



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
 UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

		2º Trim	18.000
		3º Trim	17.000
		4º Trim	13.000
		ANUAL	50.500

EQUIPAMENTOS CULTURAIS – TEATRO DE ARARAS

11-PROGRAMA TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – ARARAS

Objetivos Específicos

Apresentar espetáculos de diversas linguagens como dança, circo, teatro, espetáculos infantis, música, procurando adequá-los ao interesse da população local;
 Atender os diversos tipos de público;
 Receber espetáculos e/ou mostras de parceiros para a difusão de projetos afins com o teatro e a população local;
 Promover a programação semanal para público infantil e suas famílias;
 Promover encontros, palestras, cursos, seminários que visem à formação de público e a discussão sobre a compreensão e a produção de obras das diversas linguagens artísticas.
 Capacidade: 466 lugares

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta 2015
19	Realizar Apresentações	Número de apresentações	1º Trim	10
			2º Trim	20
			3º Trim	15
			4º Trim	10
			ANUAL	55
		Número total de público	1º Trim	2.000
			2º Trim	5.000
			3º Trim	3.300
			4º Trim	2.700
			ANUAL	13.000
20	Realizar apresentações de arte para crianças durante uma semana (2ª a 6ª com duas sessões diárias)	Quantidade de apresentações	1º Trim	0
			2º Trim	0
			3º Trim	0
			4º Trim	10
			ANUAL	10
		Número total de público	1º Trim	0
			2º Trim	0
			3º Trim	0
			4º Trim	2.300
			ANUAL	2.300



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
 UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

21	Projeto "Obras EnCena" – projeto de oficinas literárias dos livros de vestibular da rede pública de ensino	Quantidade de Palestras / Oficinas	1º Trim	0
			1º Trim	06
			1º Trim	03
			1º Trim	0
			ANUAL	09
22	Projeto "Obras EnCena" – projeto de oficinas literárias dos livros de vestibular da rede pública de ensino	Quantidade de Espetáculos	1º Trim	0
			1º Trim	12
			1º Trim	06
			1º Trim	0
			ANUAL	18

QUADRO DE METAS COMPLEMENTARES

PROGRAMA DE AÇÕES DE ACESSIBILIDADE COMUNICACIONAL

Objetivos Específicos

Criar condições para que pessoas com dificuldade comunicacional possam usufruir da programação oferecida;
 Realizar espetáculos com grupos específicos para contribuir com repertórios com adaptação comunicacional para diversos tipos de limitações, principalmente visual e auditiva.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta 2015
23	Realizar Adaptação Comunicacional e Apresentações de Espetáculos	Número de adaptações – Sala Sérgio Cardoso	1º Trim	
			2º Trim	3
			3º Trim	3
			4º Trim	
			ANUAL	6
		Número de apresentações – Sala Sérgio Cardoso	1º Trim	
			2º Trim	3
			3º Trim	3
			4º Trim	
			ANUAL	6
		Número de adaptações – Sala Paschoal Carlos Magno	1º Trim	
			2º Trim	3
			3º Trim	3
			4º Trim	
			ANUAL	6
		Número de apresentações – Sala Paschoal Carlos Magno	1º Trim	
2º Trim	3			
3º Trim	3			



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

		4º Trim	
		ANUAL	6
	Número de apresentações – Festival Paulista de Circo	1º Trim	
		2º Trim	
		3º Trim	2
		4º Trim	
		ANUAL	2

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

1) Objetivos Específicos

- . Divulgar amplamente a programação cultural e os serviços prestados, contribuindo para a ampliação do conhecimento e valorização das atividades por parte do público em geral, visando o crescimento do número de visitantes e participantes das atividades desenvolvidas.
- . Prestar informações atualizadas sobre a programação e serviços.
- . Elaborar publicações diversas, com enfoque educativo, histórico, artístico, técnico e/ou científico-tecnológico, contribuindo para a ampliação do conhecimento geral e específico acerca das linhas de atuação e dos principais temas afetos.
- . Fortalecer a presença nos meios de comunicação dos equipamentos e programas culturais do Governo do Estado de São Paulo de alta qualidade e interesse social.

2) Estratégia de Ação

- a) Divulgar a programação nos sites de cada projeto e equipamento;
- b) Manter os sites atualizados e em constante evolução técnica;
- c) Manter canal direto com o público de projetos e equipamentos através das redes sociais, visando a mobilização e engajamento do público;
- d) Manter canal direto com outras redes sociais para ampliar a divulgação dos projetos e equipamentos sob a responsabilidade da APAA;
- e) Manter comunicação permanente com os órgãos de imprensa, jornais, revistas, TVs, websites da capital e do interior através de assessorias de imprensa;
- f) Anunciar a programação de projetos e equipamentos nos veículos adequados atuando nas diversas alternativas de mídia que sejam oportunas, com o objetivo de informar o público e de tornar a programação visível na Capital e interior do Estado;
- g) Divulgar a programação e informações de interesse do público nos eventos e equipamentos através de impressos e de comunicação visual;
- h) Cuidar para que as tiragens impressas encontrem um equilíbrio entre a difusão eficiente da informação e os cuidados com a sustentabilidade e a proteção ao meio ambiente;
- i) Distribuir guias de programação e impressos de divulgação em lugares frequentados por público com o perfil dos espectadores-alvo dos projetos e equipamentos;
- j) Desenvolver estratégias de envolvimento de parceiros, artistas e produtores para divulgação complementar em seus canais de informação eletrônica e impressa;
- k) Na medida do possível, fortalecer a comunicação para os públicos mais interessados, assim como para as regiões próximas aos espetáculos e eventos;
- l) Manter as estratégias de comunicação e imprensa em sintonia com as orientações da área responsável na Secretaria de Estado da Cultura;
- m) Garantir registro fotográfico das principais atividades desenvolvidas nos projetos e equipamentos;
- n) Manter sistemática de avaliação de resultados para o aprimoramento do planejamento das estratégias de comunicação e imprensa.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO

Objetivos Específicos

- . Diversificar as fontes de recursos financeiros para viabilização do Contrato de Gestão.
- . Gerir espaços direta ou indiretamente, de acordo com a legislação vigente, para venda de produtos relacionados, bem como para loja, livraria, café e afins, para atendimento do público, revertendo os recursos gerados para o cumprimento das ações do plano de trabalho.
- . Elaborar projetos para editais e leis de incentivo e realizar outras ações de desenvolvimento institucional e captação de recursos, visando ampliar as parcerias e recursos para o sucesso no cumprimento integral das metas previstas.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta
24	Captar Receitas	Percentual sobre o valor destinado pelo Contrato de Gestão às atividades vinculados aos equipamentos (Teatro Sérgio Cardoso – SP e Teatro Francisco Paulo Russo – Araras)	1º Trim	-
			2º Trim	-
			3º Trim	-
			4º Trim	-
			ANUAL	35%



QUADRO DE ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Em cumprimento das obrigações contratuais previstas na Cláusula Segunda do Contrato de Gestão e em seus anexos, bem como das demais exigências legais e gerenciais que regulam a parceria com a Secretaria da Cultura, além do Quadro de Metas previsto neste Plano de Trabalho, a Organização Social cumprirá as rotinas técnicas, obrigações e responsabilidades a seguir descritas e cuja comprovação, sempre que se traduzir em documentação enviada à Unidade Gestora, será assinada pela diretoria da Organização Social e, conforme o caso, pelo profissional técnico responsável.

As rotinas técnicas referem-se às ações especializadas realizadas de maneira sistemática e continuada durante toda a vigência do Contrato de Gestão, sendo aperfeiçoadas conforme a necessidade e a disponibilidade de recursos e de novas metodologias, técnicas e tecnologias, sempre a partir de prévio entendimento com a Unidade Gestora.

No intuito de assegurar o correto monitoramento das rotinas e obrigações abaixo descritas, além da análise periódica dos relatórios e comprovações apresentados pela Organização Social, a Unidade Gestora realizará visitas técnicas e vistorias destinadas a examinar in loco as ações executadas, podendo solicitar informações complementares ou indicar providências a serem tomadas, a fim de garantir a qualidade e periodicidade das ações previstas e evitar sanções.

A - ROTINAS E OBRIGAÇÕES DE ACOMPANHAMENTO DA PROGRAMAÇÃO

Objetivos Específicos

Tendo como objetivo o acompanhamento dos programas, assim como a análise de sua consonância com as diretrizes da SEC, além das entregas já previstas na cláusula 2ª do Contrato de Gestão e nas Rotinas Técnicas e Obrigações dos programas supracitados, a Organização Social deverá cumprir algumas rotinas e entregas específicas, relativas à programação, de acordo com seu cronograma anual de atividades.

Rotinas e Obrigações

1 - Programas Contínuos:

- Realizar reunião bimestral de apresentação do planejamento e da programação do projeto para o período.
- Entregar em cada relatório trimestral: relatório detalhado de público; relatório de avaliação do programa no período, contendo: avaliação geral do programa, avaliação das atividades e análise das parcerias institucionais, bem como registros fotográficos e/ou videográficos; e relatório de imprensa e repercussão na mídia.

