

RELATÓRIO DE ATIVIDADES - 2º QUADRIMESTRE

**UGE: UNIDADE DE DIFUSÃO CULTURAL,
BIBLIOTECAS E LEITURA**

20

24

EIXO 1 - EQUIPAMENTOS DE DIFUSÃO CULTURAL.....	3
1.1 TEATRO SÉRGIO CARDOSO.....	3
A) SALA DIGITAL.....	3
B) SALA NYDIA LICIA.....	5
C) SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO.....	6
D) ESPAÇOS ALTERNATIVOS.....	7
1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS.....	8
1.3. MUNDO DO CIRCO.....	9
A) LONA PICOLINO.....	9
B) LONA MULTIUSO.....	11
C) PICADEIRO A CÉU ABERTO.....	12
EIXO 2: PROGRAMAS DE DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO CULTURAL	13
2.1. PROGRAMA DE DIFUSÃO E DESCENTRALIZAÇÃO CULTURAL VIA EDITAIS.....	13
A) CIRCUITO SP.....	13
B) REVELANDO SP.....	15
C) DIFUSÃO CULT SP.....	18
D) OUTROS FESTIVAIS E APOIO A EVENTOS.....	20
2.2 FESTIVAIS ARTÍSTICOS E EVENTOS CULTURAIS.....	22
A) SEMANA GUIOMAR NOVAES.....	22
B) FESTIVAL DE CIRCO SP.....	22
C) FÉSTIVAL.....	22
D) FESTIVAL DO HIP HOP.....	24
2.3 CULT SP PLAY/ ACERVO SPCULT.....	24
2.4. DIVERSIDADE E CIDADANIA: AÇÕES DE PRODUÇÃO, DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO DE PROJETOS VOLTADOS À CULTURA LGBTI+.....	25
2.5. TEIA: FÓRUM ESTADUAL – CULTURA VIVA 20 ANOS.....	27
EIXO 3 - FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA.....	28
3.1. FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA.....	28
A) INICIATIVAS DE INTERATIVIDADE EM ARTE E TECNOLOGIA.....	28
B) ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS.....	29
C) MAIS GESTÃO SP.....	31
EIXO 4 - FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES.....	31
4.1. FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES.....	31
4.2. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS.....	31
METAS CONDICIONADAS.....	33

APRESENTAÇÃO

Este relatório apresenta o resultado dos programas e ações apoiados pela Associação Paulista dos Amigos da Arte (APAA) no 2º quadrimestre de 2024. O documento aborda o desempenho da instituição nesse período com base nas metas estabelecidas no 7º termo aditivo ao Contrato de Gestão 02/2022. Os programas são divididos em 4 eixos e cada programa foi analisado em relação às metas planejadas e aos resultados obtidos.

O Plano de Trabalho estabelecido para o 2º quadrimestre de 2024 contempla os equipamentos culturais Teatro Sérgio Cardoso, Teatro Maestro Francisco Paulo Russo e Mundo do Circo, Programas de Difusão, Descentralização e Circulação Cultural (Circuito SP, Revelando SP, Difusão Cult SP e Outros Festivais e Apoio a Eventos), Festivais Artísticos e Eventos Culturais (FéstiVal), CultSP Play, Diversidade e Cidadania, Teia: Fórum Estadual, Fomento, Novas Iniciativas, Ações, Estudos e Pesquisas em Economia Criativa (Iniciativas de interatividade em arte e tecnologia e Estudos e pesquisas em economia e indústria criativas), Financiamento dos Programas/Atividades e Monitoramento e Avaliação de Resultados.

A APAA tem como objetivo fortalecer e ampliar as parcerias com os diversos municípios paulistas, impulsionar a produção cultural dos territórios e reforçar nossos valores de transparência, inclusão e diversidade, transformando, democratizando e enriquecendo o cenário cultural do Estado. Para isso, continuamos a estabelecer e colocar em prática diversas estratégias para o aprimoramento dos programas propostos, buscando o cumprimento das metas anuais estabelecidas.

EIXO 1 - EQUIPAMENTOS DE DIFUSÃO CULTURAL

1.1 TEATRO SÉRGIO CARDOSO

A) SALA DIGITAL

A Sala Digital se consolida como ferramenta para a difusão online e audiovisual, para além de sua plateia física, na geração de conteúdos originais, na documentação, e no objetivo geral de consecução das políticas de difusão através da plataforma CultSP Play, demais canais de divulgação associados e redes sociais correlacionadas.

No 2º quadrimestre, foram disponibilizados os registros da apresentação de abertura do 22º Concurso Brasileiro de Canto Maria Callas, realizado no Teatro Sérgio Cardoso, incluindo o Recital dos Vencedores e o encerramento do concurso. Além disso, a apresentação do Coral Palavra Cantada, sob a regência de Eduardo Boletti e com a participação de Sandra Peres e Paulo Tatit, também foi disponibilizada.

Em agosto, o Teatro Sérgio Cardoso sediou e registrou o Campeonato e premiação DMC Brasil 2024, a versão nacional do prestigiado DMC World DJ Championships, que desafia DJs a criar sets originais e promove workshops e encontros.

Destaca-se também a peça infantojuvenil “O black power de Akin”, baseada no livro de Kiusam de Oliveira, que conta a história de Akin, um menino negro de 12 anos que, com a ajuda de seu avô, busca resgatar sua autoestima destruída pelas práticas racistas na escola.

Outro destaque é o espetáculo musical Soul África, que leva ao palco o grupo Vozes de Angola e a banda Social Samba Fino, interpretando músicas africanas e de compositores brasileiros como Gilberto Gil, João Nogueira, Djavan e Tim Maia.

Com as novas produções do período, somadas aos produtos de acervo que compõem o programa (TSC Digital), foram alcançadas mais de 8 mil visualizações.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
1	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais virtuais	1	Nº de novas produções	Meta - Produto	1º Quadri	2	1
					2º Quadri	7	6
					3º Quadri	7	
					META ANUAL	16	7
					ICM %	100%	43,75%
		2	Nº de público virtual	Meta- Resultado	1º Quadri	2.000	6.437
					2º Quadri	7.000	8.074
					3º Quadri	7.000	
					META ANUAL	16.000	14.511
					ICM %	100%	90,69%

Retificação 1º quadrimestre, indicador 2: Foi necessário corrigir o público informado no 1º quadrimestre, pois inicialmente foram consideradas apenas as visualizações de novos conteúdos, sem incluir as visualizações de conteúdos de acervo do programa, que fazem parte da plataforma CultSP Play. Esses acessos estavam sendo contabilizados diretamente na meta do programa CultSP Play. Com a transferência agora para o local correto, o público virtual incluído na meta da Sala Digital será descontado do programa CultSP Play, a fim de evitar duplicidade nos dados.

Indicador 1: Devido aos trâmites de licenciamento de conteúdos, as companhias teatrais que aceitaram licenciar seus espetáculos fizeram suas apresentações no final do 2º quadrimestre, não havendo tempo hábil de pós-produção para publicá-las ainda no período. Ainda assim, o resultado foi parcialmente alcançado, com 86% da meta atingida. Esse déficit será compensado no 3º quadrimestre, de forma a cumprir a meta

anual.

Indicador 2: Os conteúdos foram impulsionados pelo Google Ads, o que aumentou o alcance e resultou em mais visualizações. Além disso, o interesse contínuo pelos conteúdos de acervo do TSC Digital, combinado com as novas produções, levou a um número de visualizações superior à meta estabelecida.

B) SALA NYDIA LICIA

A Sala Nydia Licia possui como característica a possibilidade de receber grandes espetáculos, prêmios e outras atividades, comportando estruturas de grande porte e público correspondente à demanda dessas produções. A sala dispõe de 827 lugares, e recebeu, durante o 2º quadrimestre, 112 atividades, atingindo 73.770 pessoas.

O musical “Cantando na Chuva”, iniciado em abril, seguiu a temporada até o dia 16 de junho. Ao longo do 2º quadrimestre, o espetáculo promoveu mais 56 sessões para mais de 39,6 mil pessoas, garantindo 85,5% de ocupação de sala. Entre esse público vale ressaltar a parceria com escolas da rede pública, que fez com que os alunos pudessem prestigiar a peça de maneira gratuita visando a formação de público. O espetáculo é um clássico de Hollywood e por si só já ultrapassou a meta prevista.

Em agosto, a sala recebeu o 1º Prêmio Jabuti Acadêmico, que surge como mais um reconhecimento com papel distintivo na divulgação e celebração da produção científica, técnica e profissional no Brasil, refletindo as diversas contribuições para a cultura e o conhecimento no país. Esse evento reuniu um público de 750 pessoas que puderam prestigiar os autores premiados em cada categoria e homenageados com a estatueta durante essa cerimônia especial.

