AUTORIA

Profissional.

O guia de quem escreve com autoridade — e quer ser encontrado por pessoas e por IAs.

SUMÁRIO

Quem escreve já tem a obra. O que decide a autoridade é onde ela mora, se o conselho permite e se ela pode ser citada.

Este anuário segue a ordem em que o profissional vive a escrita: entender quem lê, escolher onde publicar, respeitar as regras da profissão, produzir com constância, virar fonte e decidir quem ajuda. O último capítulo mostra o que já está marcado para 2027.

Cada capítulo traz um dado com fonte, o que ele significa para a sua prática e o passo a passo para aplicar. Os números medidos pela Vamos Escrever vêm da leitura de portais públicos em outubro de 2026; os demais citam a pesquisa de origem.

— Principais achados p. 3

01 Antes de escrever: as perguntas de quem lê você p. 4

02 Onde publicar: o retrato de quem escreve p. 5

03 O que o seu conselho permite p. 6

04 Produzir com constância: um texto, oito peças p. 7

05 Virar fonte nas respostas do Google e do ChatGPT p. 8

06 Sozinho, com apoio ou com uma equipe editorial p. 9

07 O que vem em 2027 p. 10

— Onde você está: seis perguntas p. 11

— Metodologia e referências p. 12

EM RESUMO

Principais achados

1 em 3

autores que publicam nos portais da sua área é sócio ou fundador do próprio negócio.

Fonte: leitura da Vamos Escrever, out. 2026

Capítulo 2 →

62%

das páginas citadas nos resumos do Google estão fora da primeira página de resultados. Só 38% vêm dos dez primeiros.

Fonte: Ahrefs, mar. 2026

Capítulo 5 →

8%

das buscas terminam em clique num site quando o Google já mostra um resumo pronto. Sem o resumo, são 15%.

Fonte: Pew Research Center, jul. 2025

Capítulo 5 →

59%

dos brasileiros com ensino superior que usam internet já recorreram a ferramentas de inteligência artificial generativa.

Fonte: Cetic.br, TIC Domicílios 2025

Capítulo 1 →

CAPÍTULO 1

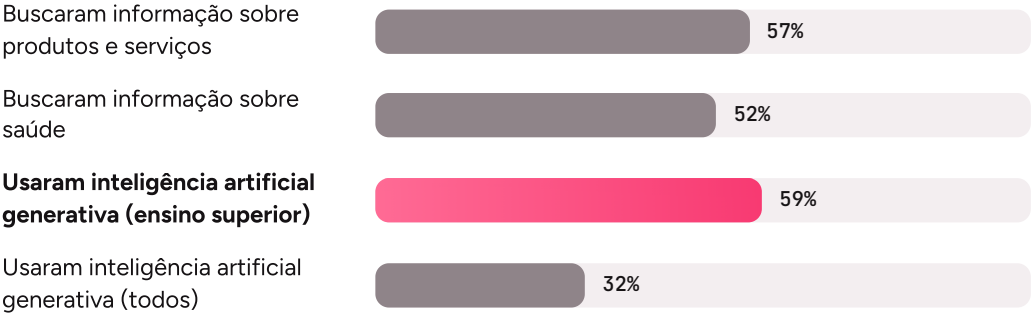
01

Antes de escrever: as perguntas de quem lê você

“Sobre o que eu escrevo, se tudo parece já ter sido dito?”

O seu cliente já procura respostas antes de procurar você. Mais da metade dos usuários de internet no Brasil buscou informação sobre saúde ou sobre produtos e serviços nos últimos três meses, e quem tem ensino superior já leva essas perguntas também a ferramentas como o ChatGPT.[1]

GRÁFICO 1 **O que os usuários de internet no Brasil fizeram nos últimos três meses**



Fonte: Cetic.br, TIC Domicílios 2025, 24.535 entrevistados.[1]

Liga com o capítulo 5: o texto que responde a uma pergunta real é o que a busca encontra e cita.

NA PRÁTICA

Monte a sua pauta em quatro passos

1 **Anote as perguntas.**

As dez que você mais ouviu de clientes no último mês.