2 - Eventos:

- Realizar reunião de apresentação da curadoria, conceito e formato, e definição do responsável pela interlocução com a SEC.
- Realizar em conjunto com a SEC reunião com os parceiros institucionais.
- Realizar a entrega de uma prévia da grade e da programação e uma entrega da programação final, detalhada, com releases e sinopses. Caso necessário, antes do fechamento da programação, deverá ser realizada reunião para discussões de eventuais ajustes em relação a proposta curatorial apresentada e as diretrizes da SEC.
- Entregar, imediatamente após o Evento, o número total de público.
- Entregar, em até duas semanas depois da realização do Evento relatório detalhado de realização contendo: avaliação geral, avaliação das atividades e análise das parcerias



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

institucionais, relatório de imprensa e repercussão na mídia, relatório detalhado de público (total e por atividade), bem como os registros fotográfico e/ou videográficos.

3 - Equipamentos:

- Apresentar semestralmente a programação do Equipamento à UGE com a previsão de temporadas, em conformidade com as diretrizes de ocupação apresentadas no Plano de Trabalho.
- Atualizar mensalmente, por email para a UGE, a agenda de programação do Equipamento.
- Enviar mensalmente relatório de imprensa e repercussão na mídia.
- Enviar, junto ao relatório trimestral, relatório descritivo das atividades do Equipamento, com dados de público detalhado por atividades (número total, número de público pagante e atendimento social); bem como, as informações sobre as cessões onerosas e ocupação regular dos espaços.

B - ROTINAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

- Desenvolver Plano de Comunicação Institucional que fortaleça a presença do equipamento/e ou programa junto a diversos públicos de interesse (estudantes, professores, apoiadores, pesquisadores, patrocinadores, doadores, imprensa e formadores de opinião), firmando-o como equipamento cultural do Governo do Estado vinculado à Secretaria da Cultura. Submeter anualmente para aprovação da SEC, juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, a atualização do Plano de Comunicação do Equipamento e ou programa cultural.
- Promover o equipamento e ou programa cultural na internet e nas redes sociais, seguindo as diretrizes do Plano de Comunicação Institucional e respeitando as orientações do Sistema de Comunicação da Cultura - SICOM.
- Manter o site do equipamento e ou programa atualizado e adequado, divulgando dados institucionais, históricos e de agenda atualizada regularmente, contendo: informações da programação cultural do equipamento e/ou programa cultural; informações sobre os serviços do equipamento e/ou programa cultural e formas de acesso; aviso de compras e de processos seletivos para contratações de serviços e de colaboradores para a equipe do equipamento e ou programa cultural; documentos institucionais da OS (estatuto; qualificação como OS; relação de conselheiros e mandatos, diretoria e contatos; prestação de contas anual); links para ouvidoria/SEC, para o site da SEC.
- Atualizar mensalmente a programação anual contida no Descritivo da Programação Cultural, por e-mail, até o último dia útil de cada mês, conforme as datas estabelecidas no Cronograma Anual e manter a SEC/UGE atualizada sobre toda e qualquer alteração de data, conteúdo ou serviço desta programação.
- Submeter previamente à Assessoria de Comunicação da SEC, por e-mail, com cópia para a Unidade Gestora, toda proposta de material de divulgação a ser produzido (folhetos, convites, catálogos, etc.), para aprovação da proposta editorial, layout e tiragem, bem como submeter previamente para aprovação da SEC as minutas de release para imprensa. A identidade visual do projeto deverá ser aprovada com a UGE em até 60 dias antes da realização dos programas; o primeiro layout em até 45 dias e a versão final, em até 30 dias. O material impresso para fins de arquivo e divulgação interna deverá ser entregue em até 10 dias antes da realização.
- Submeter anualmente à Unidade Gestora para aprovação as propostas de publicações (livros, coleções) do equipamento e ou programação cultural, com indicação de proposta editorial, especificação técnica e tiragem. *Enviar Especificações das Publicações Propostas.*
- Aplicar corretamente o Manual de Logomarcas da SEC / Governo do Estado.
- Participar das campanhas de comunicação e esforços de divulgação e de articulação em rede promovidos pela SEC.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

- Seguir as orientações da Política de Comunicação e a Política de Porta-Vozes da SEC. *Enviar Relatórios, conforme apontado nas rotinas e obrigações de acompanhamento de programação, de Destaques do equipamento e ou programa cultural na Mídia do período.*
- Entregar semestralmente o *Relatório das Rotinas e Obrigações do programa de Comunicação e Imprensa* com as ações efetivas da OS no período às questões supra elencadas. Este deverá ser elaborado de maneira clara, com dados que permitam a comparação estatística ao longo do ano.

PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA APAA - 2015

O Plano de Comunicação da APAA - Associação Paulista dos Amigos da Arte tem como objetivo fundamental fortalecer a presença de cada equipamento e programa junto a diversos públicos de interesse (estudantes, professores, apoiadores, pesquisadores, patrocinadores, doadores, imprensa, formadores de opinião, a população em geral de cada município, especialmente os amantes das artes, os artistas, estudantes, pesquisadores e demais profissionais das artes e meios culturais afins), firmando-o como realização do Governo do Estado, vinculado à Secretaria da Cultura. Visa-se assim o fortalecimento da marca dos equipamentos e projetos, assim como o fortalecimento da marca do Governo do Estado de São Paulo e da Secretaria da Cultura.

Para o ano de 2015, parte de uma análise específica acerca das necessidades de cada Projeto, de cada Equipamento Cultural (Teatros Sérgio Cardoso e Teatro Estadual de Araras) e da própria Organização Social como um todo.

Desta análise prévia chega-se às principais estratégias e diretrizes para a comunicação institucional geral da organização, e as estratégias e planos de comunicação específicos de cada projeto/equipamento, zelando também pela sustentabilidade dos meios/suportes de comunicação escolhidos.

ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

SITES

Até o ano de 2013 só havia os sites do Teatro Sérgio Cardoso e do Teatro Estadual de Araras Maestro Paulo Russo, que possuem programação permanente ao longo do ano. Hoje há um site para cada projeto, que são renovados a cada edição do projeto, mantendo-se o histórico das edições anteriores. A cada edição dos projetos, os sites passam por renovação da identidade visual, aprimoramentos estruturais e atualização tecnológica, além da alimentação de conteúdo, majoritariamente de programação cultural, informações institucionais e de serviço, conforme calendário sazonal próprio a cada projeto.

Todo site possui uma área institucional, onde são apresentados o programa/equipamento, realizadores e parceiros. Através do informativo de programação busca-se a divulgação dos espetáculos e atividades ao público, mas também a demonstração do cumprimento de diretrizes da política cultural do Estado, como a difusão de diferentes linguagens artísticas e a atuação em diferentes territórios.

A APAA mantém também um site institucional único, que publica a todo o tempo os processos seletivos, editais e convocatórias, tomadas de preço, atualizações de equipe e corpo diretivo, relatórios, regulamentos e toda documentação institucional pública. A bem da transparência e do controle social das ações realizadas através de recursos públicos todos os sites apresentam links para estas páginas da APAA que publicam os documentos oficiais e chamamentos públicos. Há um processo contínuo de aprimoramento técnico dos sites, envolvendo em



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

especial recursos de transparência e acessibilidade comunicacional, conforme diretrizes da Secretaria da Cultura.

A equipe de comunicação da APAA mantém ainda um canal de atendimento ao público em geral através de formulário em todos os seus sites.

REDES SOCIAIS

A atuação da APAA nas redes sociais foi reformulada em 2014, visando o benefício dos diversos projetos. Atualmente trabalha com 4 páginas no Facebook, totalizando cerca de 155 mil seguidores:

- Teatro Sérgio Cardoso (www.facebook.com/TeatroSergioCardoso);
- Teatro Estadual de Araras (www.facebook.com/TeatroEstadualDeAraras);
- "O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo" (www.facebook.com/oMelhorDaCulturaNoEstadoDeSaoPaulo) – divulga a programação dos projetos Circuito Cultural Paulista, Cultura Livre SP, Festival da Mantiqueira, Festival de Arte para Crianças, Festival Paulista de Circo, Semana Guiomar Novaes;
- Virada Cultural Paulista (www.facebook.com/ViradaSP).

Entende-se que os equipamentos precisam de redes próprias, vinculadas inclusive ao público de cada cidade. Como a programação do Teatro Sérgio Cardoso se estrutura muitas vezes por longas temporadas, há longos períodos com poucos espetáculos a divulgar, não criando uma frequência de postagem suficiente para movimentar a página. Assim, a linha editorial da página de facebook do Teatro Sérgio Cardoso optou por divulgar eventos culturais (sobretudo relacionados a teatro, dança e infantil – foco da programação do Teatro) de outros espaços / equipamentos culturais da cidade de São Paulo, não se restringindo apenas às atividades específicas do TSC. A ideia é que a página funcione como um guia de atrações na cidade. Para isso conta com parceria editorial com o Portal Catraca Livre, além de privilegiar a divulgação de atividades culturais relacionadas à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, abrangendo a divulgação da programação cultural de outras OSs de cultura que atuem na cidade de São Paulo.

Já o Teatro Estadual de Araras posta exclusivamente conteúdo relacionado à sua programação, aproveitando-se da rotatividade dos espetáculos na casa (em geral se apresentam de 2 a 4 atrações por semana). Vale destacar também que a página do Teatro Estadual de Araras, embora tendo como referência uma cidade relativamente pequena do interior, a página já ultrapassou, neste período, com seus cerca de 12.000 seguidores atuais, fanpages de teatros como o Theatro São Pedro, de São Paulo.

A página O Melhor da Cultura divulga programação cultural gratuita em todo o Estado, privilegiando os festivais sazonais da APAA, além do Circuito Cultural Paulista, que atua com grande abrangência territorial no Estado. Eventualmente replica conteúdo de programação gratuita das outras páginas da APAA.