Outro importante projeto realizado no Teatro Sérgio Cardoso foi o Palco Semente, programa inédito de formação de público para o teatro infantil, abrangendo desde a primeira infância até as juventudes e sendo a primeira temporada voltada ao teatro infantil totalmente gratuita nesse equipamento. Na Sala Nydia Licia esse projeto promoveu 8 atividades ao longo do quadrimestre. Um dos destaques desta programação foi o espetáculo Menino Maluquinho, produzido pela companhia teatral Grupo Trapiche. A grande homenagem ao artista Ziraldo e sua obra mais conhecida e amada reuniu um público de 630 pessoas no mês de agosto.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
2	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	3	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	37	34
					2º Quadri	95	112
					3º Quadri	90	
					META ANUAL	222	146

					ICM %	100%	65,77%
		4	N° de público	Meta – Resultado	1° Quadri	15.000	24.728
					2° Quadri	25.000	73.770
					3° Quadri	30.000	
					META ANUAL	70.000	98.498
					ICM %	100%	140,71%

Indicador 3: A quantidade de ações superou a meta pactuada por conta do projeto “PALCO SEMENTE SABESP” que agregou quantidade de ações ao que havia sido inicialmente previsto.

Indicador 4: O número apurado superou as expectativas por uma soma de três fatores: pelo acréscimo de público relativo ao projeto “PALCO SEMENTE SABESP”, bem-sucedido em termos resultado de público, pelos bons resultados das temporadas programadas no quadrimestre e pelo bom momento atravessado pela área da Cultura, contribuindo para resultados positivos de uma maneira geral.

C) SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO

A Sala Paschoal Carlos Magno é uma sala menor do Teatro Sérgio Cardoso e abriga, em grande parte, espetáculos infantis e projetos de cunho experimental, visando incentivar e difundir essas produções e desenvolver a cadeia produtiva regional. No 2° quadrimestre a sala recebeu 75 ações totalizando 5,5 mil em quantidade de público.

Durante esse período, as ações relativas à linguagem musical se destacaram em quantidade de público. Ao todo foram 4 atividades que reuniram um público de 532 pessoas. A apresentação “Esperançar - Um Convite à Diversidade” realizada pelo Coral Câmara LGBTQ+ do Brasil, por exemplo, apresentou uma taxa de 98% de ocupação da sala, contando com 146 pessoas para prestigiar o espetáculo musical.

A Sala Paschoal também foi palco para atividades que compõem o projeto Palco Semente. Ao todo, foram 22 apresentações que reuniram um público de mais de 1,5 mil pessoas. Dentre essas ações, destacou-se o espetáculo “O Black Power de Akin”. Ao todo, 137 pessoas visitaram o Teatro para conhecer a história de Seu Dito Pereira, um avô amoroso que sabe esperar o momento exato de socorrer um neto em crise com o que há de mais importante na vida: a autoestima.

N°	Ação	N° Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
3	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	5	N° de ações	Meta – Produto	1° Quadri	40	44
					2° Quadri	52	75
					3° Quadri	61	

					META ANUAL	153	119
					ICM %	100%	77,78%
		6	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	3.000	3.592
					2º Quadri	5.000	5.557
					3º Quadri	7.000	
					META ANUAL	15.000	9.149
					ICM %	100%	60,99%

Indicador 5: A quantidade de ações superou a meta pactuada por conta do projeto “PALCO SEMENTE SABESP” que agregou quantidade de ações em ambos os espaços do Teatro Sérgio Cardoso.

Indicador 6: O número apurado superou as expectativas por uma soma de três fatores: pelo acréscimo de público relativo ao projeto “PALCO SEMENTE SABESP”, bem-sucedido em termos resultado de público, pelos bons resultados das temporadas programadas no quadrimestre e pelo bom momento atravessado pela área da Cultura, contribuindo para resultados positivos de uma maneira geral.

D) ESPAÇOS ALTERNATIVOS

A categoria “Espaços Alternativos” compreende uma ação de valorizar a realização de atividades em locais distintos das salas principais de espetáculos, a Nydia Licia e a Paschoal Carlos Magno. O foco desses espaços é a realização de atividades pequenas e médias, com montagens alternativas ao palco italiano, além de ações correlatas aos espetáculos em exibição nas duas salas. Foram 30 ações realizadas nesses espaços que reuniram um público de 7,7 mil pessoas.

Em maio, a APAA apoiou a apresentação da banda Distinguished Gentleman's Ride para um evento de rock realizado no Rockwheels Kustom Bar, que contou com a presença de 4 mil pessoas. O bar, localizado na Rua Rui Barbosa, a mesma da entrada principal do Teatro Sérgio Cardoso, promove a “Kustom Kulture” voltada para o Rock ‘n’ roll, e abriga também um café, garagem, barbearia e estúdio de tattoo.

Já em relação ao Palco Semente, foram 8 atividades que somaram um público de 930 pessoas. O destaque dessa programação ficou com espetáculo musical “Cavalo e Panda”, estrelando uma dupla de música instrumental “animal” com uma proposta diferente: levar além de música de qualidade, um espetáculo com encenação, comédia e interação com o público. Ao todo, foram 2 atividades que aconteceram no saguão do Teatro e reuniram 498 pessoas.

Nº	Ação	Nº	Indicador	Atributo do	Previsão Quadrimestral	Realizado
----	------	----	-----------	-------------	------------------------	-----------

		Indicador		Indicador			
4	Atividades multilinguagens em espaços alternativos do teatro e adjacências	7	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	10	14
					2º Quadri	20	30
					3º Quadri	31	
					META ANUAL	61	44
					ICM %	100%	72,13%
		8	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	3.000	6.053
					2º Quadri	4.000	7.739
					3º Quadri	3.000	
					META ANUAL	10.000	13.792
					ICM %	100%	137,92%

Indicador 7: O número apurado reflete o aproveitamento da quantidade maior de oportunidades na ocupação dos referidos espaços.

Indicador 8: O valor apurado é consequência da quantidade maior de oportunidades na ocupação dos referidos espaços. A APAA apoiou a banda Distinguished Gentleman's Ride para um evento de rock realizado no Rockwheels Kustom Bar, que contou com a presença de 4 mil pessoas, que por si só alcançaria a meta estabelecida. Além disso, outros destaques no período foram: a Festa da Mãe Negra, que reuniu 1.500 pessoas; a 17ª Festa da Casa Mestre Ananias, com 600 participantes; e as 18 atividades de Dança de Salão, que atraíram 679 alunos.

1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS

O Teatro Maestro Francisco Paulo Russo - Teatro de Araras, reúne sala de espetáculos, espaço para exposições e auditório, aptos a receberem atividades cênicas e musicais, entre outras. Considerado um equipamento cultural de referência na região, também possui reconhecido valor arquitetônico, tendo sido projetado por Oscar Niemeyer. O equipamento reuniu um público de 11 mil pessoas durante o 2º quadrimestre de 2024 com 45 atividades culturais oferecidas.

A linguagem artística teatral se destacou na programação, contando com 21 atividades. Dessas atividades, o stand-up comedy demonstrou grande relevância no período. Em agosto, o espetáculo “Se é que você me entende”, de Raphael Ghanem, trouxe um grande público para o equipamento: contando com suas histórias de vida, suas análises de relacionamento, além de causos comuns a todos no dia dia, a atividade reuniu um público de 466 pessoas no Teatro Estadual de Araras.

Com 16 atividades ao longo do quadrimestre, a linguagem artística Música também obteve um grande destaque no equipamento. Um exemplo disso foi o espetáculo

referente à Temporada 2024 da Orquestra Sinfônica de Piracicaba, que aconteceu em maio. Com 124 anos de história, a companhia preparou um concerto especial para apresentação no Teatro Estadual de Araras Maestro Francisco Paulo Russo, atraindo 466 pessoas que puderam prestigiar gratuitamente o espetáculo.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
5	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais (sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)	9	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	20	26
					2º Quadri	44	45
					3º Quadri	44	
					META ANUAL	108	71
					ICM %	100%	65,74%
		10	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	5.000	7.312
					2º Quadri	14.000	11.013
					3º Quadri	13.000	
					META ANUAL	32.000	18.325
					ICM %	100%	57,27%

Indicador 9: O número de ações pactuadas está próxima da expectativa estabelecida no quadrimestre e não altera significativamente a meta global do programa.

Indicador 10: A quantidade de público ficou abaixo da expectativa no segundo quadrimestre, pois os espetáculos programados tiveram resultado abaixo do esperado. A previsão é que a meta seja atingida com a programação do último quadrimestre.

1.3. MUNDO DO CIRCO

No Parque da Juventude fica localizado o Mundo do Circo, complexo circense que tem como objetivo atender às demandas dos artistas e profissionais circenses do Estado, sem perder de vista a importância de acesso do público. O equipamento conta com três espaços de apresentações: Lona Picolino, Lona Multiuso e Picadeiro a Céu Aberto.

A) LONA PICOLINO

A Lona Picolino é destinada para apresentações de temporadas de espetáculos de circos itinerantes, mostras de números circenses, shows e outras atividades. Ao longo do 2º quadrimestre o espaço recebeu 84 atividades, atraindo um público de mais de 27 mil pessoas.

