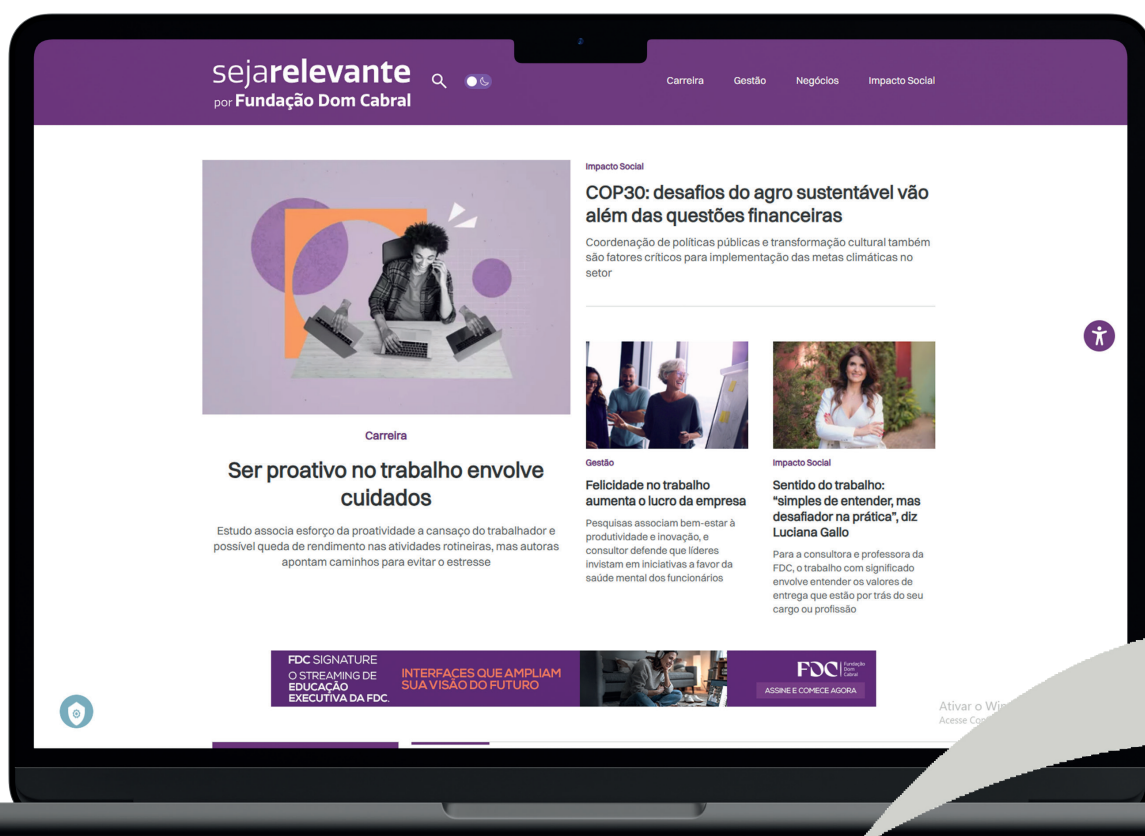


sejarelevante

por **Fundação Dom Cabral**

Seja Relevante posiciona a FDC
como referência em mídia
corporativa para líderes e empresas



SUMÁRIO

03 Contexto

05 Estratégia

08 Ações

13 Resultados

24 Período do projeto

24 Investimento

25 Justificativa

26 Cronograma

28 Equipe

CONTEXTO

A Fundação Dom Cabral (FDC) é a maior e mais importante escola de negócios da América Latina, com presença reconhecida no Brasil e no mundo por sua excelência acadêmica, abordagem aplicada e conexão direta com os desafios do ambiente corporativo.

Em 2025, ela foi eleita a quarta melhor escola de educação executiva em Programas Abertos e a oitava melhor escola de educação executiva em Programas Customizados no Ranking Global de Educação Executiva do Financial Times. A FDC integra esse Ranking desde 2005, confirmando o sucesso de suas estratégias de negócios e de comunicação.

Nesta década, o avanço da digitalização, a reconfiguração do mundo do trabalho e a premência da agenda ESG - entre outras variáveis da sociedade aceleradas pela pandemia - trouxeram novos contornos para a posição de liderança da instituição, especialmente no espectro da comunicação. As ações por meios de comunicação tradicionais (assessoria de imprensa e publicidade) precisaram de um reforço em outras frentes para abarcar a amplitude do conhecimento gerado nos campi da instituição.

Sede da Fundação Dom Cabral em Nova Lima/MG



Como think & action tank, as pesquisas e análises da FDC têm desdobramentos com profundidades que não podem ser explicadas em uma única matéria jornalística, em um comunicado de relações públicas ou em um anúncio de publicidade. Estamos falando de temas profundos, como liderança, transformação digital, inovação, trabalho remoto, desempenho de médias empresas e investimentos em infraestrutura.

Com a digitalização da economia, tanto quanto os desdobramentos temáticos, a disseminação do que se tem de conhecimento sobre os temas se tornou premente, ensejando a FDC a ampliar - em volume e pontos de vista - a produção e distribuição dessas informações relevantes que produz para líderes, executivos e empresas que buscam orientação qualificada sobre esses temas de interesse social.

Essa ampliação de público e de espectro, além de necessária para o negócio, está no DNA da Fundação, que busca “contribuir para o desenvolvimento sustentável da sociedade por meio da educação, capacitação e desenvolvimento de executivos, empresários e gestores públicos”.

