons: a postagem da cidade viralizou. Nas redes em que foi publicado (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok e YouTube) atingiu no total 3.527.371 visualizações.

A brincadeira começou depois que Bentley publicou um vídeo sobre o carro, em que uma modelo russa apresenta detalhes do veículo utilizando técnicas de ASMR, que é a reprodução de sons que podem ser considerados satisfatórios e provocam sensação de relaxamento. A modelo mostra desde o ronco do motor ao barulho de suas unhas no vidro, sussurrando várias vezes "Bentley".

Na Prefeitura de São Paulo, a Fator F fez o mesmo, só que com um motorista de ônibus e um ônibus elétrico.

Na tabela abaixo, entenda o impacto da ideia.

Canal	Alcance	Impressões	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Visualizações
Instagram - REELS	1.021.224	-	129.929	2.481	55.533	1.138.336
Instagram - STORIES	1.264	1.297	28	5	2	*Número de visualizações fica indisponível após 48h
TikTok	-	-	417.835	4.112	43.198	2.380.313
Twitter	-	2.279	54	1	4	912
Youtube - SHORTS	7.696	6.911	220	4	78	5.159
Instagram - STORIES	2.594	2.594	37	9	-	2.651
	1.032.778	13.081	548.103	6.612	98.815	3.527.371

Tuíte sobre vagas de emprego na cidade de São Paulo viraliza

Nas redes sociais, é importante estar atento a oportunidades. E a equipe Fator F está sempre alerta. Este é um bom exemplo disso: em abril de 2023, o Flamengo divulgou no X (na época Twitter) a demissão do técnico Vitor Pereira. O digital da Prefeitura aproveitou para divulgar vagas de emprego do Cate, que é uma plataforma Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho de São Paulo.

O retuite viralizou e registrou mais de dois milhões de visualizações. Foram 17.914 curtidas, 876 comentários e 2.832 compartilhamentos.

Além disso, a iniciativa virou notícia em vários veículos. A repercussão rendeu 55 matérias, incluindo grande veículos como Globo e Folha de S.Paulo, o que contribuiu para melhorar ainda mais a divulgação de vagas de trabalho da cidade.

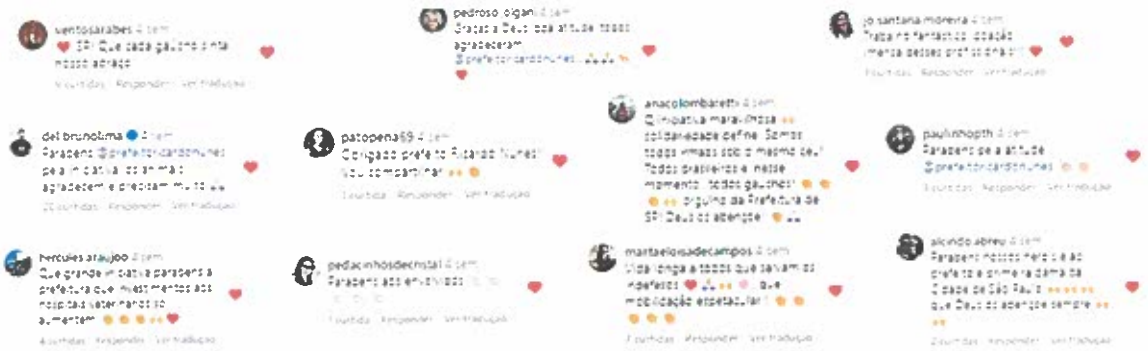
O trabalho desenvolvido pela agência para a Prefeitura de São Paulo nas redes sociais conquistou destaque nacional ao ser indicado ao Prêmio Social Media Gov de Comunicação Pública – 3ª edição, na categoria Em Ação. A indicação reconhece a estratégia de produção de conteúdos de impacto que evidenciaram a entrega de serviços e ações da Prefeitura à população, reforçando o papel da comunicação digital como ferramenta de proximidade, transparência e valorização das políticas públicas.