A Virada Cultural Paulista é o único projeto sazonal a ter uma página de facebook própria, o que se justifica pela força da marca da Virada e pela quantidade de programação a ser divulgada em um curto período de tempo. A VCP mantém ainda perfis no Twitter, Instagram (desde 2014) e a partir de 2015 também na Rádio.

O planejamento e investimento em posts patrocinados foi adotado em 2014 e já demonstra bons resultados. De agosto de 2014 a março de 2015, passamos de um total de cerca de 46.000 seguidores (sendo apenas 16.600 ativos na página principal da APAA), para um total



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

de 155.000 seguidores ativos. Em 2015 será mantido um patamar mínimo de investimento, dimensionado conforme o acompanhamento do rendimento de campanhas ao longo do ano.

Há também contato permanente com perfis/páginas de artistas que irão se apresentar, seus respectivos públicos segmentados, e com páginas de prefeituras municipais parceiras dos projetos, de maneira que o impacto das ações vai para além das páginas geridas pela APAA.

A crescente presença virtual, seja via websites, redes sociais entre outros aplicativos eletrônicos, também atende à orientação estratégica de contribuir para a preservação do meio ambiente, por meio da adoção de práticas ecoeficientes na divulgação dos espetáculos, privilegiando baixa utilização de papéis e outros materiais que impliquem o consumo de recursos naturais.

MARKETING ELETRÔNICO

Algumas listas de endereços eletrônicos são alimentadas e reorganizadas permanentemente. Os endereços são captados basicamente através de: cadastramento espontâneo do público no site dos projetos; preenchimento de pesquisa de avaliação do público (caso do Teatro Sérgio Cardoso e de alguns projetos); inscrições de artistas em chamamentos; além de outras formas avulsas de recebimento de contato de público, artistas, canais de mídia, formadores de opinião etc. Os disparos de e-flyers e outros convites/boletins informativos via e-mail marketing têm sido feitos visando divulgar a programação dos projetos e equipamentos, com periodicidade e formatos específicos para cada. A diretriz é informar a programação e chamamentos de artistas, gerar fluxo para os sites e redes sociais para bases segmentadas. O esforço de atualização e segmentação da base de contatos segue permanente.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

A APAA trabalha atualmente com duas assessorias de imprensa externas. Uma especializada em Teatro e voltada para a capital, trabalha exclusivamente com o Teatro Sérgio Cardoso. A outra trabalha com o Teatro Estadual e Araras e os outros projetos sazonais, com exceção da Virada Cultural Paulista, atuando assim na capital e interior. A Virada Cultural Paulista conta com a assessoria de imprensa direta da Secretaria da Cultura, que mantém também colaboração fundamental para a divulgação do Circuito Cultural Paulista no Interior. As ações das assessorias de imprensa contratadas pela APAA são trabalhadas junto à área de comunicação da Secretaria.

A área de Comunicação da APAA é responsável por fornecer os materiais necessários para o trabalho das assessorias e garantir uma divulgação assertiva e correta dos projetos e equipamentos. De uma maneira geral, o trabalho prevê a divulgação de releases para imprensa, abordagens diferenciadas com mailing segmentado, parcerias de divulgação com veículos e canais específicos, ordenamento de pautas exclusivas, agendamento e acompanhamento de entrevistas. Algumas parcerias rendem divulgação regular de programas e equipamentos geridos pela APAA, como é o caso do Catraca Livre e da EPTV.

REGISTROS

A APAA mantém a prática de garantir o registro fotográfico de seus eventos. A política de cobertura (o que é registrado em cada evento) é em geral dimensionada também por questões orçamentárias dos projetos e, quando necessário, são discutidas junto à área de Comunicação da Secretaria da Cultura. As fotos são armazenadas e arquivadas pela APAA com facilitadores de localização. A APAA detém o direito de uso das fotos para divulgação institucional e dos eventos.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO SECRETARIA DA CULTURA

UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

O Festival da Mantiqueira conta ainda com registro de palestras e mesas de debate em vídeo. Há um canal no youtube do Festival da Mantiqueira, ampliando sobremaneira o público atendido.

O Plano de 2015 prevê um aprimoramento dos processos de gestão documental para, o correto arquivamento e melhor aproveitamento destes materiais.

As fotos são usadas para a divulgação pós-evento nos sites e redes sociais do projeto. Eventualmente são utilizadas para divulgação institucional. Exclusivamente a Virada Cultural Paulista tem prevista publicação posterior que deverá utilizar as fotos da edição de 2015.

MÍDIA PAGA

Por ora não há previsão de anúncios na mídia impressa no orçamento da APAA, ainda que este quadro ainda possa ser revertido a depender de parcerias, captação de recursos e negociação de valores com veículos específicos. Está previsto apenas investimento nos canais digitais do Facebook, Youtube, em Googleadwords e Google display (banners em sites), que são dimensionados conforme o acompanhamento do rendimento de campanhas ao longo do ano.

COMUNICAÇÃO VISUAL

Todos os projetos têm características visuais específicas. A cada ano há alterações, mas em geral procura-se manter a marca/logotipo de cada projeto, firmando-as na memória dos usuários. A identidade visual de cada projeto, geralmente desenvolvida pela equipe de Design da APAA, é apresentada em formato de cartaz à UFDPC e ao setor de Comunicação da SEC para aprovação.

Materiais impressos – cada projeto possui um planejamento próprio de impressos, sendo as formas mais comuns os cartazes, flyers, folders e livretos de programação, visando a divulgação prévia. Os folders com programação de sala do Teatro Sérgio Cardoso e os livretos de programação dos projetos visam ainda facilitar o acesso do público aos processos, conteúdo, forma e histórico de espetáculos e artistas, visando o estímulo ao interesse do público e servindo como um facilitador da compreensão e apreciação dos mesmos. Os materiais são listados por projetos mais abaixo.

Comunicação visual – O Teatro Sérgio Cardoso conta com plotagem dos vidros frontais do teatro com a programação. O Teatro de Araras não possui comunicação visual instalada por conta de impeditivos vinculados ao tombamento do prédio. Os eventos sazonais contam com mais elementos de comunicação visual, que incluem cenografia (muitas vezes escondendo elementos técnicos das estruturas montadas), sinalização e divulgação da programação. Visam também reforçar a divulgação da marca dos projetos, do Governo do Estado e parceiros, garantindo identidade visual e acabamento visual para espaços físicos montados conforme o evento.

Todos os materiais que utilizam as logomarcas do Governo são enviados para aprovação do setor de Comunicação da Secretaria da Cultura.

PARCERIA COM AS PREFEITURAS MUNICIPAIS

Existem materiais de divulgação que são produzidos para o uso de parceiros, como as Prefeituras Municipais, visando preservar a identidade visual dos eventos. É o caso de e-flyers, locuções de sala, vinhetas para carro de som ou rádio, folders, entre outros,



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

dimensionados caso a caso conforme o projeto. Conta-se ainda com a parceria e colaboração das assessorias de imprensa das prefeituras e outros co-realizadores.

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PLANEJAMENTO

A área de comunicação da APAA é ainda responsável pela elaboração de projetos culturais para captação de recursos, pela implementação de avaliações de público em projetos, e o desenvolvimento de materiais institucionais da APAA, que visam facilitar e encorajar novas parcerias e patrocínios.

Visando a excelência, a rotina de comunicação da APAA prevê a articulação de ferramentas de monitoramento, clipping ativo e aplicativos digitais / relatórios analíticos para produção de métricas quantificáveis dos resultados, de modo a assegurar uma avaliação constante dos resultados quanti e qualitativos da comunicação de cada projeto, equipamento cultural e para a Organização Social como um todo.

PRINCIPAIS MATERIAIS POR EQUIPAMENTO/PROJETO

TEATRO SÉRGIO CARDOSO

O Teatro Sérgio Cardoso possui dois regimes diferenciados de programação, implicando em diferentes políticas de comunicação. Há uma política para espetáculos contratados pelo Teatro, geralmente selecionados por meio de editais e que ocupam a Sala Paschoal Carlos Magno, e outra para espetáculos que ocorrem mediante locação do espaço, em geral na Sala Sérgio Cardoso.

ESPETÁCULOS PAUTA APAA

Os espetáculos contratados pela APAA são divulgados através de:

- livreto de programação bimestral, com ampla divulgação externa;
- folder de programação de sala;
- plotagem das portas frontais do teatro;
- site do Teatro (www.teatrosergiocardoso.org.br);
- e-flyers quinzenais ou mensais;
- e-flyers por espetáculo (para uso da assessoria de imprensa, produção dos espetáculos e eventualmente para uso da APAA);
- página do TSC no facebook (www.facebook.com/TeatroSergioCardoso); e
- assessoria de imprensa contratada (específica do Teatro).

Há ainda divulgação via parceria com canais da Ingresso Rápido (site e redes sociais).

Os materiais gráficos neste caso, todos produzidos pela APAA e seguindo a identidade visual do Teatro, contam com cabeçalho mencionando o Governo e a Secretaria da Cultura, e barra de logos com créditos de realização para o Governo, de execução para a APAA e produção para o Teatro, créditos seguidos em todas os materiais de divulgação regular. Não são admitidos aqui logos das produções dos espetáculos ou de seus patrocinadores. Livretos e folders contam ainda com a ficha técnica do Governo/APAA/Teatro.