Crítica, humor e circo são os pilares do espetáculo “Sui Generis”, da Cia. Fundo Mundo que se destacou na programação da Lona Picolino no mês de julho. Com criação e elenco formado integralmente por pessoas transgêneras, travestis e não-binárias, o espetáculo

aborda as temáticas de gênero e sexualidade de uma maneira ácida e provocativa, carregada de humor. As performances de acrobacias aéreas, malabarismo, bambolê, música e poesia desse espetáculo atraíram um público de 755 pessoas que puderam se conectar com as mais recentes discussões acerca da transgeneridade.

Outra atividade que se destacou na Lona Picolino foi o encantador espetáculo circense “Amor e Arte” do Circo Thor. Essa experiência mágica foi prestigiada por 1,3 mil pessoas em 2 sessões repletas de emoção e alegria no mês de julho. O espetáculo para todas as idades contou com acrobatas incríveis, palhaços divertidos e uma atmosfera cativante.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
6	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	11	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	45	61
					2º Quadri	75	84
					3º Quadri	70	
					META ANUAL	190	145
					ICM %	100%	76,32%
		12	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	13.500	13.542
					2º Quadri	30.000	27.810
					3º Quadri	28.000	
					META ANUAL	71.500	41.352
					ICM %	100%	57,83%

Indicador 11: Ainda no primeiro quadrimestre, a partir do mês de março, iniciou-se um trabalho sistemático de apresentações de espetáculo às terças e quartas (duas sessões por dia) de modo a atender entidades, ONGs e unidades escolares que devido seu cronograma de trabalho com ações e/ou atividades em dias úteis não poderiam comparecer aos espetáculos nos finais de semana. No segundo quadrimestre mantivemos a estratégia bem sucedida e somamos no mês de julho a programação “Férias no Circo” com mais um dia de espetáculo na agenda. A partir desta adição, alteramos as datas de apresentações para quartas, quintas e sextas-feiras, além dos finais de semana. Dessa forma, superamos a meta proposta, produzindo 84 espetáculos na Lona Picolino no segundo quadrimestre. Esse resultado demonstra a capacidade do projeto de expandir suas atividades, especialmente por meio de ajustes estratégicos como a inclusão de novos dias de programação e ações adicionais, como o “Férias no Circo”.

Indicador 12: No segundo quadrimestre notamos uma queda sistemática do agendamento das entidades, ONG e unidades escolares nas primeira e segunda semanas de cada mês por suas dinâmicas internas de apoio para o transporte. Ainda no mês de Junho, percebemos uma queda na visitação justificada pelo final do semestre escolar com a realização de provas e outras atividades acadêmicas, que inviabilizam a participação das crianças e jovens. Neste ponto, vimos a necessidade de uma

abordagem mais proativa da equipe do Educativo desde o início do período de execução, garantindo que as ações programadas tenham um impacto mais consistente ao longo do ano. Mesmo tendo superado o número de ações no período, consideramos estes os principais motivos para não alcançarmos a meta de público no período indicado.

B) LONA MULTIUSO

A Lona Multiuso é um espaço dedicado para apresentações, oficinas e encontros de grupos, companhias, duplas e artistas individuais diversos. Durante o período abordado o espaço recebeu 14,9 mil pessoas em 33 atividades.

A companhia Circa Cultural se apresentou 4 vezes nesse espaço ao longo do 2º quadrimestre. As intervenções circenses realizadas na Lona Multiuso aconteceram antes dos espetáculos principais, recebendo o público com atrações encantadoras, mágicas e envolventes. Mais de 5 mil pessoas participaram dessas atividades nas quais os artistas se misturaram ao público, transformando a espera em uma experiência inesquecível.

Durante o mês de julho, as intervenções circenses do espaço ficaram por conta da companhia Circle. O público que aguardava para assistir aos espetáculos pôde prestigiar a dupla de artistas que realizaram atividades com bolhas de sabão, pratinhos de equilíbrio, malabares ou até perna-de-pau. A companhia atendeu um público de 4,4 mil pessoas em 6 diferentes apresentações nesse período.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
7	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	13	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	15	1
					2º Quadri	20	33
					3º Quadri	25	
					META ANUAL	60	34
					ICM %	100%	56,67%
		14	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	1.500	30
					2º Quadri	2.000	14.977
					3º Quadri	5.000	
					META ANUAL	8.500	15.007
					ICM %	100%	176,55%

Indicador 13 e 14: A Lona Multiuso está dedicada, não exclusivamente, a ações complementares aos espetáculos da Lona Picolino, o que inclui servir como ponto de apoio e de atividades de transição para as ações sistemáticas voltadas para atender entidades, ONG e unidades escolares. Dessa forma, a Lona Multiuso seguiu o aumento

de atividades da Lona Picolino, com a adição da programação às sextas-feiras durante o mês de Julho, resultando também na superação da meta de público proposta.

C) PICADEIRO A CÉU ABERTO

O Picadeiro a Céu Aberto é um espaço externo às lonas, dedicado a espetáculos e números de rua, promovendo ações com palhaços, malabaristas, pernaltas, acrobatas, entre outros. As intervenções artísticas são espetáculos à parte que ocupam de forma lúdica os arredores e instalações do Mundo do Circo, despertando o riso e convidando a todos para vivenciar a magia do circo. O Picadeiro recebeu mais de 34 mil pessoas com 48 atividades no período.

Nesse espaço também se destacaram as apresentações no formato de intervenções circenses. Um exemplo disso foram as 9 intervenções realizadas no mês de agosto pela companhia Mundo Trupe. Performances artísticas ocuparam de forma lúdica as instalações do Mundo do Circo com palhaços, malabaristas, pernaltas e acrobatas. Rompendo a quarta parede através de vivências intimistas, essas atividades proporcionaram experiências inusitadas para um público de 6,7 mil pessoas.

Para além das intervenções, o Picadeiro recebeu espetáculos como a Encantarias de Pífano e Mamulengo. Esse espetáculo inovador trouxe ao Mundo do Circo a primeira banda feminina tradicional de pífanos, quebrando estereótipos e honrando uma tradição centenária com uma mistura de música, teatro de bonecos, palhaçaria e contação de histórias. Para além disso, a atividade contou com intérpretes de libras, proporcionando uma experiência inclusiva e acessível a todos os presentes. Em única apresentação que ocorreu no mês de julho, o espetáculo atingiu um público de 661 pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
8	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	15	Nº de ações	Meta-Produto	1º Quadri	28	42
					2º Quadri	28	48
					3º Quadri	28	
					META ANUAL	84	90
					ICM %	100%	107,14%
		16	Nº de público	Meta-Resultado	1º Quadri	9.500	17.344
					2º Quadri	9.800	34.032
					3º Quadri	25.000	
					META ANUAL	28.500	51.376
					ICM %	100%	180,27 %

Indicador15 e 16: Desde o primeiro quadrimestre iniciou-se um trabalho complementar aos espetáculos realizados nas lonas de apresentações artísticas, como números solos e pequenas intervenções, no espaço do Picadeiro a Céu Aberto. Essas apresentações, chamadas de Intervenções Circenses, estão sendo realizadas sistematicamente aos sábados e domingos. Além disso, a partir do mês de julho somamos atividades dentro da programação do “Férias no Circo. Dessa maneira, além de proporcionar mais ações para o público, pudemos superar nossa meta para o período. Além disso, a visibilidade do projeto foi ampliada graças à presença nas mídias e redes sociais, o que resultou em uma maior adesão do público nos finais de semana. Esse aumento reflete não apenas o sucesso das intervenções artísticas, mas também a eficácia da comunicação do projeto, que pode ser ainda mais eficiente no alcance de novas audiências e conseqüentemente trazer mais retornos em número de público e visitação. O planejamento de eventos especiais durante as férias escolares também se mostrou eficiente em atrair visitantes, superando nossa meta para o período.

EIXO 2: PROGRAMAS DE DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO CULTURAL

2.1. PROGRAMA DE DIFUSÃO E DESCENTRALIZAÇÃO CULTURAL VIA EDITAIS

A) CIRCUITO SP

O programa Circuito SP visa promover atividades artístico-culturais nos municípios participantes, contando com profissionais reconhecidos no cenário cultural. Os municípios selecionados terão a oportunidade de receber programações que abrangem diversas linguagens, como circo, dança, eventos carnavalescos e escolas de samba, música, ópera e teatro. O edital destina apoio financeiro de até R\$ 60 mil por projeto, possibilitando a contratação e pagamento de cachês para até 4 atividades artístico-culturais a serem realizadas localmente. O calendário das atividades do programa é definido em conjunto entre a APAA e os municípios habilitados, sendo dada prioridade à data escolhida pelo próprio município na proposta enviada.

Entre maio e o início de junho, o programa recebeu 57 inscrições, provenientes de 54 municípios e, incluindo municípios selecionados no 1º quadrimestre, os 70 municípios habilitados (meta anual de seleção) já foram atingidos e as inscrições encerradas.