O trabalho de comunicação digital desenvolvido na Secretaria Municipal de Saúde também gerou bons cases. Destacamos:

As Ações da SMS no Socorro aos Atingidos Pelas Enchentes no RS

Em abril e maio de 2024, a Prefeitura de São Paulo enviou equipes ao Rio Grande do Sul para apoiar vítimas das enchentes. A Fator F estruturou, em caráter emergencial, a estratégia de comunicação da Secretaria Municipal da Saúde (SMS), garantindo cobertura diária e ampla visibilidade às ações. Para isso, deslocou um profissional in loco, responsável por registrar fotos, vídeos, relatos e entrevistas, que abasteceram todas as redes digitais (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, X e portal).

As interações foram amplamente positivas, como exemplificam os comentários abaixo:



O trabalho, integrado com a SECOM, ampliou o alcance e gerou conteúdos em veículos como Fantástico, GloboNews e Estadão. Foram mais de 94 publicações, com 1,5 milhão de pessoas alcançadas e 158 mil interações, além de 17 matérias em imprensa nacional. A estratégia reforçou a imagem da SMS, conectou a população à missão humanitária e demonstrou a capacidade da Fator F em transformar ações públicas em comunicação de alto impacto.

Educação e Inclusão: O Sucesso dos Programas da SMS no YouTube

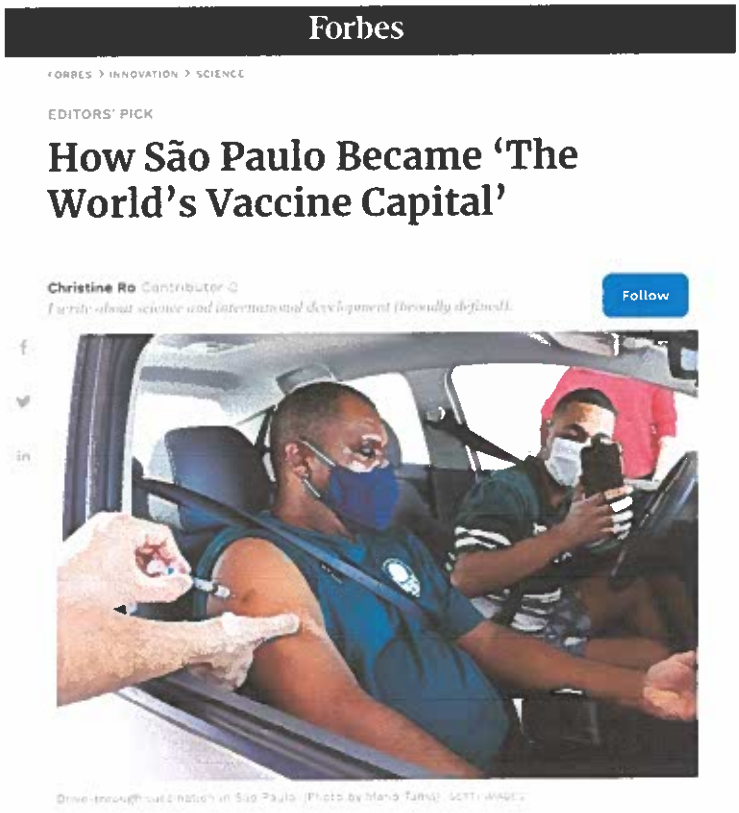
A equipe digital da Fator F que atende a SMS lançou uma série de programas temáticos no YouTube, também difundidos em outras redes, abordando saúde, inclusão e bem-estar. Os vídeos, com cerca de três minutos, contam com apresentadores adequados a cada tema, linguagem simples e direta, sonoras cobertas com imagens de cuidado, vinhetas e efeitos visuais que garantem alta qualidade, empatia e conexão com o público.

Um dos principais desdobramentos foi a exibição desses conteúdos nas centenas de telas instaladas em salas de espera de mais de mil unidades de saúde da SMS, como UBSs e hospitais, alcançando mensalmente mais de um milhão de cidadãos. Assim, quem aguarda atendimento tem acesso a informações relevantes e de interesse público.