Eventualmente as produções dos espetáculos realizam materiais de divulgação complementares. Nestes casos, são orientadas a incluir cabeçalho e barra de logos fornecida pela APAA, sendo admitidos outros logos de apoiadores. Estes materiais passam por aprovação da Comunicação da APAA e também da área de Comunicação da SEC.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

ESPETÁCULOS DE LOCAÇÃO DO TEATRO

Os espetáculos que se apresentam no Teatro mediante locação são divulgados pela APAA através de:

- livreto de programação bimestral, com ampla divulgação externa;
- site do Teatro;
- e-flyers quinzenais ou mensais; e
- facebook.

Há ainda divulgação via parceria com canais da Ingresso Rápido (site e redes sociais da IR).

Estes materiais produzidos pela APAA seguem a identidade visual do Teatro. O livreto conta com cabeçalho, ficha técnica do Governo/APAA/Teatro, e barra de logos com créditos de realização para o Governo, de execução para a APAA e produção para o Teatro. Os mesmos créditos são utilizados nos outros materiais descritos acima. Não são admitidos aqui logos das produções dos espetáculos ou de seus patrocinadores. Há ainda divulgação via parceria com canais da Ingresso Rápido (site e redes sociais da IR).

A produção dos espetáculos é responsável por executar materiais complementares, conforme interesse e necessidade, sendo os mais comuns:

- folder de programação de sala;
- plotagem das portas frontais do teatro;
- plotagem dos vidros do saguão da Sala Sérgio Cardoso;
- anúncios;
- e-flyers de espetáculo;
- assessoria de imprensa.

Nestes casos, a identidade visual utilizada é vinculada ao espetáculo (em geral são espetáculos que possuem identidade visual própria já aplicada em temporadas em outros espaços de apresentação teatral). É exigido que os logos do Teatro Sérgio Cardoso, da APAA e do Governo do Estado/Secretaria da Cultura entrem com o crédito de apoio institucional. São admitidos logos de patrocinadores, apoiadores etc. Estas peças também passam por aprovação da Comunicação da APAA e da SEC. Variações ocorrem com o posicionamento do logo do Governo, caso o espetáculo possua outra forma de apoio desta esfera, como patrocínio.

Todos os espetáculos iniciam com locução de sala institucional do Teatro, com créditos também para a APAA e o Governo.

TEATRO ESTADUAL DE ARARAS

O Teatro Estadual de Araras Maestro Francisco Paulo Russo também trabalha com dois regimes diferenciados de programação e comunicação. Há uma política para espetáculos contratados pela equipe de programação da APAA e outra para espetáculos que ocorrem mediante locação do espaço. Os materiais de divulgação, no entanto, são diferentes dos materiais do Teatro Sérgio Cardoso, atendendo às particularidades da programação e do local.

ESPETÁCULOS PAUTA APAA

Os espetáculos contratados pela APAA são divulgados através de:

- folder de programação mensal;
- site do Teatro (www.apaacultural.org.br/araras/);
- e-flyers semanais (em geral com 3 atrações);
- página do Teatro no facebook (www.facebook.com/TeatroEstadualDeAraras); e
- assessoria de imprensa da APAA.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

Há ainda materiais para projetos especiais do Teatro, como o projeto Obras Encena (palestra e peças sobre livros que caem nos principais vestibulares). Este projeto conta com cartazes e folders, distribuídos principalmente nas escolas.

Os folders produzidos pela APAA seguem a identidade visual do Teatro e contam com cabeçalho, ficha técnica do Governo/APAA/Teatro, e barra de logos com créditos de realização para o Governo, de execução para a APAA e produção para o Teatro. Os mesmos créditos são utilizados nos outros materiais de divulgação regular descritos acima. Não são admitidos aqui logos das produções dos espetáculos ou de seus patrocinadores.

Eventualmente as produções dos espetáculos realizam materiais de divulgação complementares. Nestes casos, são orientadas a incluir cabeçalho e barra de logos fornecida pela APAA, sendo admitidos outros logos de apoiadores. Estes materiais passam por aprovação da Comunicação da APAA e também da área de Comunicação da SEC.

ESPETÁCULOS DE LOCAÇÃO DO TEATRO

Os espetáculos que se apresentam no Teatro são divulgados pela APAA através de:

- site do Teatro e
- facebook.

Há, em geral, uma diferenciação na identidade visual dos posts no facebook – os espetáculos de locação utilizam apenas a foto do espetáculo, sem a máscara de identidade que marca a programação contratada do Teatro. Não são admitidos aqui logos das produções dos espetáculos ou de seus patrocinadores.

A produção dos espetáculos é responsável por executar a comunicação principal, conforme interesse e necessidade, sendo os mais comuns:

- anúncios,
- eflyers,
- flyers,
- cartazes,
- banner para o saguão do Teatro,
- assessoria de imprensa.

Nestes casos, a identidade visual utilizada é vinculada ao espetáculo (em geral são espetáculos possuem identidade visual própria já aplicada em temporadas em outros espaços de apresentação teatral). É exigido que os logos do Teatro Estadual de Araras, da APAA e do Governo do Estado/Secretaria da Cultura entrem com o crédito de apoio institucional. São admitidos logos de patrocinadores, apoiadores etc. Estas peças também passam por aprovação da Comunicação da APAA e da SEC.

Todos os espetáculos iniciam com locução de sala institucional do Teatro, com créditos também para a APAA e o Governo.

VIRADA CULTURAL PAULISTA

A Virada Cultural Paulista, por conta de seu grande volume de conteúdo em um curto período de tempo, realiza parte de seus materiais e ações de comunicação através de empresas contratadas para este fim. Os serviços estão agrupados em alguns contratos principais: Design, Redes Sociais, Site e Fotojornalismo. A área de Comunicação da APAA tem a função de estabelecer o planejamento e o cronograma das ações, acompanhar e orientar os serviços, fornecer tratamento inicial a todo o conteúdo (grades de programação, locais de realização,



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

sinopses e fotos de shows e espetáculos). O planejamento das ações se dá em conjunto com a área de Comunicação da Secretaria de Estado da Cultura, que é responsável pela assessoria de imprensa do evento.

Dentre os materiais gráficos e de comunicação visual, são realizados:

- cartazes (1 modelo por cidade);
- banners de programação (cerca de 2 por cidade);
- e-flyers (1 modelo por cidade);
- folders de programação (1 modelo por cidade);
- banner de identidade (1 modelo por cidade, impressos em quantidade suficiente para atender aos palcos paralelos programados pelos municípios);
- camisetas de produção e apoio;
- vestimenta de 1 palco externo por cidade (lateral, fundo de palco e testeiras);
- catálogo (material institucional posterior ao evento, com os principais resultados, apenas 1 modelo para todas as cidades);
- materiais de apoio à produção (crachás, pulseiras de identificação etc)
- concepção artística para website, facebook e demais aplicativos de comunicação digital.

As tiragens de folders e cartazes por cidade é estabelecida levando em consideração a disponibilidade orçamentária do projeto e também: a população total da cidade, o público que levou a edições anteriores da Virada (quando o caso), capacidade de distribuição dos materiais pelos municípios.

O site da VCP (www.viradaculturalpaulista.sp.gov.br) em 2015 utilizará as bases da plataforma desenhada e programada em 2014 (quando passou por uma reestruturação completa), havendo aprimoramento de recursos e atualização da interface de visualização do site, com nova identidade visual.

Dentre as redes sociais, a Virada tem planejado para 2015 a manutenção das páginas e perfis no Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e a criação de um perfil na Rdio, com playlists de músicas de Artistas que participarão do evento (e que têm músicas disponíveis na Rdio). A Rdio, parceira do evento, deverá divulgar a VCP em sua plataforma e outros canais de redes sociais. Um plano de investimento mínimo em Facebook e Google Display está previsto.

Em parceria com a Rdio e a Greencoper haverá um aplicativo mais robusto do que o desenvolvido no ano passado, com conteúdo completo de programação, fotos e sinopses de artistas, áudio dos artistas de música disponíveis na Rdio, além de locais e informação institucional. Uma vez baixado, através da Apple Store e Android Market, o aplicativo tem seu conteúdo disponível offline.

A cobertura fotojornalística visará cobrir todas as cidades. Em conjunto com a UFDPC foi desenvolvida proposta em que a APAA contratará fotógrafos para as cidades que não possuem fotógrafos próprios. As cidades que já possuem, disponibilizarão, por meio de parceria com a SEC, as fotos para uso na divulgação do evento (APAA, redes sociais, site, publicações institucionais e assessoria de imprensa).

Há ainda locuções para salas de teatro, palco e divulgação prévia, realizadas por cidade.

A APAA ainda fornece o suporte para a divulgação das prefeituras, disponibilizando arquivos de identidade visual para uso.

CIRCUITO CULTURAL PAULISTA



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

O Circuito Cultural Paulista, em razão de abarcar mais de 100 municípios e por conta de seu grande volume de conteúdo bimestral distribuído de forma muito capilarizada geograficamente, depende muito da colaboração das respectivas prefeituras municipais parceiras do programa para garantir estratégias de comunicação abrangentes e que, de fato, cheguem ao seu público-alvo.

A área de Comunicação da APAA tem a função de garantir os canais/materiais básicos de divulgação, estabelecendo a identidade visual e fornece tratamento inicial e a divulgação básica de todo o conteúdo (grades de programação, locais de realização, sinopses e fotos de shows e espetáculos) aos municípios parceiros, cabendo a estes (junto a sua rede local) garantir a melhor capilaridade possível da divulgação junto ao público da cidade.

A assessoria de imprensa contratada pela APAA também reforça as estratégias gerais de divulgação/pauta do programa na capital, sendo a assessoria de imprensa da Secretaria de Estado da Cultura responsável pela divulgação do programa nos municípios.