> Por quê: é a pauta real, na linguagem de quem contrata.

2 **Filtre pela sua prática.**

Fique com as que só quem atende esses casos responde bem.

> Por quê: é aí que mora o que ninguém copia.

3 **Escreva a sua posição.**

Uma linha por pergunta, dizendo o que você pensa.

> Por quê: posição clara é o que faz o texto ser lembrado.

4 **Guarde a lista.**

Ela vira a pauta dos capítulos 4 e 5.

CAPÍTULO 2

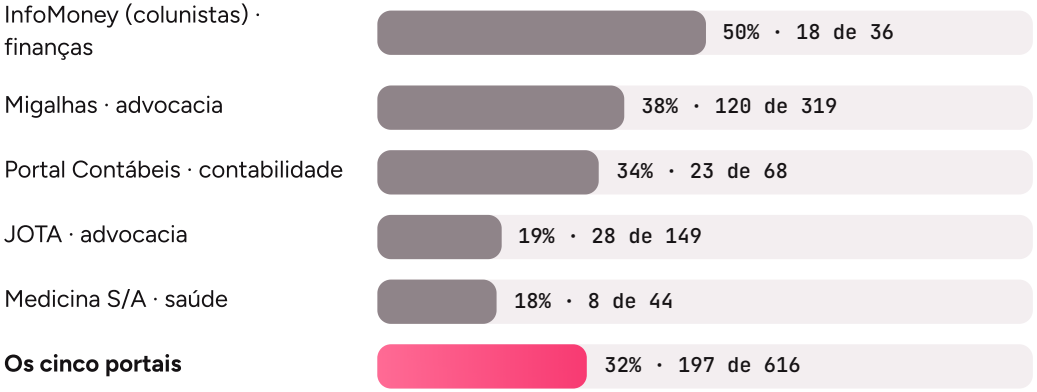
02

Onde publicar: o retrato de quem escreve

“Publicar no portal ou no meu site?”

Os portais especializados concentram a escrita profissional, e boa parte dela vem de quem decide no próprio escritório. Lemos 606 artigos assinados em cinco portais, em outubro de 2026: 197 dos 616 autores se apresentam como sócios ou fundadores. No InfoMoney, são metade dos colunistas.[2]

GRÁFICO 2 **Autores que são sócios ou fundadores, por portal**



Fonte: leitura pública dos portais pela Vamos Escrever, outubro de 2026. Conta como sócio ou fundador quem a própria bio apresenta assim; casos ambíguos ficaram fora.[2,3]

TABELA 1 **O retrato completo, portal a portal**

PORTAL	ÁREA	PERÍODO LIDO	ARTIGOS	AUTORES	SÓCIOS OU FUNDADORES
Migalhas	Advocacia	recentes, lidos em 21/10	295	319	120 (38%)
JOTA	Advocacia	10/10 a 23/10	110	149	28 (19%)
Portal Contábeis	Contabilidade e tributário	24/09 a 22/10	101	68	23 (34%)
InfoMoney (colunistas)	Finanças	24/09 a 23/10	58	36	18 (50%)
Medicina S/A	Saúde	24/09 a 23/10	42	44	8 (18%)
Total			606	616	197 (32%)

Fonte: leitura pública dos portais pela Vamos Escrever, 21 e 23/10/2026. Autores contados uma vez por portal. No Portal Contábeis, quando o texto foi publicado por assessoria de imprensa, contamos quem assina o texto. Na Medicina S/A, boa parte dos autores são gestores e executivos do setor de saúde; entre os 19 que se apresentam como profissionais de saúde, 2 são sócios ou fundadores. Na arquitetura, não encontramos portal aberto com artigos assinados por arquitetos em volume comparável: os projetos aparecem creditados aos escritórios em matérias da redação, e a opinião fica com poucos colunistas fixos. [2, 3]

O portal traz alcance, e vale continuar lá. Só que o acervo fica no endereço de outro. Quando o texto nasce no seu site e depois vai para o portal, a obra passa a se acumular no seu nome.