A difusão de conhecimento é, portanto, o negócio e o propósito da FDC e, fazer com que ela ocorra em diferentes níveis informacionais, para alcançar diferentes públicos, é o desafio que vem sendo enfrentado nos últimos anos através de uma mídia corporativa estruturada para produção, gestão e divulgação de conteúdo proprietário por meio do brand publishing.

ESTRATÉGIA

Desde que foi lançado, o Seja Relevante se confirmou como ativo digital de publicação e gestão de conteúdos jornalísticos proprietários, servindo à estratégia de difusão de conhecimento qualificado da FDC, ao mesmo tempo em que ofereceu à instituição a oportunidade de ocupar um espaço de publicação de academia, antes dominado por iniciativas internacionais, como Harvard Business Review e MIT Tech Review. Agora, com o Seja Relevante, da FDC, o Brasil tem uma instituição que também lidera esse segmento.

Mais ainda, o hub de conteúdo da Fundação Dom Cabral alimenta a régua de conversão da instituição de forma fluída e instintiva, além de democratizar o acesso à informação relevante.

O Seja Relevante produz, publica, distribui e gere resultados de conteúdos proprietários, fornecendo dados dessa audiência para atender ao propósito da Fundação de forma ampla, contínua e consistente.



O Seja Relevante é um ativo de conteúdo proprietário da FDC

A escolha do nome “Seja Relevante” convida a sociedade a fazer parte de um movimento de transformação, trazendo à tona conteúdos que ajudam líderes e organizações a atuarem com impacto positivo nos seus setores e comunidades. Trata-se de uma proposta editorial que reforça o papel da FDC como instituição acadêmica e como polo gerador de insights de ponta, democratizando o conhecimento e posicionando a Fundação como agente de transformação cultural, educacional e econômico.

Os conteúdos são organizados sob o guarda-chuva de sete campos temáticos estratégicos da instituição:

Navegue por temas →	
	Estratégia e governança
	Educação e aprendizagem
	Desenvolvimento de médias empresas
	Gestão pública
	Liderança
	Inovação e transformação digital
	Impacto positivo e legados sustentáveis

Cada matéria é catalogada com um ou mais campos temáticos, e essa indicação aparece visualmente ao lado do título, permitindo que o leitor selecione o campo temático de interesse e leia mais matérias relacionadas.

Home » Carreira »

Cuidado holístico: como a CEO do Sabin conduz os negócios com inclusão e diversidade

Lídia Abdalla foi de trainee à presidente do grupo de saúde e conta como um olhar amplo a clientes e colaboradores que garante inovação e crescimento com base na diversidade

Por Rodrigo Conceição Santos e Thomaz Castilho 28 de março, 2025 Tempo de leitura: 10 minutos



Lídia Abdalla (Foto: FDC)

 **Liderança**

 **Impacto positivo e legados sustentáveis**

 **Estratégia e governança**

Todas as matérias publicadas no hub apresentam a classificação dos campos temáticos da FDC no início do texto

Assim, o Seja Relevante é audience in e não product out, ao constatar que o hub de conteúdo atrai público qualificado em grande volume. A mídia corporativa da Fundação Dom Cabral consiste, portanto, na construção de um canal de comunicação que seja, antes de tudo, um recurso valioso para a audiência. A marca se torna uma fonte confiável de informação e conhecimento no seu campo, e é essa relevância para o público que, a longo prazo, constrói credibilidade, reputação e gera resultados de negócios de forma mais sustentável do que uma comunicação meramente promocional.

AÇÕES

A operação de brand publishing do Seja Relevante é diária, com publicação de cinco matérias e dois web stories por semana. Essa produção é equilibrada entre quatro editorias: Carreira, Gestão, Negócios e Impacto Social, e as matérias permeiam os sete campos temáticos já citados, sendo que algumas delas se enquadram em dois ou mais temas. Desde o lançamento do hub, foram publicadas mais de mil matérias.

A plataforma de publicações é desenvolvida em CMS padronizado no mercado (WordPress), e gerida por uma equipe de profissionais de tecnologia especializados, que garantiram o pleno funcionamento e performance do sistema desde o seu lançamento: o Seja Relevante nunca sofreu por invasão cibernética e esteve no ar por 99,9% do tempo desde que foi lançado.

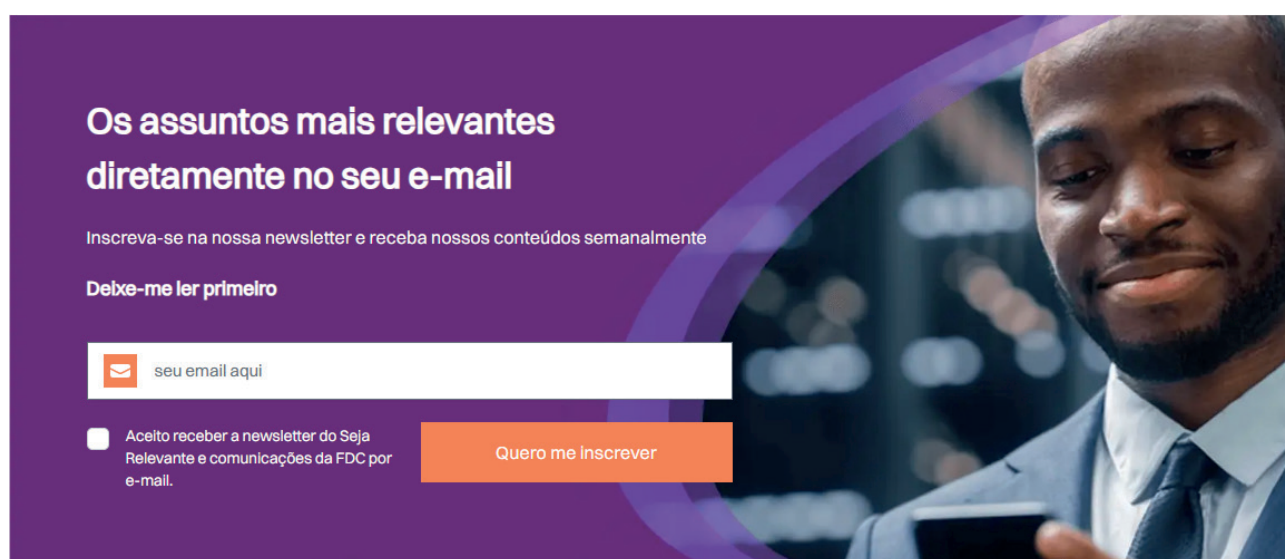
Há uma seleção quinzenal dos principais conteúdos publicados, e eles são incluídos em lotes específicos de distribuição paga para redes sociais e mecanismos de busca de internet. Os resultados de distribuição são geridos diariamente, e ajustes são feitos quando necessários.