Dentre os materiais gráficos impressos são realizados:

- livreto com a programação bimestral do programa;
- cartazes em formato A3 para cada atração;
- banners por cidade (conjunto de atrações por cidade).

As tiragens de livretos e cartazes por cidade é estabelecida levando em consideração a disponibilidade orçamentária do projeto e também: a população total da cidade, o público que levou a edições anteriores do Circuito, capacidade de distribuição dos materiais pelos municípios.

A crescente presença virtual, seja via websites, redes sociais entre outros aplicativos eletrônicos, e a conseqüente progressiva diminuição das tiragens de material impresso também atende à orientação estratégica de contribuir para a preservação do meio ambiente, por meio da adoção de práticas ecoeficientes na divulgação dos espetáculos, privilegiando baixa utilização de papéis e outros materiais que impliquem o consumo de recursos naturais.

A comunicação visual local do projeto fica ao cargo dos municípios parceiros, obviamente seguindo uma linha de identidade visual – e critérios de comunicação institucional estabelecidos em conjunto e com os devidos créditos à realização da Secretaria da Cultura do Governo do Estado de São Paulo e a execução da APAA – muito bem definida e orientada/supervisionada na medida do possível pela equipe de Comunicação da APAA.

A comunicação digital do Circuito Cultural Paulista concentra-se:

- no novo site do CCP (www.circuitoculturalpaulista.sp.gov.br), desenvolvido em 2015, sempre atualizado e possibilitando buscas rápidas por cidade, por linguagem e por atração;
- e-flyers e e-mail marketing disponibilizadas para os municípios utilizarem em seus mailings;
- produção de mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa;
- divulgação pelas redes sociais, em especial a página de Facebook O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.

CULTURA LIVRE SP

As estratégias de comunicação do Cultura Livre SP devem contemplar a divulgação/difusão seus objetivos fundamentais, quais sejam: Estimular a ocupação de espaços públicos na cidade; Democratizar o acesso da população, sobretudo da juventude, a apresentações musicais e artísticas de qualidade, com programação gratuita; Promover alternativas culturais para a população frequentadora dos parques e de equipamentos públicos de saúde; Promover



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

o direito à cultura e a uma cidade democrática, acessível a todos, casada à consciência ambiental, incentivando a utilização sustentável de espaços públicos e a preservação do patrimônio histórico e natural; Difundir a música popular brasileira entre a população, sobretudo a juventude, através da realização de apresentações com intérpretes consagrados no cenário musical e artístico do país.

Um dos desafios fundamentais da comunicação específica do Cultura Livre SP é, justamente, dar conta de incorporar estratégias e linguagens específicas de comunicação com o público frequentador dos parques públicos da cidade (em sua maioria jovens), transmitindo a mensagem sobre a importância/potencial de uma ocupação diversa (cultural) desses espaços públicos da cidade.

Definida junto à SEC a identidade visual básica da edição anual, a equipe de Comunicação da APAA fica responsável por formular, editar e produzir os seguintes materiais de comunicação visual/impressos:

- Banners de programação por parque;
- Leques de programação por parque;
- Camisetas (material de apoio à Produção);
- Testeiras e fundos de Palco.

As tiragens dos leques são estabelecidas levando em consideração a disponibilidade orçamentária do projeto e também o público específico de cada Parque/Praça, o público que levou a edições anteriores do Projeto.

A comunicação digital do Cultura Livre SP concentra-se:

- no site do Projeto (www.culturalivre.sp.gov.br), sempre atualizado e possibilitando consultas fáceis e rápidas à programação completa do Festival;
- e-flyers disparadas para lista de mailing com a programação da semana nos diversos parques
- produção de mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa;
- divulgação nas redes sociais, em especial pela página de facebook O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.

A Comunicação é reforçada também pelas respectivas parcerias com os Parques e com o Hospital das Clínicas, essenciais na programação e mobilização de público para o Projeto, que também requerem cuidado comunicacional específico. Há também, um atendimento e relacionamento com as assessorias de imprensa e produções dos espetáculos/shows, visando a ampliação do alcance das ações de divulgação promovidas pela APAA.

A assessoria de imprensa tem um papel fundamental neste programa, inserindo semanalmente suas atrações nos canais de divulgação já consolidados na cidade – guias, jornais, revistas, sites, TV e rádio.

FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO

Definida junto à SEC a identidade visual básica da edição anual, o seu respectivo logo e cartaz principal daquele ano, a equipe de Comunicação da APAA fica responsável por formular, editar e produzir os seguintes materiais gráficos impressos:

- Cartazes
- Livreto de programação
- Materiais de apoio à produção (ingressos, crachás, vouchers, pulseiras de identificação etc)



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

A comunicação visual local do projeto, inclui a ambientação e sinalização de todo o Parque Engenho Central de Piracicaba durante os dias do Festival e abarca a produção, tratamento institucional e aplicação dos seguintes materiais:

- Outdoor
- Banners de programação
- Placas e banners de sinalização dos espaços
- Testeiras, saias de palco e cenografia das Lonas e Tendias
- Acabamento cênico do Parque

A comunicação digital do Festival Paulista de Circo concentra-se:

- no site do Projeto (www.festivalpaulistadecirco.com.br), sempre atualizado e possibilitando consultas fáceis e rápidas à programação completa do Festival;
- e-flyers e e-mail marketing para mailings segmentadas por público já interessado no Festival, consolidadas e atualizadas ao longo dos anos;
- produção de mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa;
- divulgação nas redes sociais, em especial pela página de Facebook O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.

A Comunicação é reforçada também pela parceria já consolidada, em todas as últimas edições do Festival, com a Prefeitura Municipal de Piracicaba, através da Secretaria Municipal de Ação Cultural, além da Cooperativa Brasileira de Circo, que são parceiras na realização do Festival.

FESTIVAL DE ARTE PARA CRIANÇAS

Um dos desafios fundamentais da comunicação específica do Festival de Arte para Crianças é, justamente, dar conta de incorporar estratégias e linguagens específicas acessíveis tanto ao público infantil, quanto ao público de professores, educadores e as famílias que participam do Festival. Além das particularidades locais de cada edição - o Festival começou sendo realizado em Vinhedo, já passou pelo município de Salto, e nos últimos anos foi realizado na cidade de Registro, demandando sempre estratégias diferenciadas de comunicação.

O plano de comunicação específico do Festival, portanto, leva em consideração não só as características socioculturais e geográficas do local de realização do projeto, mas também os desafios próprios da linguagem específica para o público-tema do Festival: as crianças.

A Comunicação é reforçada por parcerias com as Prefeituras e órgãos municipais, além das fundações culturais que todos os anos constituem o rol de são parceiros na realização do Festival. As atividades educativas/formativas, voltadas tanto para educadores infantis quanto para crianças diretamente, essenciais na programação do Festival, também requerem cuidado comunicacional específico.

Definida junto à SEC a identidade visual básica da edição anual, o seu respectivo logo e cartaz principal daquele ano, a equipe de Comunicação da APAA fica responsável por formular, editar e produzir os seguintes materiais gráficos impressos:

- Cartazes;
- Livreto de programação;
- Materiais de apoio à Produção (ingressos, crachás, vouchers, pulseiras de identificação etc);
- Folder de programação das oficinas;
- certificados de participação nas oficinas.

A comunicação visual abarca a produção, tratamento institucional e aplicação técnica-estética dos seguintes materiais:

3



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

- Banner de programação;
- Placas e banners de sinalização dos espaços;
- Vestimenta e cenografia de palco/espços culturais;
- Cenografia para as crianças (totem para Fotos, placas personagens Infantis etc).

A comunicação digital do Festival de Arte para Crianças concentra-se:

- no site do Projeto (www.arteparacrianças.org.br), sempre atualizado e possibilitando consultas fáceis e rápidas à programação completa do Festival;
- e-flyer de programação completa e programação das oficinas para divulgação da Prefeitura locale para divulgação através do mailing consolidado da APAA para o segmento;
- produção de mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa;
- divulgação pelas redes sociais, em especial pela página de Facebook O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.

FESTIVAL DA MANTIQUEIRA

Definida junto à SEC a identidade visual básica da edição anual, o seu respectivo logo e cartaz, a equipe de Comunicação da APAA fica responsável por formular, editar e produzir os seguintes materiais gráficos impressos:

- Cartaz;
- Folder de programação (com grade resumida);
- Livreto de programação;
- flyer de divulgação específico para o Esquentas Mantiqueira São José dos Campos
- Cartões de Pauta;
- Materiais de apoio à Produção (crachás, vouchers, placas para aeroporto, etc)
- certificados de participação nas oficinas.

As tiragens dos materiais são estabelecidas levando em consideração a disponibilidade orçamentária do projeto e também: a população total da cidade/distrito, o público que levou a edições anteriores do Festival, e a capacidade de distribuição dos materiais pelo município e demais parceiros.

A comunicação visual abarca a produção, tratamento institucional e aplicação técnica-estética dos seguintes materiais:

- Outdoor
- Placas e banners de sinalização dos espaços;
- Vestimenta e cenografia de palco, tendas, salas e coreto;
- Painéis de programação
- Acabamento cênico dos espaços
- Fundo de palco para Esquentas.

