



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 UFDFPC 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 Grencoper 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