Liga com o capítulo 3: antes de republicar, confira o que o seu conselho exige na assinatura.

NA PRÁTICA

Traga o acervo para o seu nome

1 **Faça o inventário.**
Liste tudo o que publicou e onde.
> Por quê: não dá para organizar o que não se vê.

2 **Separe o atual do datado.**
Fique com o que continua valendo.
> Por quê: texto atemporal traz leitor por anos.

3 **Republique em casa.**
No seu site, indicando onde saiu primeiro.
> Por quê: o portal mantém o crédito e o acervo passa a ser seu.

4 **Ligue às suas áreas.**
Cada texto aponta para a página da área de atuação.
> Por quê: quem chega pelo texto encontra o serviço.

5 **Inverta a ordem.**
Daqui em diante, publique primeiro em casa e depois no portal.

CAPÍTULO 3

03

O que o seu conselho permite

“Posso falar de preço? De um caso que ganhei?”

Cada profissão escreve sob regras próprias, e elas variam mais do que parece. O CFM autoriza informar o valor da consulta; a OAB proíbe usar honorários, descontos ou gratuidade para atrair cliente. O CFC e o CAU pedem que o profissional participe do que assina.

TABELA 2 **O que cada conselho diz sobre publicar conteúdo**

CONSELHO	SITUAÇÃO	REGRA	ONDE ESTÁ
OAB	Anunciar desconto, gratuidade ou forma de pagamento para atrair cliente	**Não pode**	Provimento 205/2021, art. 3º, I [4]
OAB	Pôr e-mail, site e redes no artigo (telefone e endereço, não)	**Pode**	Código de Ética, art. 40, V, e Provimento 205/2021, art. 4º, §3º [4]
OAB	Vídeo ou live comentando caso concreto ou resultado	**Não pode**	Provimento 205/2021, art. 5º, §3º [4]
OAB	Artigo técnico, sem citar resultado	**Pode**	Provimento 205/2021, Anexo Único [4]
CFM	Informar valor de consulta	**Pode**	Resolução 2.336/2023, art. 9º, VI [5]
CFM	Prometer bom resultado	**Não pode**	Resolução 2.336/2023, art. 11, XII [5]
CFC	Assinar texto técnico do qual não participou	**Não pode**	NBC PG 01, item 5(u) [6]
CAU	Divulgar projeto sem o responsável técnico	**Não pode**	Resolução 75/2014, art. 11 [7]
CVM	Vídeo sobre uma ação específica	**Só analista credenciado**	Resolução 20/2021, art. 1º, §2º [8]

Fonte: textos oficiais de OAB, CFM, CFC, CAU e CVM. OAB conferida em 23/10/2026; demais conselhos em 22/10/2026.

REGRAS CONFERIDAS EM 23/10/2026

Provimento 205/2021 da OAB: vigente nesta data, sem alteração.

O Conselho Federal da OAB revisa o provimento desde 2025, e uma das propostas trata da menção a resultados. Normas mudam: antes de aplicar, confira a versão vigente no site do seu conselho.

Liga com o capítulo 6: a exigência de participar do que se assina pesa na escolha de quem ajuda.

NA PRÁTICA

Revise o que já está no ar

1 **Encontre a sua linha.**
Na tabela completa, as situações da sua profissão.

2 **Releia três posts.**
Os mais recentes, com a tabela ao lado.
> Por quê: a dúvida costuma estar no que já foi publicado.

3 **Ajuste a assinatura.**
Nome e número de inscrição em toda publicação.
> Na advocacia: Código de Ética e Disciplina da OAB, art. 44.

CAPÍTULO 4

Produzir com constância: um texto, oito peças

“Como manter a frequência sem parar o escritório?”

A constância vem de multiplicar o que já foi pensado, não de pensar mais. Um texto no seu site rende uma peça para cada rede, e cada peça pega um ângulo do mesmo assunto. Quem encontra uma chega às outras.