A comunicação digital do Festival da Mantiqueira concentra-se:

- no site do Projeto (www.festivaldamantiqueira.com.br), sempre atualizado e possibilitando consultas fáceis e rápidas à programação completa dos Esquentas e do Festival propriamente dito;
- e-flyers e e-mail marketing para mailings segmentadas por público interessado no Festival, consolidadas e atualizadas ao longo dos anos;
- produção de mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa;
- divulgação pelas redes sociais, em especial pela página de Facebook O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

A Comunicação é reforçada também pela parceria já consolidada, em todas as últimas edições do Festival, com a Prefeitura Municipal de São José dos Campos, através da Secretaria Municipal de Turismo, e a Fundação Cultural Cassiano Ricardo, que são parceiras na realização do Festival.

Alguns jornalistas viajam à São Francisco Xavier à convite do Festival, o que tem rendido boas coberturas de imprensa, além dos espaços galgados pela assessoria contratada.

O Esquenta Mantiqueira em São Paulo, conta ainda com inserção nos materiais e canais de divulgação do Teatro Sérgio Cardoso, onde o evento acontece: livreto de programação, e-flyer, site e Facebook.

SEMANA GUIOMAR NOVAES

Definida junto à SEC a identidade visual básica da edição anual, o seu respectivo logo e cartaz principal daquele ano, a equipe de Comunicação da APAA fica responsável por formular, editar e produzir os seguintes materiais gráficos impressos:

- Cartazes
- Livreto de programação
- Flyer de divulgação
- Materiais de apoio à Produção (ingressos, crachás, vouchers, pulseiras de identificação etc)

As tiragens dos materiais são estabelecidas levando em consideração a disponibilidade orçamentária do projeto e também: a população total da cidade, o público que levou a edições anteriores da Semana, e a capacidade de distribuição dos materiais pelo município e demais parceiros.

A comunicação visual abarca a produção, tratamento institucional e aplicação técnica-estética dos seguintes materiais:

- Banners de divulgação do evento e identificação dos espaços;
- Banner de programação.

A comunicação digital da Semana Guiomar Novaes concentra-se no site do Projeto (www.semanaguiomarnovaes.com.br), sempre atualizado e possibilitando consultas fáceis e rápidas à programação completa da Semana; e-flyers e e-mail marketing para mailings segmentadas por público já interessado na Semana, consolidadas e atualizadas ao longo dos anos; produção de mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa; e também reforço na divulgação pelas redes sociais, em especial pela página de Facebook O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.

Há uma articulação/participação colaborativa fundamental com a Secretaria Municipal de Cultura de São João da Boa Vista, e os respectivos e já tradicionais espaços culturais da cidade.

PLATAFORMAS

Além do desafio de atingir o maior público possível no município de São Paulo, aonde a plataforma/mostra é realizada, há um desafio específico de atrair o máximo possível de programadores culturais de todo o Estado para o evento, já que um dos intuítos do projeto é proporcionar visibilidade para novas montagens artísticas, de modo que se viabilize uma maior circulação das obras fomentadas pelo ProAC por todo estado de São Paulo.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

O fato de todo o projeto ser realizado no Teatro Sérgio Cardoso facilita uma ambientação especialmente criada para os objetivos estabelecidos pelo projeto. Por se realizar no teatro, a assessoria de imprensa é a mesma para a divulgação das atividades do Teatro.

Definida junto à SEC a identidade visual básica da edição anual, o seu respectivo logo e cartaz principal daquele ano, a equipe de Comunicação da APAA fica responsável por formular, editar e produzir os seguintes materiais gráficos impressos:

- Cartaz
- Catálogo de programação voltado para os programadores culturais
- Materiais de apoio à Produção (ingressos para atrações especiais, crachás, vouchers, pulseiras de identificação etc)
- Além da inserção da programação no livreto regular do Teatro Sérgio Cardoso.

A comunicação visual local do projeto (que inclui a ambientação especial do TSC para o Plataformas), abarca a produção, tratamento institucional e aplicação dos seguintes materiais:

- Plotagens na Fachada do Teatro
- Testeira, laterais e demais detalhes cenográficos e de acabamento do palco extra
- Projeção de logos na área interna
- Banners.

A comunicação digital do Plataformas concentra-se:

- no site do Projeto (www.plataformaproac.org.br), sempre atualizado e possibilitando consultas fáceis e rápidas à programação completa da Plataforma;
- no site do Teatro Sérgio Cardoso (www.teatrosergiocardoso.org.br), contando apenas com informações da programação e serviço, apontando para o site específico do projeto quanto a outras informações institucionais;
- e-flyers e e-mail marketing para mailings segmentadas por público já interessado consolidadas e atualizadas ao longo dos anos, incluindo mailing específico de programadores e possíveis contratadores das atrações;
- mídia digital espontânea via Assessoria de Imprensa;
- divulgação nas redes sociais, em especial na página de Facebook do Teatro Sérgio Cardoso, mas também na página O Melhor da Cultura no Estado de São Paulo.



QUADRO DE ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Em cumprimento das obrigações contratuais previstas na Cláusula Segunda do Contrato de Gestão e em seus anexos, bem como das demais exigências legais e gerenciais que regulam a parceria com a Secretaria da Cultura, além do Quadro de Metas previsto neste Plano de Trabalho, a Organização Social cumprirá as rotinas técnicas, obrigações e responsabilidades a seguir descritas e cuja comprovação, sempre que se traduzir em documentação enviada à Unidade Gestora, será assinada pela diretoria da Organização Social e, conforme o caso, pelo profissional técnico responsável.

As rotinas técnicas referem-se às ações especializadas realizadas de maneira sistemática e continuada durante toda a vigência do Contrato de Gestão, sendo aperfeiçoadas conforme a necessidade e a disponibilidade de recursos e de novas metodologias, técnicas e tecnologias, sempre a partir de prévio entendimento com a Unidade Gestora.

No intuito de assegurar o correto monitoramento das rotinas e obrigações abaixo descritas, além da análise periódica dos relatórios e comprovações apresentados pela Organização Social, a Unidade Gestora realizará visitas técnicas e vistorias destinadas a examinar in loco as ações executadas, podendo solicitar informações complementares ou indicar providências a serem tomadas, a fim de garantir a qualidade e periodicidade das ações previstas e evitar sanções.

A - ROTINAS E OBRIGAÇÕES DE ACOMPANHAMENTO DA PROGRAMAÇÃO

Objetivos Específicos

Tendo como objetivo o acompanhamento dos programas, assim como a análise de sua consonância com as diretrizes da SEC, além das entregas já previstas na cláusula 2ª do Contrato de Gestão e nas Rotinas Técnicas e Obrigações dos programas supracitados, a Organização Social deverá cumprir algumas rotinas e entregas específicas, relativas à programação, de acordo com seu cronograma anual de atividades.

Rotinas e Obrigações

1 - Programas Contínuos:

- Realizar reunião bimestral de apresentação do planejamento e da programação do projeto para o período.
- Entregar em cada relatório trimestral: relatório detalhado de público; relatório de avaliação do programa no período, contendo: avaliação geral do programa, avaliação das atividades e análise das parcerias institucionais, bem como registros fotográficos e/ou videográficos; e relatório de imprensa e repercussão na mídia.

2 - Eventos:

- Realizar reunião de apresentação da curadoria, conceito e formato, e definição do responsável pela interlocução com a SEC.
- Realizar em conjunto com a SEC reunião com os parceiros institucionais.
- Realizar a entrega de uma prévia da grade e da programação e uma entrega da programação final, detalhada, com releases e sinopses. Caso necessário, antes do fechamento da programação, deverá ser realizada reunião para discussões de eventuais ajustes em relação a proposta curatorial apresentada e as diretrizes da SEC.
- Entregar, imediatamente após o Evento, o número total de público.
- Entregar, em até duas semanas depois da realização do Evento relatório detalhado de realização contendo: avaliação geral, avaliação das atividades e análise das parcerias institucionais, relatório de imprensa e repercussão na mídia, relatório detalhado de público (total e por atividade), bem como os registros fotográfico e/ou videográficos.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

3 - Equipamentos:

- Apresentar semestralmente a programação do Equipamento à UGE com a previsão de temporadas, em conformidade com as diretrizes de ocupação apresentadas no Plano de Trabalho.
- Atualizar mensalmente, por email para a UGE, a agenda de programação do Equipamento.
- Enviar mensalmente relatório de imprensa e repercussão na mídia.
- Enviar, junto ao relatório trimestral, relatório descritivo das atividades do Equipamento, com dados de público detalhado por atividades (número total, número de público pagante e atendimento social); bem como, as informações sobre as cessões onerosas e ocupação regular dos espaços.

B - ROTINAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

- Desenvolver Plano de Comunicação Institucional que fortaleça a presença do equipamento/e ou programa junto a diversos públicos de interesse (estudantes, professores, apoiadores, pesquisadores, patrocinadores, doadores, imprensa e formadores de opinião), firmando-o como equipamento cultural do Governo do Estado vinculado à Secretaria da Cultura. Submeter anualmente para aprovação da SEC, juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, a atualização do Plano de Comunicação do Equipamento e ou programa cultural.
- Promover o equipamento e ou programa cultural na internet e nas redes sociais, seguindo as diretrizes do Plano de Comunicação Institucional e respeitando as orientações do Sistema de Comunicação da Cultura - SICOM.
- Manter o site do equipamento e ou programa atualizado e adequado, divulgando dados institucionais, históricos e de agenda atualizada regularmente, contendo: informações da programação cultural do equipamento e/ou programa cultural; informações sobre os serviços do equipamento e/ou programa cultural e formas de acesso; aviso de compras e de processos seletivos para contratações de serviços e de colaboradores para a equipe do equipamento e ou programa cultural; documentos institucionais da OS (estatuto; qualificação como OS; relação de conselheiros e mandatos, diretoria e contatos; prestação de contas anual); links para ouvidoria/SEC, para o site da SEC.
- Atualizar mensalmente a programação anual contida no Descritivo da Programação Cultural, por e-mail, até o último dia útil de cada mês, conforme as datas estabelecidas no Cronograma Anual e manter a SEC/UGE atualizada sobre toda e qualquer alteração de data, conteúdo ou serviço desta programação.
- Submeter previamente à Assessoria de Comunicação da SEC, por e-mail, com cópia para a Unidade Gestora, toda proposta de material de divulgação a ser produzido (folhetos, convites, catálogos, etc.), para aprovação da proposta editorial, layout e tiragem, bem como submeter previamente para aprovação da SEC as minutas de release para imprensa. A identidade visual do projeto deverá ser aprovada com a UGE em até 60 dias antes da realização dos programas; o primeiro layout em até 45 dias e a versão final, em até 30 dias. O material impresso para fins de arquivo e divulgação interna deverá ser entregue em até 10 dias antes da realização.
- Submeter anualmente à Unidade Gestora para aprovação as propostas de publicações (livros, coleções) do equipamento e ou programação cultural, com indicação de proposta editorial, especificação técnica e tiragem. *Enviar Especificações das Publicações Propostas.*
- Aplicar corretamente o Manual de Logomarcas da SEC / Governo do Estado.
- Participar das campanhas de comunicação e esforços de divulgação e de articulação em rede promovidos pela SEC.
- Seguir as orientações da Política de Comunicação e a Política de Porta-Vozes da SEC. *Enviar Relatórios, conforme apontado nas rotinas e obrigações de acompanhamento de programação, de Destaques do equipamento e ou programa cultural na Mídia do período.*
- Entregar semestralmente o *Relatório das Rotinas e Obrigações do programa de Comunicação e Imprensa* com as ações efetivas da OS no período às questões supra elencadas. Este deverá ser elaborado de maneira clara, com dados que permitam a comparação estatística ao longo do ano.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

C - ROTINAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

Objetivos Específicos

- Assegurar a manutenção física e a conservação preventiva das edificações, instalações e equipamentos de infraestrutura predial, especificando o valor previsto para ser investido em ações de operação e em sua manutenção preventiva e corretiva.
- Garantir a segurança da edificação e das instalações, bem como dos usuários (visitantes, pesquisadores, participantes de eventos) e funcionários.
- Criar condições para a acessibilidade física às áreas de programação, de eventos, de trabalho e de uso comum.
- Ampliar a sustentabilidade ambiental do equipamento e ou programa cultural.

Rotinas e Obrigações

- Manter atualizado e executar periodicamente o Plano de Manutenção e Conservação Preventiva das Edificações, Instalações, Infraestrutura Predial (incluindo ar condicionado e elevadores) e Áreas Externas. *Entregar o "Plano de Manutenção e Conservação Preventiva das Edificações, Instalações, Infraestrutura Predial e Áreas Externas" e entregar trimestralmente a Planilha de Acompanhamento dos Serviços Manutenção e Conservação Preventiva das Edificações.*
- Promover a regularização cadastral das edificações, com elaboração de todos os projetos e laudos técnicos solicitados pelos órgãos públicos para obtenção e manutenção do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião junto à prefeitura do município. *Entregar cópia do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião a cada renovação ou informar no Relatório Semestral do Programa de Edificações registro descritivo das ações realizadas no período visando à obtenção do mesmo.*
- Executar programação periódica de combate a pragas: descupinização, desratização, desinsetização. *Entregar Relatório Semestral do Programa de Edificações contendo descritivo da programação executada no período, com indicação das empresas prestadoras do serviço.*
- Obter e renovar o AVCB (Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros) no prazo concedido pelo Corpo de Bombeiros, atualizando sempre que necessário o projeto de bombeiros. Realizar a manutenção periódica dos equipamentos de segurança e prevenção de incêndios (hidrantes, extintores em suas diversas classes, etc.), garantindo boas condições de uso e prazo de validade vigente. Manter atualizado e dentro do prazo de validade o treinamento da Brigada de Incêndio do equipamento cultural. *Entregar cópia do AVCB quando da obtenção ou renovação. Entregar Relatório Semestral do Programa de Edificações contendo descritivo com imagens e registros das ações realizadas, declarando se houve laudos técnicos emitidos por empresa prestadoras dos serviços ou "comunique-se" do Corpo de Bombeiros e quais as providências tomadas no período.*
- Utilizar e atualizar sempre que necessário o Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência, com realização de treinamento periódico de todos os funcionários. *Entregar o Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência e entregar Relatório Semestral do Programa de Edificações contendo descritivo das ações de segurança, salvaguarda e contingência realizadas.*
- Renovar anualmente, dentro do prazo de validade, os seguros contra incêndio, danos patrimoniais e responsabilidade civil, com coberturas em valores compatíveis com a edificação e uso. *Entregar cópia das apólices de seguros anualmente, a cada contratação, renovação ou alteração das condições de cobertura.*
- Manter e promover condições de acessibilidade física para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. *Entregar Relatório Semestral do Programa de Edificações contendo descritivo das ações realizadas.*

M



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

- Zelar pela sustentabilidade ambiental contemplando, no mínimo, ações para minimização de gastos com água, energia elétrica, materiais técnicos e de consumo e implantar coleta seletiva. *Entregar Relatório Semestral do Programa de Edificações contendo descritivo das ações realizadas.*
- Manter equipe fixa, com profissionais especializados para a manutenção predial e a conservação preventiva da edificação e áreas externas, bem como para a segurança de toda a propriedade e patrimônio nela preservado, e promover periodicamente ações de capacitação da equipe. *Entregar anualmente relatório do perfil da área de manutenção, conservação e segurança e dos resultados alcançados.*

D - ROTINAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA

As atividades administrativas envolvem o custeio de: recursos humanos próprios e operacionais, inclusive terceirizados e prestadores de serviços, e também de traslados e demais despesas para a execução deste Contrato de Gestão (tais como água, luz, telefone, impostos e material de consumo), bem como a atualização do relatório de bens ativos, e a realização de atividades organizacionais, de manutenção do equilíbrio financeiro e de captação de recursos.

Objetivos específicos

Administrar, supervisionar e gerenciar o equipamento e ou programa cultural com qualidade, eficiência, eficácia, transparência e economicidade, garantindo a preservação e divulgação de seus patrimônios culturais em estreita consonância com a política cultural e com as diretrizes da SEC.

Rotinas e Obrigações

- Executar e atualizar periodicamente o planejamento estratégico do equipamento e ou programa cultural, submetendo-o à aprovação do Conselho de Administração e da SEC.
- Manter vigentes todas as condições de qualificação, celebração e avaliação do Contrato de Gestão. *Enviar lista de Conselheiros e diretores atualizada, certidões negativas e demais comprovações e demonstrativos previstos na legislação.*
- Manter atualizados e adequados o Manual de Recursos Humanos e o Regulamento de Compras e Contratações, submetendo à aprovação do Conselho da OS e da SEC, propostas de alteração e atualização.
- Elaborar relatórios trimestrais dos gastos mensais com utilidades públicas (com indicativo de pagamento no prazo).
- Manter gastos com pessoal e com diretoria até os limites estabelecidos no Anexo III do Contrato de Gestão. *Apresentar informação anual dos índices de gastos praticados no exercício.*
- Entregar relação semestral de cargos, salários e benefícios pagos aos recursos humanos custeados com o Contrato de Gestão, indicando os profissionais por Programa de Trabalho.
- Manter atualizada a relação de bens patrimoniais, conforme a legislação vigente (Anexo IV do contrato de gestão).
- Manter atualizada a relação de bens patrimoniais, conforme a legislação vigente (Anexo IV do contrato de gestão).
- Entregar semestralmente a relação de Convênios e Parcerias firmadas e vigentes no período, nacionais e internacionais.
- Entregar anualmente, juntamente com a proposta de Plano de Trabalho para o exercício seguinte, a proposta de Normas e Procedimentos de Atendimento ao Público, incluindo Tabela de Cessão Onerosa de Uso do Espaço e Tabela de Preços de Bilheteria, ambas com indicativo dos Descontos e Gratuidades, para o próximo ano.
- Entregar Relatório de Captação de Recursos Operacionais discriminando as receitas, por grupos e indicando, quando for o caso, os preços aplicados bem como quantidade de descontos e gratuidades (por exemplo: bilheteria).
- Entregar Relatório de Captação de Recursos Adicionais, discriminando projeto, patrocinador, valor aprovado, valor captado, valor aplicado e saldo. Deverão ser



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

devidamente diferenciados os recursos captados para projetos específicos (incentivados ou não) e aqueles livres para aplicação no Contrato de Gestão.