O conteúdo também é distribuído de forma orgânica por meio de duas newsletters: uma semanal (apelidada de Blast) e uma quinzenal.

A semanal leva uma matéria publicada na semana anterior no Seja Relevante e é um caso de sucesso, respondendo por alguns picos de audiência semanais. Nos últimos 18 meses, por exemplo, ela angariou 54.035 usuários únicos para o hub de conteúdo.

A newsletter quinzenal também leva um conteúdo de destaque, com uma chamada editada exclusivamente para atrair a atenção dos leitores para as matérias do hub. Porém, ela é complementada com outros conteúdos do Seja Relevante, funcionando como boletim das matérias mais

importantes da quinzena. Além de atrair tráfego para o hub, a newsletter quinzenal alimenta a régua de leads digitais da FDC. Ao longo de 2024 e 2025, foram enviadas cerca de 40 newsletters para uma base que cresce a cada disparo e já ultrapassou 5.300 assinantes.



**Os assuntos mais relevantes
diretamente no seu e-mail**

Inscriva-se na nossa newsletter e receba nossos conteúdos semanalmente

Deixe-me ler primeiro

 seu email aqui

☐ Aceito receber a newsletter do Seja Relevante e comunicações da FDC por e-mail.

Quero me inscrever

Os leitores podem se inscrever no hub para receber a newsletter quinzenalmente

A distribuição orgânica dos conteúdos também conta com estratégias de SEO (Otimização para Mecanismos de Buscas) e AEO (Otimização para Mecanismos de Respostas com IA). Anualmente, é preparado um calendário de palavras-chave a serem desenvolvidas em matérias tutoriais. Diferente de outras estratégias de SEO, as matérias baseadas em palavras-chave no Seja Relevante levam primeiramente o interesse informativo, e por isso são desenvolvidas em redações jornalísticas, com fontes credíveis e devidamente citadas. Mais ainda, as palavras-chave devem estar relacionadas ao negócio da Fundação Dom Cabral, contemplado nos sete campos temáticos descritos anteriormente.

Desde janeiro de 2025, o Seja Relevante passou a também observar os indicadores de AEO, entendendo como as respostas por inteligência artificial nos feeds dos buscadores de internet in-

fluenciam na audiência oriunda de buscas intencionais. Nesse aspecto, pôde-se observar que os conteúdos do Seja Relevante não só mantêm a sua audiência orgânica, como estão passando a ser parte das referências de AEO nos mecanismos de buscas, o que confirma a qualidade e relevância dos conteúdos publicados.



Conteúdos do Seja Relevante têm sido usados como base para criação de respostas de IA em páginas de busca

Adicionalmente, o Seja Relevante desdobra os seus conteúdos em multiformatos. Semanalmente, dois deles são vertidos para web stories, a fim de atender ao público consumidor de conteúdo didático na rede de Discover do Google. Desde o lançamento do Seja Relevante, já foram 360 publicações neste formato.

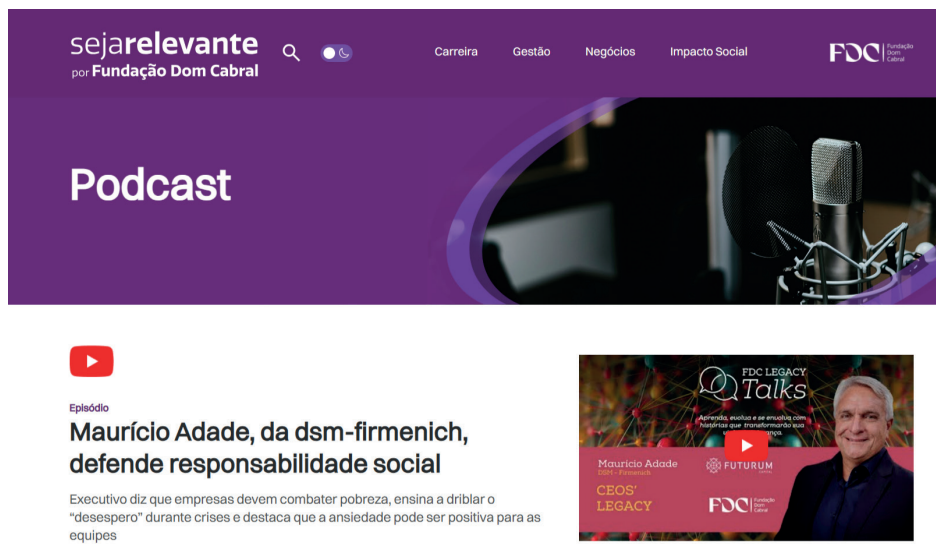
Webstories



O web story é um formato didático e de rápida leitura para atrair audiência orgânica para o portal

O site também integra videocasts gravados e produzidos pela Fundação Dom Cabral. Neste ano, a série especial FDC Legacy Talks traz entrevistas exclusivas com CEOs de grandes companhias e, além do vídeo, há um texto de resumo para que o material seja embedado e mais comumente indexado nos mecanismos de busca da internet.