ESQUEMA 1 **O que um texto rende para as redes**

1
texto no seu site
a fonte de tudo

→

1
Instagram
a ideia central em uma imagem

1
LinkedIn
a sua posição sobre o tema

1
Vídeo
a explicação na sua voz

5
Cortes do vídeo

um trecho por pergunta derivada

---

1 + 1 + 1 + 5 = **8 peças** para as redes, a partir de 1 texto

1 texto por semana = 416 peças em um ano

Fonte: Método VE, Vamos Escrever.

Liga com os capítulos 2 e 5: o texto nasce em casa e é ele que vira fonte.

NA PRÁTICA

Uma conversa, duas semanas de presença

1 **Escolha uma pergunta.**
Da lista que você montou no capítulo 1.

2 **Responda falando.**
Vinte minutos, gravados.

> Por quê: falar é mais rápido que escrever e preserva a sua voz.

3 **Transforme em texto.**
A gravação vira o texto do seu site.

4 **Distribua os recortes.**
As oito peças, ao longo de duas semanas.

> Por quê: cada rede recebe um ângulo, sem repetir a mesma frase.

CAPÍTULO 5

05

Virar fonte nas respostas do Google e do ChatGPT

"Por que o meu concorrente aparece na resposta e eu não?"

Estar no topo da busca já não garante ser lido. Quando o Google mostra um resumo pronto, o clique nos resultados comuns cai quase pela metade.[10] E o resumo nem sempre cita quem está no topo: seis em cada dez páginas citadas estão fora da primeira página.[9]

GRÁFICO 3 **De onde vêm as páginas citadas nos resumos do Google**



Na primeira página (10 primeiros resultados) Fora da primeira página

Fonte: Ahrefs, 02/03/2026, 863 mil páginas de resultado. O estudo não separa posições intermediárias, como os 15 ou 20 primeiros.[9]

GRÁFICO 4 **Clique em resultados comuns, com e sem resumo pronto**



Fonte: Pew Research Center, 22/07/2025, navegação real de 900 adultos nos EUA. [10]

Confira antes de repetir. Ao montar este anuário, um assistente afirmou que "mais de 80% veem vídeos curtos sem som". A origem é uma matéria de 2016 sobre vídeos no Facebook. [11] Por isso cada número aqui traz a fonte.

Liga com os capítulos 1 e 2: a pergunta certa, respondida no seu endereço.

LISTA DE CONFERÊNCIA

Confira antes de publicar

1. **Pergunta no título.**
   E a resposta já no primeiro parágrafo.
   > Por quê: é o trecho que a busca recorta e cita.

2. **Algo só seu.**
   Um caso, número ou cena da sua prática.
   > Por quê: o que só você tem é o que a resposta precisa citar.

3. **Nome por inteiro.**
   Nome completo, cargo e registro no texto.

4. **Fonte em todo dado.**
   Nome de quem publicou e o link.
   > Por quê: número sem origem enfraquece o texto inteiro.

CAPÍTULO 6

06

Sozinho, com apoio ou com uma equipe editorial

“Faço eu mesmo ou peço ajuda?”

Os três caminhos funcionam. O que muda é quanto do seu tempo cada um consome e onde fica a autoria.

QUADRO 1 **Três formas de manter a escrita**

Sozinho

Você pensa, escreve, grava e publica. Custa pouco e consome as horas que iriam para o escritório.

Com apoio avulso

Você produz e delega a edição e a arte. Ganha tempo, mas a pauta e o texto continuam com você.

Com uma equipe editorial

Uma conversa por mês vira o texto e as peças. A autoria continua sua, porque tudo nasce do que você disse.

Liga com o capítulo 3: em qualquer caminho, o conselho pede que você participe do que assina.

CAPÍTULO 7

07

O que vem em 2027

“O que muda no ano que vem para quem escreve na minha área?”

Algumas mudanças já têm data marcada em lei ou norma. Outras estão em discussão e ainda não têm data. Separamos as duas, porque tratar uma proposta como regra é o erro mais comum de quem escreve sobre o ano seguinte.