No 2º quadrimestre, foram realizadas 87 atividades para mais de 189 mil pessoas. Em termos de público, o destaque vai para o município de Pirapozinho, com os shows de Roberto e Leonel, Lorena Cristine e Cesinha & Matheus, que, somados, atraíram cerca de 65 mil pessoas. As atrações musicais integraram a programação da 33ª edição da Fejupi, a tradicional Festa Junina de Pirapozinho. Em Boituva, as apresentações de Kiko Zambianchi e Jabez Lima somaram 4 mil pessoas. As apresentações musicais atingiram, ao todo, 173 mil pessoas.

Atividades de dança, circo e teatro também compuseram as atrações do período, alcançando mais de 15 mil pessoas e contribuindo para o resultado total do programa. Na dança, a “Quadrilha Festa na Roça”, realizada no município de Barra Bonita, e a apresentação de Hip Hop com a Cia Atmosfera de Dança no município de Caconde, juntas alcançaram mais de 5 mil pessoas. Entre as ações circenses, o Grupo Circo Palombar se apresentou na cidade de Botucatu, reunindo 1,5 mil pessoas. A Rué La Companhia apresentou “Truques e Trambiques” na Casa de Cultura de Guaíra, para 500 pessoas. O espetáculo teatral “Mazzaropi, um certo sonhador” levou 700 pessoas ao Centro Cultural do município de Novo Horizonte. Pradópolis promoveu o espetáculo “Minaz Rock”, que levou 500 pessoas para a praça da cidade. As ações realizadas ocupam diversos espaços, como praças, parques, CEUs, casas de cultura, teatros e ginásios, demonstrando a capacidade do programa de promover uma variedade de linguagens artísticas em diferentes localidades.

A maioria das atividades foi voltada ao segmento da música, também responsável pelo maior alcance de público. As ações desse segmento atraíram mais de 173 mil pessoas, representando 92% do público total do programa no período mensurado. Essa linguagem desponta no programa, uma vez que é estratégia da APAA levar tal segmento para a população, principalmente para cidades do interior e municípios de pequeno porte. Conforme pesquisa realizada pelo DataFolha de Hábitos Culturais, 44% dessa população sente falta de atividades de música, cultura, artes, shows e festivais de música. (Fonte: Pesquisa realizada pelo Datafolha e Fundação Itaú, tema: Hábitos Culturais 2023).

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
9	Apresentações artísticas/ atividades culturais	17	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	14	1
					2º Quadri	126	87
					3º Quadri	140	
					META ANUAL	280	88
					ICM %	100%	31,43%
		18	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	6.845	5.000
					2º Quadri	61.600	189.056
					3º Quadri	68.445	
					META ANUAL	136.890	194.056
					ICM %	100%	141,76%
		19	Nº de municípios atendidos	Dado Extra	1º Quadri	5	1
					2º Quadri	30	45
					3º Quadri	35	
					META ANUAL	70	46
					ICM %	100%	65,71%

Indicador 17: O programa Circuito SP visa realizar até 4 apresentações em 70 municípios em 2024, conforme o calendário proposto por cada município. Devido ao ano eleitoral, muitos municípios adiaram as ações para após as eleições, pois estão impedidos de promover eventos nas redes municipais durante o período eleitoral.

Indicador 18: A diferença de público se deve ao fato de algumas apresentações no segundo quadrimestre terem coincidido com as comemorações de aniversário dos municípios, resultando em um público significativamente maior em comparação aos demais eventos.

B) REVELANDO SP

O Revelando SP é uma iniciativa do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas, com gestão e produção da Associação Paulista dos Amigos da Arte. O programa se constitui como uma grande ação de valorização da cultura tradicional paulista, organizada em um festival que representa as tradições culturais dos municípios do estado, incluindo artesanato, culinária e manifestações populares.

Com mais de 55 edições ao longo de quase três décadas, o festival oferece ao público uma viagem pelas tradições de São Paulo, apresentando uma amostra de produções artesanais, culinária típica e manifestações culturais. Em 2024, o festival foi ampliado e realizou cinco edições entre maio e setembro. A Chamada Pública ficou aberta de 11 de março a 8 de abril de 2024, recebendo propostas de 174 municípios e totalizando 769 inscrições: 316 de artesanato, 184 de culinária e 269 de manifestações artísticas. No final, foram selecionados 141 municípios e 355 tradições que estiveram presentes nas edições. Esses saberes, passados de geração em geração, representam a riqueza e diversidade cultural paulista. Além disso, o Revelando SP é palco para a apresentação de grandes nomes da música brasileira.

O evento começou em **Barretos**, de 16 a 19 de maio, no Recinto Paulo de Lima Correa. Ao todo, o festival promoveu 81 atrações para mais de 21,4 mil pessoas. Barretos recebeu mais de 60 participantes, entre culinaristas, artesãos e representantes de diversas manifestações culturais do estado. O evento também contou com shows de grandes nomes da música, como a dupla Cezar & Paulinho, os cantores sertanejos Thiago Carvalho e Sérgio Marques (dia 17), Guito e Carolina Soares (dia 18), e, no dia 19, o grupo Demônios da Garoa e a Orquestra Sinfônica Municipal de Barretos. A participação de 669 alunos de escolas locais possibilitou a exploração da cultura paulista, especialmente por meio da Trupe Revelando SP, que contou a história das raízes paulistas com música e poesia.

A segunda edição ocorreu em **Iguape**, de 14 a 16 de junho, com sucesso de público no Centro de Eventos Prefeito Casimiro Teixeira. Com 95 atividades, o festival recebeu mais de 31 mil visitantes, superando a população local de 29 mil habitantes. Contou com 85

participantes, retratando as tradições de 50 municípios, com 32 estandes de artesanato, 33 de culinária e 20 de manifestações culturais. Atrações musicais incluíram Oswaldo Montenegro, Lara Cantador do Vale & Trio, Fernanda Costa, Trio Caiçaras do Ribeira e Gabriel Sater.

No mês seguinte, **São José dos Campos** sediou o evento entre 4 e 7 de julho, no Parque da Cidade. Foram promovidas 135 atrações para mais de 100 mil pessoas, com a participação de 117 expositores de 61 municípios. Destes, 45 eram representantes da culinária, 42 do artesanato e 30 das culturas tradicionais. Além disso, houve apresentações da Trupe Revelando SP, composta por artistas de diversas linguagens que cantam e narram sobre as culturas tradicionais, desempenhando um papel didático com um viés lúdico e artístico. A atividade Jogos do Mundo também esteve presente, despertando a curiosidade dos participantes com jogos desenvolvidos em épocas e localidades variadas, da Europa, África, Ásia e Américas. Também se apresentaram grandes nomes da música brasileira, como Teodoro & Sampaio, Sá e Guarabyra, Barra da Saia e Carolina Soares. O festival ofereceu ainda um Tributo a Rolando Boldrin, com a participação de cantores e compositores como Tuia, Zé Geraldo, Claudio Nucci, Mazinho Quevedo, Sandro Bacelar, do Grupo Paranga e do ator Rodrigo Mangal.

Encerrando as atividades do programa previstas para o 2º quadrimestre, o festival foi realizado em **Presidente Prudente**, de 9 a 11 de agosto, no Centro de Eventos IBC. A programação contou com shows de artistas renomados, como Sérgio Reis, a dupla Diego & Victor Hugo, a banda Moda Rock, Matuto Moderno e Carolina Soares. Com 65 expositores e manifestações culturais representando 47 municípios, o evento apresentou 25 estandes de artesanato e 32 de culinária, além de 12 manifestações culturais.

A edição trouxe a Feira Regional de Economia Criativa (FREC), reunindo expositores, artesãos e pequenos empresários, com 33 estandes. O projeto MAS – Itinerante: “Arte Sacra para Ver e Sentir” levou o Museu de Arte Sacra ao interior, com mais de 60 réplicas do acervo, digitalizadas e interativas. A atividade Turnês Fantásticas e Imaginárias apresentou turnês fictícias de ídolos sertanejos.

Ao todo, as 4 edições do Revelando SP promoveram 390 atividades para mais de 164 mil pessoas. A ampla participação de cidades de todas as regiões foi essencial para representar a diversidade cultural do interior, litoral e região metropolitana. A programação incluiu não apenas as representatividades selecionadas via edital, mas também shows, atividades recreativas como os Jogos do Mundo e educativas com a Trupe Revelando SP, integrando expositores locais e outras experiências, como exposições em parceria com o Museu da Arte Sacra.