Com essa operação estruturada, a Fundação Dom Cabral endereça grande parte dos seus objetivos para abordagens do Seja Relevante, organizando essas frentes em clusters de conteúdo (conjunto de matérias sobre determinado tema). O cluster de conteúdos FDC Legacy Talks, produzidos pela iniciativa CEO's Legacy da FDC, por exemplo, teve cinco publicações entre março e agosto de 2025, trazendo entrevistas com líderes de grandes companhias como Sabin, CBMM, Sodexo e Farmax.



Veja também



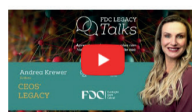
Episódio
Legacy Talks: Maíte Leite, do Santander, tem gosto pela mudança

Executiva se define como uma profissional “inquietada”, que prefere a instabilidade em vez da estabilidade, pois ela contribui para o desenvolvimento



Episódio
Ricardo Lima, CEO da CBMM, detalha como o Nióbio impulsiona um futuro mais sustentável

Executivo destaca compromisso da empresa em expandir as aplicações do Nióbio em diversos setores – como o de baterias –, por meio de pesquisa e desenvolvimento, de equipes de alta performance e de uma cultura voltada ao crescimento.



Episódio
Andrea Krewer, da Sodexo, defende a conexão com pessoas

Trajetória da CEO é marcada pela escuta ativa, que vem praticando há mais de 20 anos, desde que ingressou no grupo francês como trainee



Episódio
Cuidado holístico: como a CEO do Sabin conduz os negócios com inclusão e diversidade

Lidia Abdalla foi de trainee à presidente do grupo de saúde e conta como um olhar amplo a clientes e colaboradores que garante inovação e crescimento com base na diversidade

As entrevistas com executivos que participam do programa FDC Legacy Talks têm espaço de destaque na homepage do Seja Relevante

Ao mesmo tempo em que formam clusters de conteúdo, as entrevistas da série FDC Legacy Talks atendem a uma frente reputacional importante do Seja Relevante: a diplomacia editorial.

O conceito consiste em entrevistas e declarações de atores relevantes no espectro de negócios da Fundação Dom Cabral, de modo a facilitar a interlocução da marca com esses stakeholders, ao mesmo tempo em que a FDC se associa à reputação e credibilidade dessas pessoas.

Desde janeiro de 2024, o Seja Relevante publicou 80 matérias de diplomacias editoriais (entrevistas, artigos e podcasts).

RESULTADOS

Reputação gera conversão

O mestrado profissional é um tema pouco tratado midiaticamente e, portanto, de pouca compreensão do público geral. Mas é um produto premium da FDC e assim se tornou alvo de abordagem do Seja Relevante.

Entre as publicações, há uma matéria mais ampla sobre o tema, e ela funciona como um tutorial de linguagem jornalística para explicar as vantagens do mestrado profissional ao público leitor. Essa matéria funciona como um pilar, que sustenta um grupo de outras publicações relacionadas à pós-graduações *stricto* e *lato sensu*, e que vêm servindo à FDC tanto como representação da sua autoridade na formação executiva quanto como meio de conversão de vendas para esses programas.

A matéria mais ampla de mestrado profissional gerou conversas diretas para inscrições no processo seletivo do curso da Fundação Dom Cabral, validando o uso da estratégia de conteúdo alinhada às ações de marketing da empresa.

A partir de experiências como essa - que demonstram o potencial de conversão da estratégia de brand publishing, mas sem abdicar do seu viés reputacional - a FDC iniciou neste ano um processo de integração completa do Seja Relevante com os seus processos comerciais.

Em 2024, iniciamos a estratégia de impulsionamento pago por campos temáticos, com o objetivo de distribuir os conteúdos por meio de remarketing, segmentando-os por tema e de forma mais alinhada aos interesses dos leitores que já interagiram com o portal. Além de aumentar a precisão no alcance da audiência, a abordagem também resultou em maior eficiência nas campanhas.

Até agosto de 2025, houve avanços na integração das UTMs (Módulos de Rastreamento Uchin) nas URLs das campanhas e iniciaram-se os testes de integração com o CRM da FDC, para maior visibilidade do funil de vendas. Com esse movimento, a programação é que os leads gerados via conteúdos jornalísticos do Seja Relevante sejam totalmente mapeados em 2025, apoiando ainda mais as estratégias de marketing e vendas da Fundação. Dessa forma, o Seja Relevante registrou um salto expressivo na geração de oportunidades de negócio: um aumento de 1.500% no número de leads. Saindo de apenas dois leads diretos medidos em 2024 para 32 em 2025, evidenciando o fortalecimento do hub como ativo estratégico de apoio ao negócio.

Paralelamente, o Seja Relevante desenvolveu a sua newsletter quinzenal, em forma de boletim de notícias. A base de assinantes gera dados qualificados para os desenvolvimentos e ofertas de produtos da Fundação Dom Cabral e, por essa lógica, o Seja Relevante desenvolveu novas formas de atrair assinantes, sendo que a principal delas é a inclusão de pesquisas sobre a qualidade dos conteúdos.

A pesquisa é encontrada logo abaixo de cada matéria e segue um roteiro de duas perguntas: uma sobre a utilidade do conteúdo e outra sobre o interesse do leitor em receber a newsletter. Em seguida, abre um campo para inserção do e-mail.