TABELA 4 **O que já tem data**

PARA QUEM	O QUE MUDA	QUANDO	ONDE ESTÁ
Todos que vendem serviços, e quem os assessora	Começa a cobrança da CBS e do Imposto Seletivo; PIS e Cofins deixam de existir; o IPI vai a zero, salvo na Zona Franca de Manaus	a partir de 2027	EC 132/2023, ADCT, art. 126[12]
Todos que vendem serviços	O IBS entra em teste, com alíquota de 0,05% estadual e 0,05% municipal	2027 e 2028	EC 132/2023, ADCT, art. 127[12]
Advogados, arquitetos, contabilistas e economistas	Redução de 30% nas alíquotas de IBS e CBS sobre os serviços profissionais, com requisitos para pessoa jurídica	com a cobrança dos novos tributos	LC 214/2025, art. 127[13]
Médicos	Primeiro ano inteiro sob a regra do CFM para IA na medicina: o paciente deve saber quando a IA apoia o atendimento, e o diagnóstico não pode ser comunicado pela IA sem mediação humana	em vigor desde 26/08/2026	Resolução CFM 2.454/2026[14]
Todos que tratam dados pessoais	Inteligência artificial é tema prioritário de fiscalização da ANPD	biênio 2026–2027	Mapa de Temas Prioritários da ANPD[15]

Fonte: textos oficiais, conferidos em 23/10/2026. Para o impacto no seu caso, consulte o seu contador ou o seu conselho.

TABELA 5 **O que está em discussão, ainda sem data**

TEMA	SITUAÇÃO EM 23/10/2026	FONTE
Revisão do Provimento 205 da OAB (publicidade da advocacia)	Em fase final no Conselho Federal desde dezembro de 2025; sem votação marcada. O Provimento 205/2021 segue valendo	OAB, 08/12/2025[18]
Marco legal da inteligência artificial (PL 2338/2023)	Na Câmara, aguardando parecer do relator na comissão especial	Câmara dos Deputados[16]
Regras para quem fala de investimentos nas redes	Na lista de temas da CVM para consulta pública	Agenda Regulatória 2026 da CVM[17]

Fonte: páginas oficiais da OAB, da Câmara dos Deputados e da CVM, consultadas em 23/10/2026.

QUADRO 2 **O que os institutos de pesquisa projetam**

PROJEÇÃO	PARA QUANDO	QUEM PROJETOU
Conteúdo feito por pessoas volta a ser prioridade para metade das marcas	2027	Forrester, 21/10/2026[19]
Dois terços dos fornecedores vão perder negócios porque o comprador não consegue verificar o que eles afirmam	2027	Forrester, 21/10/2026[20]
Os sites passam a receber mais visitantes vindos de respostas de IA do que da busca tradicional (em temas de marketing digital)	início de 2028	Semrush, 21/07/2025[21]
O tráfego de busca orgânica das marcas cai 50% ou mais	2028	Gartner, 14/12/2023[22]

Projeções são estimativas de cada instituto, publicadas nas datas indicadas, e não fatos consumados.

As duas projeções da Forrester para 2027 apontam na mesma direção dos capítulos anteriores: o que for assinado por alguém, com origem que se possa conferir, ganha peso quando a informação genérica sobra.

Liga com os capítulos 3 e 5: regras em revisão pedem a data de conferência em cada publicação, e texto verificável é o que a resposta cita.

NA PRÁTICA

Prepare a sua pauta de 2027

1 **Marque as datas.**

Liste as mudanças da Tabela 4 que afetam os seus clientes.

> Por quê: mudança com data é a pergunta que o cliente vai fazer.

2 **Vire pergunta.**

Para cada mudança, escreva a dúvida do cliente com as palavras dele.

> Ela entra na sua lista do capítulo 1.

3 **Date o que escrever.**

Em tema em discussão, diga a situação e a data da consulta.

> Por quê: evita que o texto envelheça como promessa.

4 **Deixe verificável.**

Nome, registro e fonte em cada afirmação.

> Por quê: é o que o comprador de 2027 vai conferir.