Já foram publicados 468 vídeos, atingindo mais de 4,6 milhões de internautas nas diversas redes sociais, com alcance unicamente orgânico. A diversidade é um dos principais diferenciais da iniciativa, que oferece conteúdos voltados para públicos específicos, como práticas integrativas, saúde animal, saúde da mulher, do idoso, LGBTQIA+, saúde do homem, além de dicas gerais e informações sobre novos serviços da saúde pública municipal. Essa segmentação inteligente não apenas facilita o acesso à informação, mas também fortalece o vínculo entre os serviços e os cidadãos.

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.


Forbes

FORBES > INNOVATION > SCIENCE

EDITORS' PICK

How São Paulo Became 'The World's Vaccine Capital'

Christine Ro Contributor

Follow

Drive-through vaccination in São Paulo. (Photo by Mario Tama/ GETTY IMAGES)

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.

Desde o início da imunização a agência recorreu a estratégias de assessoria de imprensa e de comunicação digital para divulgar a campanha de maneira ampla com números superlativos:

- ✓ 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;
- ✓ 85% das matérias foram positivas;
- ✓ Entre janeiro de 2021 e dezembro de 2022 foram produzidas mais de 4 mil publicações sobre a vacinação contra a Covid-19 nas redes sociais e no site da SMS.

Ajudando a mudar a cultura jornalística na SSP

A Fator F Inteligência atende, desde maio de 2022, às necessidades de assessoria de imprensa da Secretaria de Segurança Pública do Governo de São Paulo. Após ataques a escolas no estado de São Paulo, mais especificamente o ataque a tiros em uma escola estadual na Zona Leste da capital, em outubro de 2023, que deixou uma estudante morta e outros três feridos, a necessidade de repensar a cobertura jornalística se impôs à equipe e o atendimento à imprensa intensificou o contato com as redações para orientá-los sobre quais os fatores divulgados poderiam fomentar novos ataques.

Diante disso, a equipe idealizou um simpósio com jornalistas para abordarmos a cobertura de um tema tão delicado quanto esse e como a imprensa pode colaborar para evitar futuros incidentes. O encontro contou com a presença de jornalistas dos principais veículos do país, como Globo, Folha de São Paulo, G1, Estadão, Record, O Globo, Revista Oeste, Rádio Bandeirantes, Globo News, CNN e R7. O secretário da Segurança Pública, Guilherme Derrite, e o secretário-adjunto Nico Gonçalves, ressaltaram a importância do tema. Os jornalistas saíram muito satisfeitos e até sugeriram visitas às redações, elogiandoma transparência com que o tema foi tratado e que diante de coberturas tão sensíveis, é fundamental a aproximação com as autoridades.

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

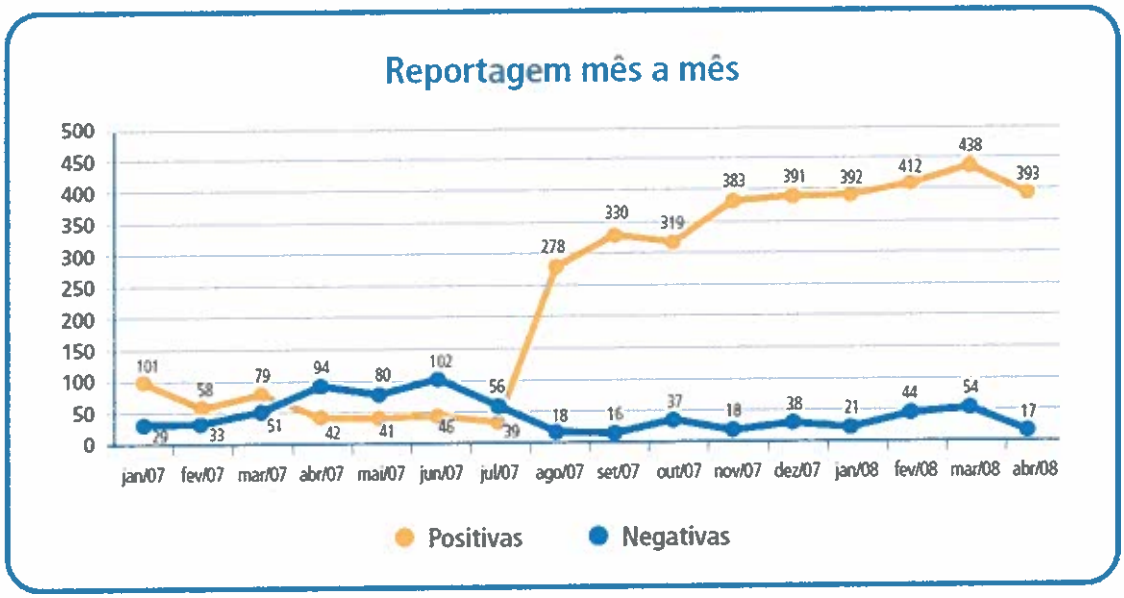
Responsável pela assessoria de imprensa da Secretaria da Educação, a Fator F contribuiu para transmitir informação de interesse público e melhorar a imagem da pasta e do Governo. Entre 2007 e 2012, o total de notícias positivas passou de 2.107 para 12.723, um crescimento de 503,8%, de acordo com a Boxnet. 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.

