

 <p>ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA</p>	<p>SP Leituras – Associação Paulista de Bibliotecas e Leitura</p> <p>Processo Seletivo Interno/Externo Nº 4/2026</p>	<p>CBO DO CARGO: 1423-15</p>
<p>Cargo: Coordenador(a) de Comunicação e Marketing (vaga também para pessoa com deficiência)</p>		
<p>Regime: CLT</p>		
<p>Carga horária: 40 horas semanais</p>		
<p>Locais de trabalho: SP Leituras, Biblioteca de São Paulo e Biblioteca Parque Villa-Lobos</p>		
<p>Dias e horário de trabalho: terça-feira a domingo (com fins de semana alternados conforme escala de trabalho), das 9h às 18h – híbrido (3x2)</p>		
<p>Benefícios: Vale-refeição / Vale-transporte / Assistência médica com coparticipação / Assistência odontológica / Convênio farmácia / Day off de aniversário / Totalpass</p>		
<p>Quantidade de vagas: 1</p>		
<p>Salário: R\$ 9.580,13</p>		

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

CANDIDATURA

Serão considerados(as) habilitados(as) a participar todos(as) profissionais que atenderem aos requisitos descritos neste documento.

Serão habilitados(as) a participar os(as) funcionários(as) que não tenham advertência/suspensão em seu prontuário nos últimos 6 (seis) meses. Faltas e atrasos recorrentes injustificados serão analisados.

Não serão habilitados(as) a participar ex-funcionários(as), desligados(as) pela instituição, ou com desligamento espontâneo com histórico de desídia, ausências, atrasos, insubordinação, baixa produtividade e medidas disciplinares.

ENVIO DA CANDIDATURA

Enviar currículo e carta de apresentação para selecao@spleituras.org, identificando no assunto o cargo de interesse.

SELEÇÃO

Conforme o Manual de Recursos Humanos, a instituição está impedida de contratar cônjuges ou parentes até o terceiro grau de Conselheiros, Diretores e/ou funcionários da organização.

A SP Leituras fará contato exclusivamente com os(as) candidatos(as) selecionados(as).

APROVAÇÃO

O(A) candidato(a) será convocado(a) pela ordem de classificação.

Candidatos(as) aprovados(as) permanecerão cadastrados(as) por 6 (seis) meses, a partir da publicação dos resultados. Neste período, poderão receber novas propostas de vagas para o mesmo cargo na instituição. Havendo recusa por parte do(a) candidato(a), seu nome será eliminado do cadastro.

ADMISSÃO

Somente será admitido(a) candidato(a) aprovado(a) no exame admissional.

RESULTADO

O resultado deste processo seletivo será divulgado no site da instituição.

1. Requisitos exigidos para participação no processo seletivo

- Graduação em Comunicação Social, Relações Públicas, Jornalismo, Marketing ou Publicidade;
- Pós-graduação em áreas correlatas (desejável);
- Experiência de, no mínimo, dois anos de experiência em cargos de gestão;
- Experiência com marketing e publicidade 360° (mídias sociais, eventos, mídias tradicionais, influência, RP);
- Conhecimento avançado em:
 - > Planejamento estratégico e execução tática de comunicação e marketing ("hands-on");
 - > Gestão de projetos e orçamentária;
 - > Pesquisa de comunicação e marketing, análise de dados, plataformas de análise de métricas de mídias sociais, relatórios de impacto, e Power BI (diferencial);
 - > Ferramentas de gestão digital orientada por dados e resultados;
 - > Marketing Institucional;
 - > Branding;
 - > SEO, CRM, e-mail marketing e ferramentas de envio;
 - > Gestão de conteúdo online (sites e redes sociais);
 - > Plataformas de tráfego pago (Meta Ads, Google Ads e Google Analytics 4);
 - > Softwares de CMS (Content Management System) para alimentação de sites;
 - > Softwares de edição de imagem e vídeo (InDesign, Photoshop, Illustrator, Canva, Final Cut Pro, Premiere);
 - > Audiovisual;
 - > Comunicação corporativa (ações de comunicação interna);
 - > Cobertura jornalística;
 - > Produção de conteúdo e execução de calendários editoriais;
 - > Ferramentas de gestão de projetos/tarefas (como Monday, Trello, Asana);
 - > Informática e pacote Office.
- Redação e domínio proficiente do português, com excelente escrita e apresentação oral;
- Redação e domínio intermediário-avançado de inglês e/ou espanhol (desejável);
- Habilidades de organização, inovação, criatividade, comunicação e trabalho em equipe.