1 → O conteúdo foi interessante?*

☐ A Sim

☐ B Parcialmente

☐ C Não

OK

2 → Gostaria de receber insights quinzenais sobre gestão, carreira, negócios e impacto social?*

☐ A Sim

☐ B Não

3 → Ótimo! Insira o seu e-mail :)*

alguem@exemplo.com

Enviar

Essa estratégia atraiu 1.650 novos assinantes desde 2024, um aumento de 53%, o que resultou em uma base total de assinantes que já ultrapassou 5.300 leitores - um aumento de 230% em relação à base registrada no final de 2023.

Impacto amplo

A captação e conversão de leads é um exemplo da efetividade e do potencial do brand publishing da FDC. Todavia, o impacto da estratégia é maior, tanto quantitativa quanto qualitativamente, em linha com a demanda de amplificar os conhecimentos profundos gerados na Fundação Dom Cabral através de uma mídia genuinamente corporativa - assinada pela FDC.

É o caso da Iniciativa Imagine Brasil. Criada a partir de discussões do Conselho Curador da FDC, ela trata do “papel de uma escola de negócios em relação aos desafios históricos do país - que resultam em sua desigualdade social profunda e crônica - e ao privilegiado potencial do país na economia verde”. Pela ambição temática, a iniciativa aborda desde soluções de investimentos públicos em infraestrutura até a reforma tributária e o estabelecimento e operação dos mercados de carbono.

São temas amplos e de múltiplas vertentes, que endereçam alternativas para a gestão pública e para corporações privadas e, como tal, precisam ser bem explicados e depois difundidos.

No Seja Relevante, o Imagine Brasil ganhou apoio importante nessa missão. Com um [canal especial](#), destacado na home page, matérias são produzidas e publicadas para difundir as ações da Iniciativa. Entre janeiro de 2024 e agosto de 2025, essa página teve 3.302 visualizações, em matérias que tratam os temas com a amplitude necessária, levando a visão do Imagine Brasil para um grande universo de pessoas.



Conteúdos relacionados à iniciativa criada pela FDC para inspirar diálogos e elaborar propostas que geram mudanças positivas para a criação de um novo futuro para o Brasil



Impacto Social
Brasil pode ser potência mundial da economia verde

País tem as maiores vantagens comparativas para a economia verde e pode ser o maior produtor mundial de alimentos e uma potência ambiental



Impacto Social
Brasil pode ser protagonista no mercado de carbono

À espera do projeto de lei do mercado regulado de carbono, especialistas traçam expectativas acerca de uma nova economia verde



Negócios
Brasil tem sinal amarelo para meio ambiente

Relatório do think tank Imagine Brasil mostra país chegando aos 200 anos de independência com um cenário preocupante no meio ambiente

O Imagine Brasil se tornou um canal especial na homepage do Seja Relevante

O desenvolvimento de lideranças corporativas e institucionais públicas é outro exemplo apoiado no Seja Relevante, tanto no desenvolvimento de técnicas e preceitos de liderança - como a confiança - quanto na evolução de carreira com conceitos modernos - caso da função de Chief of Staff, apresentada pelo Seja Relevante ao mercado em maio de 2025.

Periódica e consistentemente, o Seja Relevante trabalha alvos móveis por meio dos seus clusters de conteúdos. No primeiro semestre de 2025, a COP30, a ser realizada em Belém (PA) no final deste ano, vem sendo um desses alvos.

Enquanto a Fundação Dom Cabral prepara as suas estratégias de participação na COP30, o Seja Relevante publica e divulga matérias relacionadas para aquecer a relevância da FDC na Cúpula do Clima, ao mesmo tempo em que defende as suas linhas temáticas com publicação sobre ambiente de negócios, geopolítica e meio ambiente.



Impacto Social

COP30 reforçará negócios de impacto no Brasil



Impacto Social

Trump impacta COP30



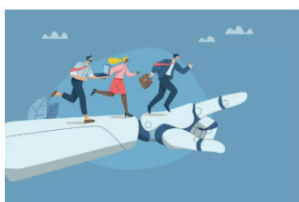
Impacto Social

COP30, do Brasil, precisa ser pragmática, diz especialista

A COP30 é um cluster de conteúdo estratégico para a FDC

Artigos de opinião, editados em formato jornalístico, ajudam a FDC a traduzir temas abordados academicamente para o leitor geral. Nessa frente, 35 artigos foram publicados nos últimos 17 meses, sendo que 16 deles representam a área de Desenvolvimento de Médias Empresas da Fundação Dom Cabral.

Até 2023, a área de Médias Empresas sustentava parceria com a Revista Exame, na qual publicava - por meio de publieditorial - um artigo por quinzena. Em 2024, essa volumetria passou a ser dividida com o Seja Relevante, de modo que o hub de conteúdo da FDC e a Exame passaram a publicar um artigo ao mês cada um. Com isso, o departamento reduziu custos com publieditoriais pela metade, ao mesmo tempo em que cativou a audiência própria.