B) REVELANDO SP						
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral	Realizado

10	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	20	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	208	373
					3º Quadri	59	
					META ANUAL	267	373
					ICM %	100%	139,70%
		21	Nº de ações virtuais	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	16	79
					3º Quadri	4	
					META ANUAL	20	79
					ICM %	100%	395,00%
		22	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	128.000	164.696
					3º Quadri	40.000	
					META ANUAL	168.000	164.696
					ICM %	100%	98,03%
	23	Nº de público virtual	Meta - Resultado	1º Quadri	0	0	
				2º Quadri	80.000	227.914	
				3º Quadri	60.000		
				META ANUAL	140.000	227.914	
				ICM %	100%	162,80%	
24	Nº de municípios representados	Dado Extra	1º Quadri	0	0		
			2º Quadri	120	119		
			3º Quadri	0			
			META ANUAL	120	119		
			ICM %	100%	99,17%		
25	Nº de municípios sede	Dado Extra	1º Quadri	0	0		
			2º Quadri	4	4		
			3º Quadri	0			
			META ANUAL	4	4		
			ICM %	100%	100,00%		
Capacitação dos participantes	26	Nº de participantes capacitados	Dado Extra	1º Quadri	0	0	
				2º Quadri	36	115	
				3º Quadri	0		
				META ANUAL	36	115	
				ICM %	100%	319,44%	

Indicador 20: O Revelando SP, em sua execução, busca estabelecer parcerias estratégicas com o município sede para fortalecer relações institucionais. Dessa forma,

além das atividades previstas em edital e sem comprometer o orçamento, foram firmadas parcerias com as prefeituras sedes, resultando em um aumento no número de ações realizadas no evento. Também estabelecemos colaborações com organizações sociais do estado, que contribuíram para ampliar as atividades. Essa busca por parcerias está alinhada com a proposta do programa de difusão cultural e salvaguarda da cultura tradicional do estado de São Paulo. Exemplos dessas parcerias incluem o Museu de Arte Sacra, Catavento Cultural, Feira da Solidariedade e Feira Regional de Economia Criativa.

Indicador 21: Dos 79 produtos publicados, 18 são de fato “autônomos”: 16 minidocumentários da série “Retratos” e 2 shows na íntegra (Fernanda Costa e Barra da Saia). Dos 61 produtos restantes, afora as 3 músicas de Teodoro & Sampaio, todos são derivados dos 2 shows na íntegra, ou seja, são as músicas separadas e publicadas individualmente. A natureza da difusão na internet exige que certos produtos audiovisuais sejam empacotados tanto na íntegra quanto de forma decupada, a fim de atingir diferentes audiências. Esse empacotamento requer um trabalho adicional e resulta em um maior número de visualizações; por isso, esses resultados devem ser considerados produtos, mesmo que isso multiplique o número total.

Indicador 22: A meta inicialmente prevista foi superada devido a diversos fatores contribuintes. O interesse ampliado da população pelo evento, um plano de mídia mais robusto e a implementação contínua de ações ao longo de um período prolongado. Além disso, a realização do evento durante um período de clima mais favorável, sem chuvas, proporcionou condições ideais para a presença significativa de público. A periodicidade regular do evento também desempenhou um papel crucial nesse aumento de participação.

Indicador 23: Este foi o primeiro quadrimestre em que houve impulsionamento de vídeos pelo Google Ads. Como essa é uma nova abordagem para promover os conteúdos na plataforma CultSP Play, onde os produtos do Revelando SP são divulgados, o valor investido e o alcance resultante ainda estão sendo testados. Por esse motivo, o número de visualizações superou a meta estabelecida.

C) DIFUSÃO CULT SP

O programa Difusão Cult SP é uma iniciativa que visa fomentar eventos culturais em municípios paulistas por meio de editais. Esses eventos incluem festas, festivais e celebrações com forte tradição histórica. O programa abrange diversas linguagens artísticas, como artes plásticas, audiovisual, circo, cultura popular, dança, eventos carnavalescos, games, grafite, hip-hop, moda, música, ópera e teatro. As datas específicas de cada evento são propostas pelos municípios durante o processo de inscrição e definidas em conjunto com a Amigos da Arte, considerando os períodos tradicionais de realização.

As inscrições foram feitas através do sistema de editais da APAA, com projetos podendo receber até R\$ 20 mil em apoio financeiro. A APAA apoia os municípios selecionados com contratação e pagamento do cachê de atividades artístico-culturais e contratação e pagamento de infraestrutura. No 2º quadrimestre, a chamada recebeu 407 propostas e selecionou 261, provenientes de 241 municípios.

Diversas cidades têm promovido projetos de grafite para revitalizar seus espaços urbanos. Pederneiras, por exemplo, recebeu apoio para o “Mural Teatro Municipal Flávio Razuk”, um mural de grafite no muro lateral do Teatro Municipal, que valoriza a cultura local e beneficia cerca de 40 mil pessoas. Da mesma forma, Ibaté lançou o projeto “Nadando nas Cores”, visando revitalizar a área da piscina do complexo esportivo e alcançando aproximadamente 35 mil pessoas. Itápolis também se destacou com o “Mural História de Itápolis”, que envolveu a comunidade e atingiu 20 mil pessoas, contribuindo para a valorização da identidade cultural local.

Uma novidade neste quadrimestre foi a integração do segmento artístico de moda, com duas atividades: o 18º Escolha da Rainha de Juquiá e o "Recriando Estilos: Desfile Moda Sustentável", realizado no município de Cravinhos. A Escolha da Rainha faz parte da “Feira da Pupunha”, o maior evento da região do Vale do Ribeira. Este evento movimenta a economia local, envolvendo comércio de roupas e serviços de beleza, além de fortalecer a autoestima de crianças e meninas da região, que participam desde os 5 anos. O "Recriando Estilos" é um workshop de moda sustentável que celebra a criatividade e a consciência ambiental. Conduzido por Dinalva, o evento oferece uma experiência inspiradora, abordando princípios da moda circular e técnicas de upcycling. Os participantes aprendem a criar peças únicas a partir de materiais reutilizados, desenvolvendo habilidades de produção de vídeos de moda e promovendo hábitos mais sustentáveis.

Para além dos destaques mencionados, o programa promoveu 92 atividades de música, incluindo o 17º Festival de Inverno de Boituva, que contou com apresentações de orquestras, coros e bandas locais. O evento também ofereceu oficinas para estudantes de música, promovendo aprendizado prático, além de uma praça gastronômica com 17 entidades e uma feira de artesanato, atraindo 20 mil participantes. A cidade de Igaratá, no Vale do Ribeira, realizou o Festival de Inverno “Família na Praça”, com 1.500 participantes.

Por fim, vale destacar a cidade de Nova Castilho, um dos menores municípios do estado de São Paulo, que realizou a 3ª Festa Junina de Nova Castilho. O evento celebrou as tradições juninas e promoveu a integração da comunidade, com apresentações musicais, danças folclóricas e gastronomia, atingindo 700 pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
					1º Quadri	12	
11	Apoio a eventos /	27	Nº de apoios	Meta	1º Quadri	12	34

ações culturais municipais			Produto	2º Quadri	215	193
				3º Quadri	235	
				META ANUAL	462	227
				ICM %	100%	49,13%
	28	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	24.000	122.870
				2º Quadri	430.000	539.890
				3º Quadri	470.000	
				META ANUAL	924.000	662.760
				ICM %	100%	71,73%
	29	Nº de municípios	Dado Extra	1º Quadri	12	34
				2º Quadri	215	193
				3º Quadri	235	
				META ANUAL	462	227
				ICM %	100%	49,13%

Indicador 27: O programa Difusão CultSP é executado majoritariamente por meio de chamada pública. A meta de apoios é definida com base em projeções que consideram a demanda estimada, estando sujeita a ajustes conforme as atividades selecionadas.

Indicador 28: A meta de público foi ultrapassada devido a uma combinação de fatores. O crescimento do interesse da população pelas atividades oferecidas, somado à execução de um planejamento de divulgação, contribuiu para a maior presença de participantes. A realização do programa em uma época com boas condições climáticas também favoreceu o comparecimento, assim como a regularidade das iniciativas promovidas.

D) OUTROS FESTIVAIS E APOIO A EVENTOS

A linha de Outros Festivais e Apoio a Eventos envolve o atendimento aos eventos no Estado de São Paulo e a realização de festivais reconhecidos e realizados por prefeituras, além de apoio a outros eventos similares consolidados no cenário do Estado de São Paulo, para que tenham sua capacidade de difusão ampliada.

A chamada oferece apoio a projetos que promovam ampla difusão artístico-cultural para um público diverso, fortalecendo o desenvolvimento cultural e ativando a economia criativa regional. Eventos culturais e artísticos têm sido fundamentais para fortalecer comunidades e promover a diversidade cultural no interior de São Paulo. Com foco em celebrar tradições, incentivar o empreendedorismo e destacar a inclusão social, esses festivais atraem milhares de visitantes e se consolidam no calendário cultural. A seguir, destacam-se três grandes eventos que, além de promoverem a cultura e o desenvolvimento local, alcançaram sucesso de público e envolvimento em suas últimas edições.

O Festival Literário de Votuporanga (FLIV), em sua 14ª edição em 2024, é um dos maiores e mais consolidados eventos multiculturais do Brasil, com atividades gratuitas voltadas à literatura, artes e cultura. O festival oferece bate-papos com escritores, oficinas, cinema, teatro, música e exposições. Além disso, conta com uma programação inclusiva, promovendo a participação ativa de pessoas com deficiência. Neste ano, o FLIV recebeu 85 mil visitantes, reafirmando sua importância cultural na região.