- Entregar relação anual de contratos com terceiros, informando nome da contratada, objeto de contratação, valor anual do contrato e vigência.
- Manter Sistema de Gestão Interno dotado de estrutura organizacional, sistemas administrativos e operacionais, recursos humanos, controle de patrimônio, controladoria, comunicação, regulamento de compras, plano de cargos e salários e controle de custos.
- Entregar anualmente relatório contendo "descritivo qualitativo das ações realizadas de formação, capacitação e especialização das equipes".
- Manter o equilíbrio econômico-financeiro durante toda a vigência do Contrato de Gestão. Manter a capacidade de Liquidação das Dívidas de Curto Prazo. Controlar a capacidade de pagamento das despesas (receitas totais x despesas totais). Apresentar *demonstrativo dos índices e cálculo trimestralmente (para acompanhamento) e anualmente (para avaliação)*.
- Cumprir a regularidade e os prazos de entrega dos documentos indicados no "quadro resumo das entregas das rotinas técnicas e obrigações contratuais".
- Atualizar a relação de documentos de arquivo a partir da aplicação da Tabela de Temporalidade e do Plano de Classificação, conforme legislação vigente.
- Elaborar relação de documentos para eliminação, com base na Tabela de Temporalidade (*Entrega de uma cópia a CADA junto com o relatório do 4º trimestre*).
- Realizar a ordenação e o registro das séries documentais, conforme o Plano de Classificação e Tabela de Temporalidade.

QUADRO RESUMO DAS ENTREGAS DAS ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

Anexos Técnicos de Acompanhamento da Programação	Entrega
Relatório detalhado de público – Programas Contínuos	Trimestralmente
Relatório geral de avaliação do programa no período – Programas Contínuos	Trimestralmente
Relatório de imprensa e repercussão na mídia – Programas Contínuos	Trimestralmente
Registros fotográficos e/ou videográficos – Programas Contínuos	Trimestralmente
Prévia da programação - Eventos	60 dias antes da realização
Programação final, detalhada, com releases e sinopses - Eventos	30 dias antes da realização
Número total de público – Eventos	Imediatamente após a realização
Relatório detalhado de público – Eventos	07 dias após a realização
Registros fotográficos e/ou videográficos – Eventos	07 dias após a realização
Relatório geral de realização - Eventos	15 dias após a realização
Relatório de imprensa e repercussão na mídia – Eventos	15 dias após a realização
Programação dos Equipamentos com previsão de temporadas	Semestralmente
Agenda de programação dos Equipamentos	Mensalmente
Relatório de imprensa e repercussão na mídia – Equipamentos	Mensalmente
Relatório descritivo das atividades dos Equipamentos	Trimestralmente



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

Atualizar mensalmente a programação anual	Mensalmente, por e-mail, até o dia 15 do mês anterior para a UGE
---	--

A UGE poderá solicitar, a qualquer período, a entrega dos Anexos Técnicos de Programação supramencionados, assim como outros não previstos, que julgar pertinente ao acompanhamento das atividades finalísticas realizadas.

Anexos Técnicos Gerais	Entrega
Plano de comunicação	2º relatório trimestral do primeiro ano do CG
Atualização do Plano de Comunicação	Proposta do plano de trabalho anual
Manual de Normas e Procedimentos de Segurança	2º relatório trimestral do primeiro ano do CG
Atualização do Manual de Normas e Procedimentos de Segurança	No relatório trimestral posterior à alteração
Plano de Salvaguarda e Contingência	2º relatório trimestral do primeiro ano do CG
Atualização do Plano de Salvaguarda e Contingência	No relatório trimestral posterior à alteração
Relatório semestral do programa de edificações	2º relatório trimestral e anual
Plano de Manutenção e Conservação Preventiva das edificações	2º relatório trimestral do primeiro ano do CG
Planilha de acompanhamento dos serviços de manutenção e conservação preventiva das edificações	Trimestralmente
Cópia do AVCB quando da obtenção ou renovação	Relatório anual
Cópia do alvará de funcionamento a cada renovação ou registro descritivo das ações realizadas para obtenção do mesmo	Relatório anual
Cópia das apólices de seguro	Relatório anual e a cada contratação, renovação ou alteração
Especificação das publicações propostas para o próximo ano	Anualmente juntamente com a proposta do PT
Submeter a Assessoria de Comunicação da SEC toda proposta de material gráfico	Quando houver, por e-mail, com cópia para a UGE

A UGE poderá solicitar, a qualquer período, a entrega dos Anexos Técnicos supramencionados, assim como outros não previstos, que julgar pertinente e comprobatório às atividades finalísticas realizadas, de acordo com os referenciais e modelos por ela estabelecidos.

Anexos Administrativos	Entrega
Manual de Recursos Humanos	2º relatório trimestral do primeiro ano do CG
Alterações/atualizações do Manual RH	No relatório trimestral posterior à alteração
Relatório gerencial de acompanhamento da execução orçamentária Previsto x Realizado	Trimestralmente
Relatório sintético de RH	Trimestralmente



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

Relatório de captação de recursos	Trimestralmente
Balancete contábil	Trimestralmente
Declaração assinada pelos representantes legais da Entidade atestando recolhimento no prazo correto dos impostos e encargos trabalhistas	Trimestralmente
Relatório trimestral dos gastos mensais com utilidades públicas	Trimestralmente
Certidão dos membros do conselho de administração e fiscal com início e término do mandato e data da reunião da nomeação	Trimestralmente
Relatório de Atividades de Organização do Arquivo	2º relatório trimestral e anual
Relação de convênios e parcerias firmadas no período, nacionais e internacionais	2º relatório trimestral e anual Comunicar uma celebração no relatório trimestral seguinte
Descritivo qualitativo das ações realizadas de formação, capacitação e especialização das equipes	Relatório anual
Relatório analítico de RH	Relatório anual
Normas e procedimentos de atendimento ao público com tabela de valores de cessão onerosa dos espaços e da bilheteria, ambas com os indicativos dos descontos e gratuidade	Junto com a proposta de PT (proposta) Relatório anual (realizado)
Posição dos índices de liquidez seca; receitas totais / despesas totais assinadas pelos representantes legais da entidade	Relatório anual (avaliação)
a- Comprovante de inscrição e situação cadastral – CNPJ	Relatório anual
b- Certificado de regularidade do FGTS – CRF	
c- Certidão negativa de débitos às contribuições previdenciárias e às de terceiros – INSS	
d- Certidão negativa de débitos tributários da dívida ativa do Estado de São Paulo	
e- Certidão de tributos mobiliários	
f- Certificado do CADIN Estadual	
g- Relação de apenados do TCE	
h- Sanções administrativas	
i- Certificado de regularidade cadastral de entidades – CRCE	
j- Certidão negativa de débitos trabalhistas - CNDT	
Anexos previstos nas IN do TCE, segundo POP do relatório anual	Relatório anual
Regulamento de compras e contratações	90 dias da assinatura do CGe publicação no DOE
Alterações/atualizações do regulamento de compras e contratações	No relatório trimestral da alteração e publicação no DOE
Relação semestral de cargos, salários e benefícios pagos ao RH, indicando os profissionais por plano de trabalho	2º relatório trimestral e anual



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE FOMENTO E DIFUSÃO DA PRODUÇÃO CULTURAL

Relação dos bens adquiridos no mês anterior com as respectivas Notas Fiscais.

Até o dia 10 do mês posterior à aquisição dos bens.

A UGE poderá solicitar, a qualquer período, a entrega dos Anexos Administrativos supramencionados.

QUADRO DE AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

ITEM DE PONTUAÇÃO	%
1. Descumprir metas ou rotinas dos programas de Difusão: CCP, VCP, Mostras, Festivais e Cultura Livre SP	0-3
2. Descumprir metas ou rotinas dos Equipamentos e Programas a eles vinculados: Teatro Sérgio Cardoso; Sala Paschoal Carlos Magno; Teatro Maestro Francisco Paulo Russo	0-3
3. Descumprir metas do Programa de Acessibilidade Comunicacional	0-1
4. Descumprir as Rotinas Técnicas e Obrigações Contratuais	0-3
TOTAL	10 %

- 1- Esta tabela tem a finalidade de atender ao disposto no item 2, parágrafo 2º, cláusula 8ª do Contrato de Gestão nº 06/2011. Sua aplicação se dará sob o percentual de 10% do valor do repasse se, após a avaliação das justificativas apresentadas pela OS, a UGE concluir que houve o descumprimento dos itens indicados.
- 2- Caso a OS não apresente junto com os relatórios trimestrais justificativas para o não cumprimento das metas pactuadas, a UGE poderá efetuar a aplicação da tabela sem prévia análise das justificativas, cabendo a OS se for o caso, reunir argumentos consistentes para viabilizar o aporte retido no próximo trimestre.

AVALIAÇÃO DAS ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS

ITEM DE PONTUAÇÃO
1. Descumprir as rotinas e obrigações contratuais previstas no Plano de Trabalho e demais responsabilidades previstas na <i>Cláusula Segunda do Contrato de Gestão</i>
2. Descumprir o manual de compras e contratações da OS
3. Não manter a relação de documentos atualizada (lista de conselheiros com mandato em vigor; atas de reunião assinadas; estatuto atualizado e registrado)
4. Descumprir os prazos de entrega de documentos e relatórios
5. Não realização das pesquisas de satisfação
6. Não realização das metas, rotinas e obrigações do Programa de Financiamento e Fomento
7. Não realização das rotinas e obrigações de Acompanhamento da Programação
8. Não realização das metas, rotinas e obrigações do Programa de Comunicação e Imprensa
9. Não realização das rotinas e obrigações do Programa de Edificações
10. Não realização das rotinas e obrigações do Programa de Gestão Administrativa

- 1) A Organização Social que deixar de cumprir as rotinas ou obrigações relacionadas acima deverá ser formalmente interpelada pela Coordenadoria a respeito da ocorrência.
- 2) Na eventualidade de serem apresentadas as razões que justifiquem o seu não cumprimento estas serão devidamente apreciadas e, caso não sejam consideradas suficientemente fundamentadas, será aplicada uma advertência por escrito, ou outra