Negócios

O paradoxo estratégico da IA: construindo o futuro além dos dados do passado



Gestão

A nova geração de executivos financeiros: perfis, competências e mentalidade



Negócios

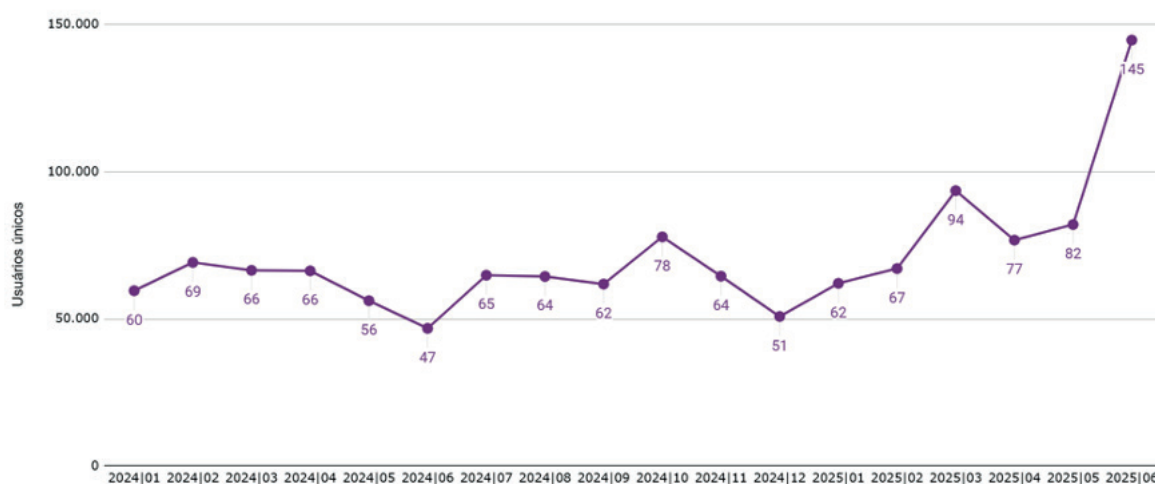
Data-Driven Marketing: impulsionando o crescimento das médias empresas com dados

Artigos inéditos são publicados mensalmente no Seja Relevante

Audiência

A importância do Seja Relevante como ativo de brand publishing da Fundação Dom Cabral também pode ser mensurada em números expressivos de audiência e alcance. De janeiro de 2024 a julho de 2025, o portal já recebeu mais de 1,2 milhão, demonstrando sua capacidade de atrair públicos diversos e qualificados.

Em junho de 2025, o projeto alcançou um recorde histórico com sua maior audiência mensal de usuários totais. Sendo 132 mil geral e tendo seu recorde de acessos vindo de email, cerca de 7 mil.



São mais de 1,2 milhão de usuários de janeiro de 2024 a junho de 2025

Mais de 40% dessa audiência de junho de 2025 partiu de acessos em três matérias sobre geopolítica, o que demonstra a conexão da FDC com as principais temáticas atuais da sociedade. A principal publicação é um artigo escrito pelo cenarista e professor da FDC, Paulo Vicente Alves, sobre a [guerra entre Israel e Irã](#).

Home » Impacto Social »

Guerra no Oriente Médio: o colapso do sistema iraniano

A possibilidade de um colapso do sistema de defesa do Irã pode levar a uma guerra civil, mas também abre espaço para a formação de uma república secular

20 de junho, 2025 Tempo de leitura: 5 minutos



Imagem gerada por Inteligência Artificial

**Estratégia e governança**

Por **Paulo Vicente dos Santos Alves**
Professor da Fundação Dom Cabral

O artigo do professor Paulo Vicente é destaque de audiência no Seja Relevante

Desde o seu lançamento, o Seja Relevante acumula mais de 2,3 milhões de usuários totais. Desse total, 184 mil acessos vieram de forma orgânica, resultado direto das estratégias contínuas de SEO e AEO aplicadas à produção editorial.

Para construir essa audiência orgânica o Seja Relevante conta com 2.300 palavras indexadas no Google (principal buscador do mercado), sendo que 30% são palavras e recursos que aparecem na 1ª página da pesquisa.



O portal teve um crescimento de 3% de palavras indexadas no Google nos últimos meses

O impacto da distribuição de conteúdo é ainda mais notável quando observa-se o número de 68 milhões de impressões, somando mecanismos de busca, redes sociais pagas e orgânicas e plataformas de recomendação de conteúdo. Esses indicadores reforçam o posicionamento do portal como veículo de mídia corporativa da FDC, com atuação consistente, sustentável e de alto valor reputacional para a marca.

Toda essa construção de audiência, que resulta em crescimentos mensais e anuais, também coloca o hub em um cenário de protagonismo nos rankings competitivos do setor, onde são comparados diversos players com foco em produção de conteúdo editorial deste nicho. Em junho, por exemplo, o Seja Relevante aparece com quase 27% de cota de tráfego do setor, segundo a SimilarWeb, ficando na terceira posição em um ranking com sites especialistas na área de atuação.

Market Traffic Share

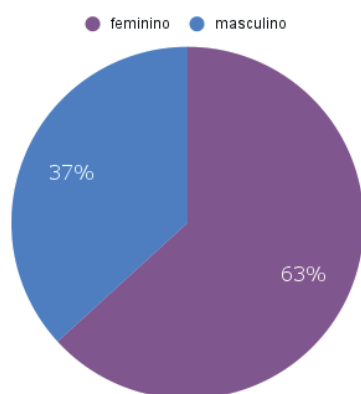
Junho 2025 Brazil All traffic

Rank	Domain	Current period
		Traffic Share
#1	 hbr.org	28.26%
#2	 mittechreview.com.br	28.17%
#3	 sejarelevante.fdc.org.br (Yol	26.92%
#4	 revistahsm.com.br	7.69%
#5	 blog.eseg.edu.br	4.44%
#6	 news.stanford.edu	2.83%
#7	 knowledge.insead.edu	1.69%