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
Total	16.252	1.758	4.258	525

Foco na agenda positiva

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:



Infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante

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, inovadoras e eficazes.

A empresa conta com o serviço de 95 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.

A base operacional da Fator F está instalada dentro de um moderno coworking, o CO.W Coworking Space Berrini, num bairro arborizado e aprazível dotado de grande variedade de restaurantes e serviços (como o Shopping Morumbi) e servido de boas opções de transporte coletivo, como dois corredores de ônibus (das avenidas Vereador José Diniz e Santo Amaro) e as estações Brooklin do Metrô e Morumbi da CPTM.

Sala exclusiva da Fator F

A Fator F dispõe de sala exclusiva para uso de seus diretores e mais dez estações de trabalho usadas por seus colaboradores. Os ambientes garantem a privacidade do trabalho e a segurança das informações é assegurada por servidor próprio e por serviços de armazenamento de dados.

O CO.W Coworking Space oferece uma grande variedade de salas, ambientes e recursos técnicos, que serão descritos abaixo, e tudo está à disposição dos clientes da Fator F.

A opção pelo coworking permite o uso de uma grande variedade de espaços e recursos que teriam elevado custo financeiro se suportados por apenas uma empresa, o que impactaria os preços dos serviços oferecidos. Basear a operação no coworking permite, além do usufruto de uma estrutura superior com economia de recursos, focar toda a operação da Fator F em sua atividade-fim: prestar bons serviços a seus clientes sem perder tempo, recursos e foco com atividades como manutenção predial e de equipamentos e limpeza.


Auditório para 70 pessoas


Área de estações de trabalho e jardim ao fundo

Outra vantagem do CO.W Coworking Space é a interação com profissionais de outras empresas, muitas delas agências de comunicação, com a geração de insights para o atendimento de nossos clientes.

O espaço abriga, por exemplo, agências e profissionais especializados em programação de sites e aplicativos, produção de placas de identidade visual, animações 2D e 3D, ativação de redes sociais e diversas ferramentas de marketing. Além disso, trabalhar em um espaço moderno e plural, de decoração arrojada e com espaços comuns atrativos e espaços de lazer torna a atividade mais prazerosa e agradável. E profissionais mais felizes geram, como afirma a boa teoria da administração, melhores serviços para os clientes.

Além da estrutura privativa para os diretores e a equipe da Fator F, o CO.W Coworking Space conta com os seguintes espaços e serviços que estão à disposição dos profissionais da agência e dos clientes:

Uma das 7 salas de reunião multimídia

- 7 salas de reunião multimídia com áudio e vídeo HD, com capacidades para abrigar de quatro a vinte pessoas;
- Wi-fi com 1Gb de velocidade por meio da rede de 5Ghz;
- 2 áreas para eventos com capacidade de 80 e 100 pessoas;
- 4 cabines de videocall;
- Um auditório com capacidade para 70 pessoas;
- Uma impressora multifuncional Lexmark X790, com tela de toque de 10,2" e capacidade para imprimir até 50 páginas por minuto e até 17.000 páginas por mês;
- Duas áreas de copa equipadas com geladeiras, freezers, micro-ondas e oferta permanente de café e água;
- Agradável praça com mobiliário para relaxamento e jardins sombreados com mesas em que se pode fazer refeições ou até mesmo reuniões;
- 60 vagas de estacionamento com vallet ou self parking;
- Recepção com horário estendido (7h-20h);
- Vários espaços de lazer com mesas de bilhar e tênis de mesa;
- Lanchonete com diversas opções de cafés e lanches;
- Rodízio de *food trucks* com diversas opções de refeição;
- Calendário de eventos em área comum com diversas atrações.