2. Descrição das principais atividades

- Coordenar, trabalhar, executar e acompanhar, sob orientação do(a) gestor(a) da área, o cumprimento de metas, prazos e aplicações dos recursos técnicos e orçamentários das

- ações de comunicação e marketing dos equipamentos culturais e programas socioculturais, literários e educacionais geridos pela organização;
- Supervisionar e coordenar processos administrativos, técnicos e operacionais, planejando e alocando recursos materiais, tecnológicos, humanos e financeiros;
 - Aperfeiçoar e propor mudanças nos processos de trabalho, avaliando os recursos disponíveis;
 - Participar da formulação das políticas de gestão, mantendo-as alinhadas com as melhores práticas de mercado;
 - Estabelecer prioridades e assegurar o cumprimento dos objetivos e metas da área;
 - Executar e conferir fluxos e processos administrativos, financeiros, técnicos e operacionais relacionados à área;
 - Realizar execução orçamentária para garantir o planejado pela área para todos os fins definidos (mídia, eventos, produção, fornecedores e outros);
 - Coordenar estratégias de marketing e comunicação, garantindo que as ações planejadas sejam executadas no prazo e dentro do orçamento;
 - Gerir interface com empresas de comunicação (design e produção gráfica, publicidade, relações públicas, assessoria de imprensa, sites, entre outras);
 - Administrar o desenvolvimento e executar diretrizes e estruturas do Plano de Comunicação, Marketing e Desenvolvimento Institucional da SP Leituras;
 - Criar conteúdo de comunicação e marketing, a fim de fidelizar os públicos e atrair novos seguidores para as redes sociais e aumentar o fluxo de visitação dos sites dos projetos da instituição, zelando pela qualidade e promovendo melhoria constante;
 - Supervisionar calendário editorial, garantindo conteúdos estratégicos e relevantes nas redes sociais;
 - Criar textos institucionais, informativos e persuasivos para websites e landing pages com objetivo de conversão e engajamento;
 - Adaptar peç s gráficas para m dias sociais, a partir de identidade visual previamente definida com ferramentas de design disponíveis;
 - Produzir e revisar conteúdos, com redação e edição de textos e edição para publicações;
 - Elaborar roteiros audiovisuais para produção de vídeos, com locações, cronograma, pauta de entrevistas, etc.;
 - Elaborar e revisar materiais e relatórios produzidos (mensuração, qualidade dos serviç os e outros), garantindo alta qualidade antes da aprovação final;
 - Coordenar estratégias para aumentar o alcance orgânico e o engajamento das marcas dos equipamentos e programas nas redes sociais;

- Planejar e supervisionar estratégias e ações de marketing e seus produtos dos projetos da organização;
- Criar ações e campanhas específicas de comunicação, marketing e divulgação, com execução de estratégias das campanhas e seus conteúdos;
- Coordenar atividades de comunicação e divulgação na totalidade de seus equipamentos, programas, serviços, acervo e produtos, assegurando a qualidade final do trabalho da área;
- Administrar pesquisa de mapeamento de produtos e serviços para públicos interno e externo;
- Realizar pesquisa de mercado e desenvolvimento de produtos e serviços;
- Estruturar e acompanhar indicadores e ferramentas de avaliação, gestão de processos e elaboração de relatórios institucionais;
- Monitorar tendências e boas práticas do mercado para sugerir ações e estratégias continuamente atualizadas;
- Garantir a realização da régua de relacionamento pré-estabelecida com os diferentes segmentos de públicos;
- Supervisionar implementação e operação de ferramentas digitais de relacionamento com os públicos internos;
- Coordenar ações de relacionamento e ativação dos projetos da instituição com a imprensa (mídia impressa e digital), formadores de opinião, influenciadores, prospects e outros;
- Coordenar o desenvolvimento de material de comunicação para as diferentes necessidades (prospecção de novos parceiros e fornecedores, captação de recursos, clientes internos e externos, eventos, etc.).
- Executar quaisquer outras tarefas, inerentes ao seu posto de trabalho, sempre que solicitado;
- Contribuir de forma efetiva para a observância da Missão, da consecução da Visão e praticar os valores da SP Leituras.

3. Perfil de competência desejável:

- Foco em resultados, objetivos quantitativos e qualitativos, cumprimento de cronogramas, gestão financeira e orçamentária, gestão de dados, avaliação e monitoramento, planejamento e organização, gestão de pessoas, processos e projetos;
- Inteligência intra e interpessoal, trabalho em equipe, gestão de conflitos e interesses, confiabilidade;
- Proatividade, assertividade, objetividade, adaptabilidade, ética;

- Inteligência “aprendedora-educadora”, reconhecimento e resolução de problemas, proposta e adaptação a mudanças, tomada de decisão, capacidade de trabalhar com prazos, inovação, inteligência criativa;
- Excelente escrita e comunicação verbal, objetividade, coerência entre discurso e ação;
- Apreciar projetos ligados à cultura e à leitura;
- Gostar de trabalhar com pessoas.

Cronograma

- Divulgação da vaga: 15 a 26/4/2026 (período de divulgação: 12 dias)
- Envio de carta de apresentação e currículo para selecao@spleituras.org
- 1ª fase – análise de currículo: 27 a 30/4/2026
- Convocação para entrevista com RH: 4/5/2026
- Entrevista virtual com RH: 5/5/2026
- Convocação para entrevista com gestor(a) e atividade: 6 e 7/5/2026
- Entrevista presencial com gestor(a): 8/5/2026
- Início das atividades do(a) candidato(a) aprovado(a): 15/5/2026

OBS: A SP Leituras entrará em contato apenas com candidatos selecionados em cada etapa.