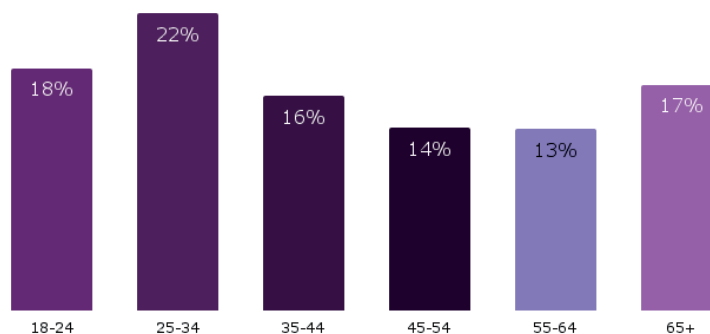
O Seja Relevante ocupa a 3ª posição do ranking de veículos do setor desde maio/2025 (Fonte: SimilarWeb)

Os impactos de conteúdos e a audiência do hub são partes essenciais do trabalho de construção do público para o Seja Relevante, mas uma vez construído, o trabalho não para aí. Isso porque um projeto de Brand Publishing não só constrói audiência, como faz a leitura de todos os comportamentos desse público dentro da mídia proprietária. No caso do Seja Relevante, conseguimos compreender diversos dados demográficos dos usuários.

Gênero



Faixa Etária



Top 5 cidades



Outro fator interessante é a capacidade do hub de originar dados cruzados através do acompanhamento de eventos gerados no site. Isso leva a diversas oportunidades de leituras e *insights*. É possível, por exemplo, avaliar quais grupos temáticos de conteúdos estão sendo mais lidos, quais tags são mais acessadas, qual perfil de matéria gera mais engajamento, qual origem de mídia gera acessos mais qualificados, entre outros.

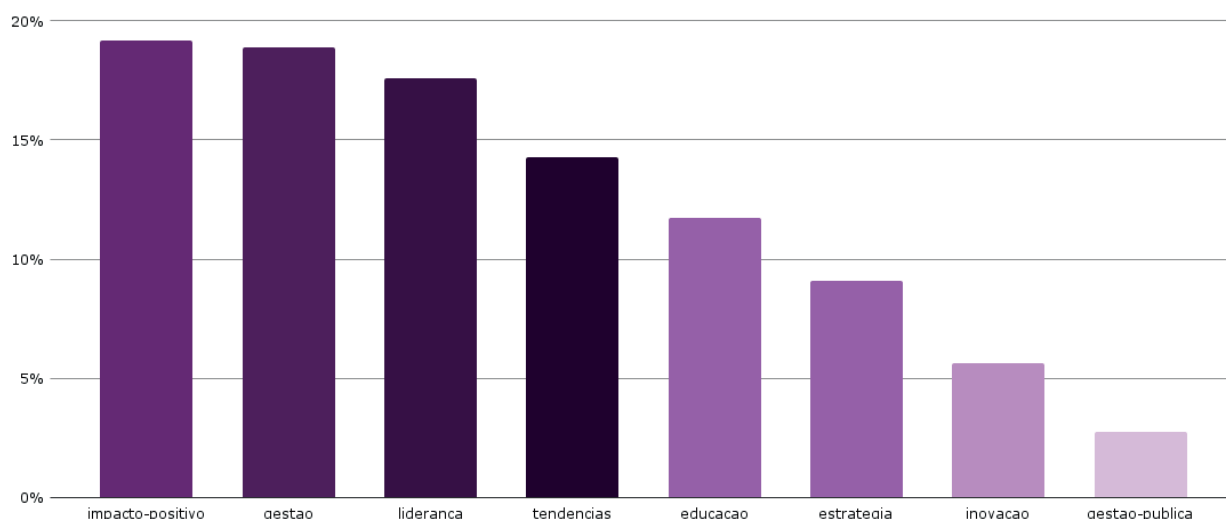


Gráfico com percentual de audiência por temas em 2025

Com pouco mais de quatro anos no ar, o Seja Relevante consolidou-se como um dos principais meios de comunicação corporativa da Fundação Dom Cabral e como um dos principais noticiários da educação executiva, unindo excelência editorial, geração de autoridade e impacto direto em reputação e conversão. No campo institucional, fortaleceu ações como o Imagine Brasil e diplomacias editoriais, ao mesmo tempo em que apoiou objetivos de negócios com a geração de leads qualificados, integração com o CRM e vendas diretas de programas e cursos da FDC.

Impacto Seja Relevante



68 milhões

de impressões
impacto de conteúdo



2.3 milhões

de usuários únicos
acumulados



2.9M

visualizações
de página



55

newsletters
enviadas



+4.000

novos cadastrados
na newsletter



66

artigos
de opinião



60

entrevistas



+ 1.000

matérias e
podcasts



360

web stories

Período acumulado desde o lançamento do projeto (outubro/2021)

PERÍODO DO PROJETO

As ações descritas neste case referem-se ao período de janeiro de 2024 a julho de 2025, quando o Seja Relevante – lançado em outubro de 2021 – consolidou-se como o hub estratégico de influência, conversão e reputação da Fundação Dom Cabral.

INVESTIMENTO

Durante o período avaliado, a FDC investiu aproximadamente R\$ 2 milhões na estruturação e operação do projeto. Os recursos foram destinados à operação e atualização da plataforma digital, gestão editorial, produção de conteúdo, impulsionamento, ações de distribuição e estruturação da integração comercial com marketing.

JUSTIFICATIVA

O Seja Relevante merece ser premiado na categoria Mídias Corporativas porque consolidou-se como um projeto de mídia corporativa que une excelência editorial com relevância social para gerar impacto nos negócios da Fundação Dom Cabral.

Com mais de 2,3 milhões de usuários únicos acumulados desde o seu lançamento, o projeto não apenas dissemina conhecimento qualificado em gestão, carreira, negócios e impacto social, como também posiciona a FDC como referência editorial brasileira, competindo com veículos internacionais de prestígio como a Harvard Business Review e o MIT Tech Review.