Tanto os profissionais baseados no CO.W Coworking Space como os colaboradores que atuam nas dependências dos clientes contam com modernos equipamentos e softwares, tais como:

- 6 estações de trabalho com desktops Apple IMAC 24"
- 8 estações de trabalho com notebook Apple MacBook Pro M1

- 10 estações com notebooks Acer Aspire 5 A515-54 Intel Core i5 10210U, 8GB de RAM e 512GB de SSD, Tela Full HD 15.6" e Windows 11
- 50 estações com notebooks Samsung Book Intel Core i5-1135G7, 8GB de RAM, 256GB de SSD, Tela Full HD 15.6" Windows 11
- 10 Notebook Samsung Core i7-8550U 8GB 1TB Placa de Vídeo 2GB Tela Full HD 15.6"

Todas as estações são equipadas com o pacote Office e catorze equipamentos possuem os recursos do Adobe Creative Cloud com acesso aos seguintes programas (que são atualizados automaticamente mediante assinatura mantida pela empresa):

- Adobe Premiere CC para edição de vídeo;
- Adobe Photoshop CC para criação de edição de imagens e criação de artes;
- Adobe Illustrator CC para criação de artes e vetorização;
- Adobe InDesign CC para diagramação de materiais;
- Adobe Lightroom Classic CC para edição de fotografias;
- Adobe After Effects CC para animações e efeitos visuais;
- Adobe Audition CC para edição de áudios;
- Adobe Dreamweaver CC para criação e desenvolvimento de sites e e-mail marketing;
- Adobe Bridge CC para gerenciamento de mídias.

A Fator F também conta com equipamentos de última geração para a captação de imagens e áudios:

- Drone DJI Mavic Air Fly More Combo, capaz de captar vídeos com qualidade 4K com 60 fps ou fotos em até 20 MP com sensor de 1", alcance de sete quilômetros com velocidade de até 72 Km/h e autonomia de voo de 30 minutos;
- Câmera DJI Osmo Action Camera capaz de captar imagens em movimento com grande precisão;
- Seis câmeras HD Canon EOS 5D Mark III equipadas com lentes Canon 20mm f 2.8, 50mm f 1.8, 70-200mm f 4, 300mm f 4
- Uma câmara Insta360 - ONE X 360 Degree Action Camera para fazer vídeos em 360 graus
- Microfones Boya - BY WM6 para a captação de áudios de qualidade;
- Tripés, monopés e periféricos;
- Gravador Zoom H6 e microfones Shure Sv100 para produção de podcasts;
- Estúdio móvel para captação de vídeos e/ou fotos em *chroma key* ou fundo branco;

- Teleprompter de 10" e kit de iluminação (tripés + Softbox 50x70 + lâmpadas 110V);
- Os colaboradores da Fator F também contam com smartphones atualizados dotados de serviços de telefonia e dados contratados junto à operadora Vivo:
- 4 aparelhos Iphones 13 PRO;
- 4 aparelhos Iphones 13;
- 30 aparelhos Samsung Galaxy M31.

A agência também conta com os melhores serviços de monitoramento de mídia e de redes sociais para os trabalhos de assessoria de imprensa e comunicação e também para a gestão de redes sociais:

- Stilingue;
- Buzzmonitor
- mLabs;
- Reportei;
- Parceria com a clipadora Boxnet.

A Fator F também conta com:

- Assinaturas físicas e digitais dos principais jornais, revistas e periódicos, disponibilizados a todos os colaboradores remotos mediante login e senha;
- Cadastros junto às empresas de transporte Uber e 99 que garantem o deslocamento ágil de seus profissionais;
- Rede de contatos e acordos operacionais que permite a realização de serviços em todo o interior do Estado de São Paulo;
- Parcerias com fornecedores especializados como desenvolvedores de sites e aplicativos, produtores gráficos e agências de propaganda.