Cabe destacar o Festival Capital da Música “Maestro Antônio Carlos Neves Campos”, realizado em Tatuí, que reuniu 58 mil pessoas. Este evento, parte da programação da Feira do Doce desde 2013, oferece uma programação musical diversificada e de alta qualidade. Com a participação de cerca de 28 agrupamentos musicais de diversos gêneros, o festival destaca a presença especial de grupos do Conservatório de Tatuí e do Projeto Guri. Além de celebrar a rica tradição musical da cidade, o festival proporciona oportunidades para músicos locais e regionais se apresentarem, promovendo a cultura e o talento musical da região do Interior Paulista.

A Feira Empreendedora Cananéia Sustentável oferece um espaço dinâmico para a exposição de produtos artesanais, gastronomia, apresentações culturais, rodas de conversa e oficinas de capacitação. O evento celebra a cultura, o empreendedorismo e a sustentabilidade em Cananéia, e reuniu 18 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
12	Apresentações artísticas / atividades culturais	30	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	8	18
					2º Quadri	62	175
					3º Quadri	62	
					META ANUAL	132	193
					ICM %	100%	146,21 %
		31	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	16.000	6.900
					2º Quadri	165.000	313.236
					3º Quadri	124.000	
					META ANUAL	305.000	320.136
					ICM %	100%	104,96 %

Indicador 30: O programa de apoio a festivais e eventos é predominantemente executado por meio de editais. No entanto, também foram realizadas atividades complementares em municípios que inicialmente não estavam previstos nas metas. Essas ações adicionais reforçam a proposta de difusão cultural no estado de São Paulo e contribuíram para ampliar o número de atividades, indo além da meta estabelecida inicialmente.

Indicador 31: A meta de público foi superada em função do aumento no número de atividades realizadas, o que gerou maior engajamento e ampliou o alcance do público. A diversificação das ações também contribuiu para atrair um público maior do que o previsto.

2.2 FESTIVAIS ARTÍSTICOS E EVENTOS CULTURAIS

A) SEMANA GUIOMAR NOVAES

Não há metas previstas para o 1º quadrimestre.

B) FESTIVAL DE CIRCO SP

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

C) FÉSTIVAL

O FÉstival, evento que une expressões culturais cristãs, com entrada gratuita, é uma realização do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas, com gestão e produção da Associação Paulista dos Amigos da Arte. No 2º quadrimestre, o festival aconteceu em julho, no município de Guaratinguetá. Ao todo, foram 13 atrações com um público de mais de 6 mil pessoas que compareceram para celebrar a fé cristã.

Entre as principais atrações musicais presentes no festival estava a banda Rosa de Saron, que apresentou um show com uma mistura de fé, rock e poesia. Também se apresentaram no evento os cantores Gabriel Guedes, Dunga, Adriana Gil, Artur e Banda e as bandas Expresso HG, FHop Music, Casa de Filhos Music e Semear Worship, que utilizaram louvores para evangelizar e encorajar.

Assim como na primeira edição do ano, além dos shows, o FÉstival ofereceu um espaço imersivo com instalações temporárias, que, juntas, promoveram uma vivência da fé cristã. Essa área aborda o simbolismo das principais árvores citadas na Bíblia. Uma árvore cenográfica ofereceu, como frutos, mensagens de fé, que puderam ser levadas pelos visitantes.

Durante o 2º quadrimestre, o FÉstival também se estendeu ao espaço virtual. Foram 7 registros das apresentações musicais que ocorreram presencialmente em Santa Bárbara d'Oeste disponibilizados no Youtube, rendendo mais de 8 mil visualizações. Entre esses, estão os vídeos das apresentações de artistas como Clebão de Paula, Israel Salazar, Eliezer de Tarsis, Rafael Bicudo e Paulo Cesar Baruk.

O FÉstival representa um papel crucial em na política de valorizar todas as frentes culturais e, especialmente, de regionalização. O evento não apenas fomenta a cultura local, mas também impulsiona o desenvolvimento econômico e social da região onde é realizado. Além disso, a expansão do projeto para outras regiões do Estado demonstra o quanto esse movimento tem potencial criativo, sustentável e socioeconômico.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
15	Apresentações artísticas / atividades culturais	36	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	9
					2º Quadri	11	13
					3º Quadri	0	
					META ANUAL	11	22
					ICM %	100%	200,00 %
		37	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	8.000
					2º Quadri	10.000	6.150
					3º Quadri	0	
					META ANUAL	10.000	14.150
					ICM %	100%	141,50 %
		38	Nº de público virtual	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	4.000	8.630
					3º Quadri	0	
					META ANUAL	4.000	8.630
					ICM %	100%	215,75 %
		39	Nº de municípios	Dado Extra	1º Quadri	0	1
2º Quadri	2				1		
3º Quadri	0						
META ANUAL	2				2		
ICM %	100%				100,00 %		

Indicador 36: O número de atividades superou a meta devido à adaptação da programação para atender à demanda do projeto. Essas mudanças não causaram nenhum impacto negativo ao programa, mantendo sua execução dentro do previsto.

Indicador 37: A meta de público foi inicialmente calculada para dois eventos a serem realizados no segundo quadrimestre. No entanto, um dos eventos ocorreu no primeiro quadrimestre e o outro no segundo. A soma do público dos dois eventos superou a meta

estabelecida, e o menor comparecimento no segundo evento não trouxe prejuízos ao cumprimento da meta global do programa.

Indicador 38: Este foi o primeiro quadrimestre em que fizemos impulsionamento de vídeos pelo Google Ads. Como essa é uma forma nova de promover os conteúdos na plataforma CultSP Play, onde são difundidos os produtos do Festival, ainda estamos testando a relação entre valores investidos e o alcance resultante. Por esse motivo, o resultado de número de visualizações foi maior do que o estabelecido em meta.

D) FESTIVAL DO HIP HOP

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

2.3 CULT SP PLAY/ ACERVO SPCULT

A plataforma CultSP Play, oferecida pela Associação Paulista dos Amigos da Arte, é uma ferramenta essencial para a disseminação cultural em São Paulo. Com um vasto acervo de conteúdo audiovisual original e de parceiros, incluindo produções musicais, teatrais, séries, documentários e filmes, a plataforma visa democratizar o acesso a conteúdos culturais de qualidade e ampliar o alcance da produção artística.

A plataforma disponibilizou novos conteúdos nesse 2º quadrimestre. Entre eles, um número da dupla circense Duo Roda Cyr no Festival de Circo SP 2023 em Piracicaba, que alcançou 16,7 mil visualizações.

A Feira Preta também foi registrada na íntegra e transmitida ao vivo no Youtube do CultSP Play, e parte de seus conteúdos foi integrada ao acervo da plataforma, entre eles a performance do Bloco Afro Ilú Obá De Min, com 19 anos de história no carnaval de São Paulo, que convidou a Banda Feminina Didá, de Salvador, para um show que celebra a riqueza e diversidade da cultura preta.

Vale destacar também as apresentações do Coral Palavra Cantada no Teatro Sérgio Cardoso, com direção artística de Sandra Peres e Paulo Tatit. As performances atraíram mais de 13 mil views, com destaque para “Quando eu era um peixinho” e “Pomar”.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
18	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	44	Nº de ações - ações produzidas	Meta - Produto	1º Quadri	50	55
					2º Quadri	50	54
					3º Quadri	50	
					META ANUAL	150	109
					ICM %	100%	72,67%
		45	Nº de ações	Meta	1º Quadri	10	14

		disponibilizaçã o para canais fechados	Produto	2º Quadri	15	1	
				3º Quadri	20		
				META ANUAL	45	15	
				ICM %	100%	33,33%	
		46	Nº de público virtual - visualizações de acervo	Meta – Resultado	1º Quadri	128.814	54.924
					2º Quadri	141.695	410.443
					3º Quadri	154.576	
					META ANUAL	425.085	465.367
					ICM %	100%	109,48%

Retificação 1º quadrimestre, indicador 46: Foi necessário corrigir o público informado no 1º quadrimestre. Conforme justificado na ação 1, indicador 2 (Sala Digital), o público de acervo que compete ao TSC Digital havia sido contabilizado no CultSP Play. Com a transferência para a meta correta, abatemos desta mensuração os valores para não haver duplicidade.

Indicador 44: Entregamos um volume de produtos 8% maior do que a meta para o quadrimestre, ou seja, 4 produtos a mais. Destes, 3 são de uma série da Feira Preta, que recebemos pronta e apenas difundimos na plataforma CultSP Play. Por se tratar de uma produção externa, não fez parte do nosso fluxo interno de trabalho e da nossa agenda de produção.

Indicador 45: Para os canais fechados, foi firmada parceria com dois canais de TV: Arte1 e MusicBox. Foram disponibilizadas três séries, totalizando 35 episódios. O não atingimento da meta se deve ao trâmite no licenciamento dos conteúdos com os canais. No segundo quadrimestre, o episódio “Samba Paulistano” da série Raízes Black foi exibido no canal MusicBox em 30 de agosto. Os 34 episódios restantes serão veiculados no terceiro quadrimestre.