Além do alcance expressivo, o Seja Relevante diferencia-se pela consistência e pela profundidade da operação. Com a produção diária de conteúdos jornalísticos proprietários, o hub integra SEO, AEO, newsletters e multiformatos como web stories e videocasts, o que o levou a atingir 68 milhões de impressões em diferentes canais digitais.

O projeto ainda fortalece frentes institucionais como o Imagine Brasil, reforçando a posição da FDC como think & action tank global.

Além disso, o Seja Relevante contribui com a régua comercial da FDC, gerando leads qualificados por meio da sua integração com o CRM e a distribuição segmentada de conteúdos de acordo com os campos temáticos da instituição.

Ao unir impacto institucional, relevância acadêmica e resultados mensuráveis, o Seja Relevante representa um case exemplar de mídia corporativa e reafirma por que deve ser reconhecido com o Prêmio Jatobá.

CRONOGRAMA

2021

Setembro

- Criação do Plano de Brand Publishing
- Elaboração do manual de redação e estilo
- Definição do nome do portal

Outubro

- 20 matérias publicadas

Dezembro

- Início de publicação de web stories
- Lançamento do hub
- Início de distribuição paga

2022

Fevereiro

- Novas funcionalidades na plataforma
- 23 mil usuários Únicos

Março

- Pico de 65 mil visualizações em uma matéria sobre a Guerra da Ucrânia
- Realização do primeiro Comitê Editorial

Abril

- Seja Relevante é o 4º player de maior audiência no Ranking de Mídia
- Web stories “Centro Social da FDC” com 1.010 acessos na semana

Maiο

- Aumento 270% em palavras indexadas
- Primeira cobertura de evento

Junho

- Implementação de Ícones Editoriais nas matérias

Agosto

- Implementar box de cadastro da newsletter na home

Setembro

- Publicação de primeira diplomacia editorial

Outubro

- 12.540 exibições totais nos CTAs

Novembro

- Criação do Manual de identidade Visual para as imagens

Dezembro

- 500 mil usuários em 2022
- 256 matérias publicadas em 2022

2023

Janeiro

- Integração URL: de sejarelevante.com.br para sejarelevante.fdc.org.br

Fevereiro

- 120 mil acessos no hub/mês

Março

- Publicação de matéria com Infográficos
- Primeiro disparo da Newsletter Seja Relevante

Maiο

- Publicação de primeira Pesquisa

Julho

- Base da newsletter com mil inscritos

Agosto

- “O que é gestão pública” na primeira posição no Google

Novembro

- Meta do ano alcançada: +640 mil usuários (+40% em relação a 2022)

2024

Abril

- Base da newsletter alcançou +2.370 inscritos

Julho

- 1.5 MI de acessos desde o início do projeto
- 2ª posição do ranking com um aumento de 6,5% na cota de tráfego
- 700 matérias publicadas
- 1.100 e-mails coletados desde junho via Pesquisa

Agosto

- Base da newsletter alcançou 3.500 inscritos
- Aumento de 80% na captação de e-mail via pesquisa comparado julho

Outubro

- Revamp do site (novo layout)

Novembro

- Crescimento de 57% em termos posicionados na 1ª página da SERP em comparação a 2023

Dezembro

- 670 mil usuários no acumulado em 2024

2025

Fevereiro

- Dashboard para o Seja Relevante
- Base da newsletter alcançou +4 mil inscritos
- Publicação da Página de podcasts

Março

- Novo módulo de CTAs para o hub
- Pico de audiência de 93 mil acessos/mês

Abril

- 20 mil visualizações da Pesquisa

Junho

- Início de conversão no Seja Relevante para transformar tráfego qualificado em resultados mensuráveis
- Recorde de audiência do projeto: 133 mil acessos/mês
- Maior audiência histórica de origem de e-mail

Julho

- 600 e-mails coletados via Pesquisa
- Base da newsletter alcançou +5 mil inscritos

Setembro

- Metas do ano de audiência, impacto e cadastros na newsletter foram alcançadas

EQUIPE

Fundação Dom Cabral

Antonio Batista da Silva Junior | Presidente executivo
André Proença | VP de Gente e Valor Integrado ao Negócio
Beth Fernandes | VP de Educação Executiva
Paula Simões | VP de Conhecimento e Aprendizagem –
Rosiléia Milagres | VP de Educação Acadêmica
Ana Carolina de Almeida | VP de Educação Social
Daniel Aguado | Diretor de Marketing e Comunicação Corporativa
Luciana Machado | Gerente de Comunicação Corporativa
Letícia Silva | Analista de Comunicação Corporativa

Barões Brand Publishing

Paulo Henrique Ferreira | diretor-executivo
Bruno Costa | diretor de Estratégia de Dados
João Gabriel Pereira | diretor de Tecnologia
Joana Carvalho | gestora de Operações e Pessoas
Roberto Francellino | gestor de Conteúdo
Rodrigo Santos | editor do Hub
Raphael Crespo | editor de SEO
Rose Guidoni | gestora de Conteúdo
Nelson Valencio | redator
Carla Zacconi | redatora
Victor Arzua | gestor de Distribuição
Yago Barbosa | assistente de Distribuição
Jonatas Sanchez | assistente de Distribuição
Érica Mello | assistente de Gestão
Lorenah Spata | assistente de Redação
Daniela Carvalho | assistente de Redação
Gabriela Ventura | assistente de Redação
Carlos Padrão | desenvolvedor
Welton Azevedo | desenvolvedor
Joice Santos | analista de Produtos Digitais
Jéssica Terra | assistente em Dados
Luiz Maia | especialista em Dados