PARA APLICAR

Onde você está: seis perguntas

01	Você sabe as dez perguntas que seus clientes mais fazem?	cap. 1
02	A maior parte do que você escreveu está no seu site?	cap. 2
03	Sua assinatura segue o que o conselho pede?	cap. 3
04	Você publica com uma frequência que dá para manter?	cap. 4
05	Seus textos trazem algo que só você poderia dizer?	cap. 5
06	Você já sabe quais mudanças de 2027 os seus clientes vão perguntar?	cap. 7

Cada "não" aponta o capítulo para começar.

ANEXO

Metodologia e referências

Levantamento próprio. A Vamos Escrever leu os artigos assinados da lista de recentes do Migalhas (21/10/2026), do JOTA (últimos 14 dias) e do Portal Contábeis, do InfoMoney e da Medicina S/A (últimos 30 dias), em 23/10/2026. Na arquitetura, foram testados ArchDaily, Revista PROJETO, Casa e Jardim, Casa Vogue, CAU/BR, IAB-SP, AsBEA e Vitruvius, sem volume comparável de artigos assinados. Cada autor conta uma vez por portal. Sócio ou fundador é quem a bio apresenta como sócio, sócia, fundador, fundadora, cofundador, sócio-diretor ou sócio-administrador; casos ambíguos ficaram fora da conta. O cargo de cada autor vem da bio publicada pelo próprio portal. Não houve consulta paga nem coleta de dado pessoal além do que o portal publica.

2027. Só entram mudanças com data em lei ou norma e projeções publicadas por institutos, com o nome de quem projetou. Temas em discussão aparecem como tal, com a situação na data da consulta.

Normas. Cada regra foi conferida no texto oficial do conselho, com o artigo indicado: OAB em 23/10/2026 (inclusive a edição consolidada de 2026 da legislação da OAB), CFM, CFC, CAU e CVM em 22/10/2026. As regras valem para essas datas; normas podem mudar depois da publicação deste relatório.

REFERÊNCIAS

1. Cetic.br. TIC Domicílios 2025, resumo executivo.
2. Vamos Escrever. Leitura pública do Migalhas, 21/10/2026.
3. Vamos Escrever. Leitura pública de JOTA (10 a 23/10/2026), Portal Contábeis (24/09 a 22/10/2026), InfoMoney (24/09 a 23/10/2026) e Medicina S/A (24/09 a 23/10/2026), feita em 23/10/2026.
4. OAB. Provimento 205/2021 e Código de Ética e Disciplina, conferidos em 23/10/2026.
5. CFM. Resolução 2.336/2023.
6. CFC. NBC PG 01, Código de Ética Profissional do Contador.
7. CAU/BR. Resolução 75/2014.
8. CVM. Resolução 20/2021.
9. Ahrefs. Estudo de citações nos resumos do Google, 02/03/2026.
10. Pew Research Center. Google users are less likely to click on links when an AI summary appears, 22/07/2025.
11. Digiday. Silent world: Facebook video, 17/05/2016.
12. Presidência da República. Emenda Constitucional 132/2023 (Reforma Tributária), arts. 126 e 127 do ADCT.
13. Presidência da República. Lei Complementar 214/2025, arts. 127 e 542.
14. CFM. Regras sobre uso da IA na medicina entram em vigor no dia 26 de agosto (Resolução 2.454/2026).
15. ANPD. Mapa de Temas Prioritários 2026–2027, 24/12/2025.
16. Câmara dos Deputados. Ficha de tramitação do PL 2338/2023, consultada em 23/10/2026.
17. CVM. Agenda Regulatória 2026, 10/12/2025.
18. OAB. Atualização do provimento do marketing jurídico entra na fase final, 08/12/2025.
19. Forrester. Predictions 2027: B2C Marketing, CX and Digital, 21/10/2026.
20. Forrester. Predictions 2027: B2B Go-To-Market, 21/10/2026.
21. Semrush. AI Search & SEO Traffic Study, 21/07/2025.
22. Gartner. Gartner Predicts Fifty Percent of Consumers Will Significantly Limit Their Interactions with Social Media by 2025, 14/12/2023.