A empresa conta com o suporte da área administrativa e financeira composta por um gerente administrativo e um assistente, além de assessoria jurídica e contábil.

O capital social de R$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) dá suporte a todas as suas operações e contratos. A empresa não possui dívidas e tem a saúde financeira demonstrada na habilitação específica.

Dessa forma, a Fator F possui totais condições de prestar com excelência todo e qualquer serviço de assessoria de imprensa, comunicação digital e comunicação interna de seus clientes sem nenhum custo adicional, garantindo um elevado padrão de serviços.

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, contribuímos 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 o cliente 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 do cliente, 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* 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 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 junto ao cliente ações de comunicação integrada que aumentem a efetividade da comunicação.

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.

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 pelo cliente.

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" do cliente, 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:

Prevenção e gerenciamento de crises

Nossos diretores e os quadros mais experientes da agência estarão disponíveis para participar de cada etapa do processo de planejamento, criação e acompanhamento de campanhas digitais, interagindo também para alertar o cliente sobre oportunidades de comunicação integrada.

As ações desenvolvidas e seus relatórios analíticos serão armazenados em nossos sistemas de dados e servirão de subsídio permanente a novas ações de comunicação da Municipalidade,

servindo de base até mesmo para decisões administrativas, já que tal base dados é um retrato significativo da opinião pública paulistana.

A comunicação digital vai permitir aferir em tempo real os humores da população em relação à Administração Pública Municipal, seus programas e ações, produzindo *insights* para uso do cliente. A análise atenta dos dados vai permitir verificar com antecedência possíveis riscos de crise e de imagem e emitir os alertas necessários.

A prevenção e o enfrentamento de crises é parte do esforço permanente da gestão da comunicação pública. Os profissionais da Fator F têm experiência nesse tipo de trabalho. A agência vai oferecer um Manual de Crise com as melhores práticas, confirmadas pela experiência da empresa, na prevenção e no enfrentamento de crises de imagem.

A análise permanente de sentimento de rede, em tempo real, vai permitir identificar potenciais focos de crise. Com isso, a Administração pode antecipar-se e mitigar seus efeitos ao adotar as providências cabíveis. Nossa experiência indica que é possível até mesmo conseguir ganhos de imagem fazendo da crise uma oportunidade de o Poder Público demonstrar que está atento ao cotidiano das pessoas e esforçando-se ao máximo para enfrentar os problemas.

Relatórios e alertas

A Fator F vai definir, com a aprovação do cliente, um sistema de relatórios e alertas capaz de informar os gestores em tempo real sobre a percepção dos temas e dos programas no ambiente digital, com suas periodicidades. O monitoramento será feito no sistema 24 x 7 e os Alertas terão formato especial para permitirem aos gestores adotarem as ações de comunicação e/ou administrativas pertinentes.

A visão diferenciada da Fator F e o profundo conhecimento de comunicação pública de seus diretores e profissionais vai garantir o atendimento adequado às suas necessidades de atuação digital, fazendo desse ambiente um espaço de disseminação de conteúdos de interesse público, fortalecendo a cidadania, e extraindo desse ambiente as informações e percepções que permitirão aperfeiçoar a gestão e aproximá-la cada vez mais do desejo das pessoas. Em essência, é um trabalho que fortalece a própria democracia.

Compromisso:

A Fator F Inteligência em Comunicação assume o compromisso de disponibilizar os profissionais e a infraestrutura necessários para atender as demandas por meio de uma equipe multidisciplinar e instalações adequadas. Esses profissionais contarão com a infraestrutura e os recursos necessários em equipamentos e suprimentos para executar os serviços dentro ou fora das dependências do cliente, tais como acesso à Internet por meio de banda larga, microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demaisrecursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual, assim como aos meios de transporte necessários à plena execução dos serviços demandados.

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
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

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 COMPROMISSO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL, SOCIAL E ECONÔMICA

Licitação Nº 005/2025

PROCESSO Nº 005.00000292/2024-25

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.

150

São Paulo, 29 de outubro 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
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

151

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.

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

São Paulo, 29 de outubro 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
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

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 005/2025

São Paulo, 04 de novembro 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
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

154