EM POUCAS LINHAS

Perguntas frequentes sobre autoria profissional em 2026 e 2027

Sobre o que um profissional deve escrever, se tudo parece já ter sido dito?

Sobre as perguntas reais dos clientes. Mais da metade dos usuários de internet no Brasil buscou informação sobre saúde (52%) ou sobre produtos e serviços (57%) nos últimos três meses, e 59% dos que têm ensino superior já usam IA generativa para isso (Cetic.br, TIC Domicílios 2025). O texto que responde a uma pergunta real é o que a busca encontra e cita.

É melhor publicar artigos em portais especializados ou no próprio site?

Nos dois, nesta ordem: primeiro no próprio site, depois no portal. O portal traz alcance, mas o acervo fica no endereço de outro. Na leitura de 606 artigos em cinco portais (Migalhas, JOTA, Portal Contábeis, InfoMoney e Medicina S/A), feita pela Vamos Escrever em outubro de 2026, 32% dos autores são sócios ou fundadores do próprio negócio.

Advogado pode divulgar honorários ou comentar casos que ganhou nas redes?

Não. O Provimento 205/2021 da OAB proíbe anunciar desconto, gratuidade ou forma de pagamento para atrair cliente (art. 3º, I) e veda vídeo ou live comentando caso concreto ou resultado (art. 5º, §3º). Artigo técnico, sem citar resultado, é permitido. Regra conferida em 23/10/2026.

Médico pode informar o valor da consulta em publicações?

Sim. A Resolução CFM 2.336/2023 autoriza informar o valor da consulta (art. 9º, VI), mas proíbe prometer bom resultado (art. 11, XII). Regra conferida em 22/10/2026.

Como manter frequência de publicação sem parar o escritório?

Multiplicando o que já foi pensado. Um texto no seu site rende oito peças para as redes: um post de Instagram, um de LinkedIn, um vídeo e cinco cortes. Com um texto por semana, são 416 peças em um ano (Método VE, Vamos Escrever).

Por que o concorrente aparece nas respostas do Google e do ChatGPT e eu não?

Porque estar no topo da busca já não garante ser citado. 62,1% das páginas citadas nos resumos do Google estão fora da primeira página de resultados (Ahrefs, 02/03/2026), e o clique em resultados comuns cai de 15% para 8% quando há resumo pronto (Pew Research Center, 22/07/2025). Texto com pergunta no título, resposta no primeiro parágrafo, algo que só o autor tem, nome completo com registro e fonte em todo dado é o que tende a ser citado.

Escrever sozinho, com apoio avulso ou com uma equipe editorial?

Os três caminhos funcionam. Sozinho custa pouco e consome horas do escritório; com apoio avulso você delega edição e arte, mas a pauta e o texto continuam com você; com uma equipe editorial, uma conversa por mês vira o texto e as peças, e a autoria continua sua porque tudo nasce do que você disse. Em qualquer caminho, o conselho exige que você participe do que assina.

O que muda em 2027 para profissionais que escrevem e prestam serviços?

Começa a cobrança da CBS e do Imposto Seletivo, PIS e Cofins deixam de existir e o IBS entra em teste com alíquota de 0,05% estadual e 0,05% municipal (EC 132/2023, arts. 126 e 127 do ADCT). Advogados, arquitetos, contabilistas e economistas têm redução de 30% nas alíquotas de IBS e CBS (LC 214/2025, art. 127). Médicos vivem o primeiro ano inteiro sob a Resolução CFM 2.454/2026 sobre IA, em vigor desde 26/08/2026.

Quem sabe muito já tem o que dizer. Falta a obra ser encontrada.

01	Antes de escrever	02	Onde publicar
03	O que o seu conselho permite	04	Um texto, oito peças
05	Virar fonte nas respostas de IA	06	Medir o que importa
07	O que muda em 2027	+	Perguntas frequentes

VAMOS ESCREVER

AUTORIA E EDIÇÃO · VAMOS ESCREVER
SÃO CARLOS · SP · 2026
VAMOSESCREVER.COM.BR/ANUARIO