Indicador 46: Este foi o primeiro quadrimestre em que fizemos impulsionamento de videos pelo Google Ads. Como essa é uma forma nova de promover os conteúdos na plataforma CultSP Play, ainda estamos testando a relação entre valores investidos e o alcance resultante. Por esse motivo, o resultado do número de visualizações foi maior do que o estabelecido em meta.

2.4. DIVERSIDADE E CIDADANIA: AÇÕES DE PRODUÇÃO, DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO DE PROJETOS VOLTADOS À CULTURA LGBTI+

O programa dedicado à cultura LGBTQIA+ abrange um conjunto de atividades e projetos realizados pela OS nessa temática, destacando-se o apoio a iniciativas de difusão artístico-cultural. O Mais Orgulho, parte do programa, busca celebrar a diversidade, promover direitos humanos, combater a discriminação e incentivar a produção cultural.

O edital visa apoiar as Paradas do Orgulho LGBTQIAP+ realizadas no Estado de São Paulo, exceto na capital, no ano de 2024. As inscrições foram abertas pelo site da APAA no dia 05 de fevereiro de 2024 e serão encerradas no dia 30 de setembro de 2024. Ao longo do 2º quadrimestre de 2024 aconteceram o total de 18 eventos apoiados pelo edital em diferentes municípios, reunindo mais de 213 mil pessoas em diversas partes do Estado.

No mês de junho, aconteceu em Campinas a Parada do Orgulho LGBT da cidade. Cerca de 70.000 pessoas compareceram para celebrar a diversidade no município, além de 50 artistas e 30 profissionais envolvidos na execução do evento. Já em sua 24ª edição, essa Parada foi o evento apoiado pelo Mais Orgulho que mais reuniu público no período, tendo sido realizada no município contemplado no 2º quadrimestre com o maior número de habitantes (mais de 1 milhão).

Em contrapartida, o edital também apoiou Paradas pioneiras em municípios menores. A cidade de Mococa, que possui cerca de 67 mil habitantes, por exemplo, sediou em julho sua 1ª Parada do Orgulho LGBTQIAPN+, que reuniu um público de cerca de 800 pessoas. Nesse evento também compareceram 11 artistas e 6 profissionais que ficaram responsáveis pela programação da atividade.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
19	Apoio a eventos/ações voltados para a cultura LGBTI+ (paradas)	47	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	15	18
					3º Quadri	20	
					META ANUAL	35	18
					ICM %	100%	51,43%
		48	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	75.000	213.300
					3º Quadri	100.000	
					META ANUAL	175.000	213.300
					ICM %	100%	121,89%
		49	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	15	18
	3º Quadri				20		
	META ANUAL				35	18	
	ICM %				100%	51,43%	
Apoio a eventos/ações voltados para a cultura LGBTI+	50	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	1	
				2º Quadri	0	0	
				3º Quadri	0		

(bloco de carnaval na capital)	51	N° de público	Meta – Resultado	META ANUAL	1	1
				ICM %	100%	100,00%
				1° Quadri	50.000	50.000
				2° Quadri	0	0
				3° Quadri	0	
				META ANUAL	50.000	50.000
				ICM %	100%	100,00%

Indicador 47: O programa é executado majoritariamente por meio de chamada pública. A meta de ações é definida com base em projeções que consideram a demanda estimada, estando sujeita a ajustes conforme as atividades selecionadas. A decisão da data de realização da atividade é da instituição contemplada no edital.

Indicador 48: A meta de público foi superada graças ao aumento do número de ações no segundo quadrimestre e ao crescente interesse da população nos eventos culturais LGBT. As ações contínuas do programa e a ação de articulação que a APAA está realizando com cada uma das instituições conseguiu atrair um público significativo, contribuindo para o aumento no resultado dessa meta nas atividades realizadas.

2.5. TEIA: FÓRUM ESTADUAL – CULTURA VIVA 20 ANOS

O Encontro Estadual Cultura Viva 20 anos propõem o impulsionamento dos Fóruns Regionais e Fórum Permanente dos Pontos de Cultura do Estado de São Paulo. A proposta visa garantir os encontros de fóruns regionais e um Encontro Estadual do Fórum Permanente dos Pontos de Cultura do Estado de São Paulo para iniciar o calendário de celebração do 20 anos do Cultura Viva e ampliar o conhecimento sobre a implementação e gestão da Política Nacional de Cultura Viva (PNCV) e da Política Nacional de Aldir Blanc (PNAB), além de contribuir para o fortalecimento da Rede Cultura Viva Paulista.

A abertura ocorreu no dia 22 de junho, no Edifício Oswald de Andrade, centro da capital paulista. Estiveram presentes os representantes (que já estavam previamente inscritos) do Fórum Paulista e da Comissão Nacional dos Pontos de Cultura, apresentando desafios e oportunidades para avançar na gestão compartilhada entre o Estado e a Sociedade Civil na implementação da Política Nacional de Cultura Viva (PNCV), através da Política Nacional Aldir Blanc (PNAB).

Durante o período de preparação, foram realizados 17 encontros virtuais, mobilizando redes e promovendo a articulação entre os participantes. As atividades do Encontro Paulista de Cultura Viva ocorreram nos dias 22 e 23 de junho de 2024 e o evento foi restrito aos ponteiros participantes da capital e do interior.

Os objetivos do encontro são:

- Ampliação do conhecimento sobre a implementação e gestão da PNCV e PNAB por agentes culturais dos Pontos de Cultura do estado de São Paulo.
- Construção e lançamento de um calendário de celebração dos 20 anos do Programa e 10 anos da Lei.
- Mobilização de entidades, grupos e coletivos culturais para ampliação da Participação nos Fóruns Regionais, Fórum Estadual da Rede Cultura Viva Paulista.
- Impulsionamento e ampliação do Cadastro Estadual Cultura Viva.
- Fornecimento de dados e indicadores para criação de linhas de fomento e financiamento para a Cultura Viva Paulista.

2.5. TEIA: FÓRUM ESTADUAL – CULTURA VIVA 20 ANOS							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
20	Executar as ações do plano de trabalho Relativo ao FÓRUM ESTADUAL – CULTURA VIVA 20 ANOS - Prorrogação do Convênio nº 792556/2013 *	52	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	0
					2º Quadri	1	1
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	2	1
					ICM %	100,00%	50,00%

EIXO 3 - FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA

3.1. FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA

A) INICIATIVAS DE INTERATIVIDADE EM ARTE E TECNOLOGIA

O portal online Agenda VivaSP foi desenvolvido com a intenção de se tornar um guia abrangente que conecta os interessados à cena cultural de São Paulo, proporcionando uma visão completa e intuitiva das opções disponíveis na região. No momento, a plataforma conta com agenda de eventos, ferramentas de pesquisa e filtros para facilitar a busca por atividades culturais. Além disso, ao acessar o site é possível ver os destaques da programação da cidade, as categorias de eventos disponíveis e a opção de criar uma conta no site para cadastrar eventos na agenda.

Em agosto, o site teve seu lançamento oficial para o público final e a equipe responsável pelo desenvolvimento do projeto estabeleceu métricas e ferramentas para a medição das interações e do público virtual da plataforma. Melhorias na visualização dos eventos

pelo público e nas opções de cadastramento de eventos também vêm sendo realizadas constantemente.

A Agenda VivaSP pode ser acessada através do link: <https://agendavivasp.com.br/>

A) INICIATIVAS DE INTERATIVIDADE EM ARTE E TECNOLOGIA							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
21	Produtos interativos tecnológicos	53	Desenvolvimento de plataforma de interatividade	Meta – Produto	1º Quadri	1	1
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	
					META ANUAL	1	1
					ICM %	100%	100,00%
		54	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	3.000	9.184
					3º Quadri	3.000	
					META ANUAL	6.000	9.184
					ICM %	100%	153,07%

Indicador 54: O resultado observado supera a meta previamente estabelecida, porém, precisa-se levar em conta que as metas foram estabelecidas previamente à existência e lançamento do programa, portanto não havia histórico ou lastro que permitisse a observação de comportamento do público. Além disso, o estudo de resultados de público de plataformas semelhantes não foi possível devido à confidencialidade de dados da concorrência, nas quais também não encontramos uma correspondência exata para o escopo do programa aqui tratado. Tendo em vista a revisão das métricas, critérios de mensuração e o desenvolvimento de um novo conceito para a plataforma, bem como a data incerta de seu lançamento, a meta estabelecida foi conservadora, e o resultado excedeu as expectativas devido à imprevisibilidade em relação ao número de acessos em períodos anteriores, o que demonstra o interesse do público em uma ferramenta do escopo da plataforma, bem como o sucesso do lançamento e a eficiência da estratégia de comunicação implementada pela Secom. Além disso, levando em consideração o caráter do programa, que é exclusivamente virtual, e as especificidades dos meios digitais e sua capacidade de propagação, carecemos de uma série histórica consistente e que já esteja um pouco mais estabilizada, desconsiderando fatores extraordinários (como lançamento e campanha da Secom), para poder mensurar e estabelecer uma meta mais próxima à realidade. Mesmo assim, a meta está sujeita a flutuação, justamente porque meios digitais não possuem limitações físicas de capacidade, possibilitando o alcance a mais usuários.

B) ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS

Atualmente, é notório o grande crescimento do setor da Economia Criativa. Nessa linha, a indústria dos games se valida como um expoente no mercado do entretenimento. Por conta disso, a APAA realizou parcerias estratégicas para desenvolver e apoiar dois eventos no 2º quadrimestre com essa temática: Gamescom e Orgulho Nerd.

No mês de maio, no Pavilhão da Bienal, pela primeira vez São Paulo comemorou oficialmente o Dia do Orgulho Nerd. O evento foi uma jornada épica para todos os fãs da cultura nerd, que puderam explorar diversas atrações, desde áreas de exposição de ilustradores de quadrinhos até concursos de cosplay, passando por emocionantes batalhas na arena game e sessões de exibição de filmes e animes. Ao todo, mais de 4 mil pessoas fizeram parte desse universo fantástico e viveram momentos inesquecíveis ao lado de outros apaixonados pela cultura geek.

A primeira edição da Gamescom LATAM superou todas as expectativas e alcançou ótimos resultados, posicionando o evento de games como um dos mais importantes da história da América Latina. As maiores empresas de games do mundo, profissionais renomados, representantes da mídia, criadores e toda a comunidade gamer se reuniram por 5 dias para vivenciar o futuro dos games. Ao todo, 101 mil pessoas prestigiaram o evento que contou com ações importantes por parte da APAA, como por exemplo o oferecimento de 3 mil ingressos a serem distribuídos para alunos da rede pública, além de oferecer 40 vagas remuneradas para alunos das ETECs atuarem em diferentes partes do evento.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
22	Estudos/pesquisas/ações em economia e indústria criativas	55	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	1	2
					3º Quadri	2	
					META ANUAL	3	2
					ICM %	100%	66,67%
		56	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	55.000	105.166
					3º Quadri	7.000	
					META ANUAL	62.000	105.166
					ICM %	100%	169,62%

Indicador 55: Durante o 2º quadrimestre realizamos 2 ações referentes à Economia Criativa: Dia do Orgulho Nerd, festa geek realizada no Pavilhão da Bienal, e o apoio à Gamescom, um dos mais importantes eventos de Games da América Latina. As duas atividades se demonstraram alinhadas com as novidades do nicho Gamer, um importante e crescente viés na indústria do entretenimento, mostrando que foi assertivo o interesse da APAA em realizar mais atividades nesta área do que previsto anteriormente.

Indicador 56: Em 2024, a Associação Paulista dos Amigos da Arte realizou apoio ao evento Gamescom com a contratação de itens de infraestrutura e serviços. Essa atividade contou com um público de 101 mil pessoas, resultando na ultrapassagem da meta e refletindo a imponente e crescente influência do nicho na indústria de entretenimento.

C) MAIS GESTÃO SP

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

EIXO 4 - FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES

4.1. FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES

Até o momento, foi captado um valor referente à R\$ 1.462.089,82 em recursos financeiros via geração de receitas de bilheteria e cessão remunerada de uso de espaço e R\$ 200.000,00 em recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais (Lei Paulo Gustavo), totalizando R\$1.662.089.82, correspondente a 1,88% do valor de repasse anual (R\$ 88.364.020,00).

4.1. FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES						
Nº	Ação	Nº	Atributo de Mensuração	Mensuração	Meta Anual	Realizado
24	Captação de recursos	61	Meta - Resultado	Mínimo de 4,04% sobre repasse	R\$ 3.561.826,50	1,88%

4.2. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

O programa tem como objetivo traçar um perfil e medir a satisfação do público em relação aos espetáculos e eventos promovidos pela APAA. No 2º quadrimestre, foram realizadas duas ações, nas quais foram disponibilizados formulários nos equipamentos culturais geridos pela OS e no Revelando SP para analisar o impacto das atividades executadas. Essa ferramenta é essencial para orientar as estratégias de execução dos programas.

Os objetivos incluem monitorar os resultados do contrato, incrementar e aprimorar permanentemente os indicadores de ações, resultados, perfil e impacto, além de gerar subsídios para análises sistemáticas, contínuas e transparentes sobre o desempenho de ações e programas, estabelecendo um sistema de comparação histórica.

Tótems com QR Code foram disponibilizados no Teatro Sérgio Cardoso, Teatro Estadual de Araras e Mundo do Circo, direcionando o público para o formulário de pesquisa de perfil e satisfação. O Revelando SP, em Barretos, Iguape, São José dos Campos e Presidente Prudente, também contou com tótems para coletar informações do público.

Os dados coletados abrangem as opiniões de públicos que visitaram os equipamentos culturais, bem como as edições do Revelando SP. No geral, foi identificado que a maioria dos participantes visitou esses espaços culturais pela primeira vez, com o índice de novos visitantes variando entre 56% e 65% nos teatros e chegando a 87,5% no Revelando Barretos.

No Teatro Sérgio Cardoso, 82% dos respondentes demonstraram preferência por apresentações teatrais, seguidas por música (66,1%) e dança (59,3%). Em Araras, o cenário se assemelha, com o teatro sendo a linguagem artística favorita de 87,1% do público. O principal meio de divulgação dos eventos foi o Instagram, embora em Araras o WhatsApp tenha sido mais relevante (67,6%). A avaliação dos teatros também foi positiva, com 91% no Sérgio Cardoso e 94,2% em Araras dando notas entre 8 e 10.

No Mundo do Circo, destacou-se a preferência do público por visitar o local aos sábados (46,2%) e o interesse por atividades como mágica (23,1%) e palhaçaria (15,4%). A avaliação foi igualmente elevada, com 63% dos respondentes classificando a experiência entre 8 e 10.

Nas edições do Revelando SP, tanto o público local quanto visitantes de outras regiões participaram em peso, com uma média de 92,23% de satisfação geral. Em Barretos, 87,5% dos participantes eram estreantes no evento, enquanto em Iguape, 50% já haviam participado anteriormente. A maioria dos respondentes foi acompanhada de familiares. As avaliações foram extremamente positivas em todas as cidades, com destaque para Barretos, onde 78,8% dos entrevistados atribuíram nota 10 à experiência.

4.2. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS							
Nº	Ação	Nº	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
25	Pesquisa de Perfil e satisfação do público dos espetáculos e eventos	62	Nº de pesquisas de perfil e de satisfação de público realizadas	Meta - Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	2	2
					3º Quadri	1	
					META ANUAL	3	2
					ICM %	100%	66,67%
		63	Percentual de Público Satisfeito igual ou maior que 80 %	Meta - Resultado	1º Quadri	0%	0
					2º Quadri	85%	92,23%
					3º Quadri	85%	
META ANUAL	85%				0		

					ICM %	100%	54,25%
--	--	--	--	--	-------	------	--------

METAS CONDICIONADAS

1.1 TEATRO SÉRGIO CARDOSO (TSC) -

A) SALA DIGITAL

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

B) SALA NYDIA LICIA

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
26	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	64	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	0
					2º Quadri	3	
					3º Quadri	3	
					META ANUAL	7	0
					ICM %	100%	0,00%
		65	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	300	
					2º Quadri	900	
					3º Quadri	900	
					META ANUAL	2.100	0
					ICM %	100%	0,00%

C) SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

D) ESPAÇOS ALTERNATIVOS (EA)

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

2.1. PROGRAMA DE DIFUSÃO E DESCENTRALIZAÇÃO CULTURAL VIA EDITAIS

B) REVELANDO SP

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

2.2. FESTIVAIS ARTÍSTICOS E EVENTOS CULTURAIS

B) FESTIVAL DE CIRCO SP

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

C) FÉSTIVAL

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

E) JORNADA DO PATRIMÔNIO

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

F) AFROFEST

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

G) FESTIVAL DO ROCK

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

H) FESTIVAL 04 ESTAÇÕES

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

2.3. CULT SP PLAY / ACERVO SPCULT

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

2.6. ORQUESTRA NA CIDADE

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

2.7. RUA DE BRINCAR

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

3.1. FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA

B) ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

3.2. CONCURSOS E PRÊMIOS - PREMIAÇÕES DA CULTURA DE SÃO PAULO

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

3.3. ENCONTRO DO FÓRUM DOS CLUBES SOCIAIS NEGROS

Não há metas previstas para o 2º quadrimestre.

3.4. TORNEIO ESTUDANTIL DE GAMES

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
43	Torneio estudantil de games	98	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	0
					2º Quadri	1	
					3º Quadri	0	
					META ANUAL	2	
					ICM %	100%	0,00%
		99	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	5.000	0
					2º Quadri	10.000	
					3º Quadri	0	
					META ANUAL	15.000	0
					ICM %	100%	0,00%

CONCLUSÃO

Durante o 2º quadrimestre de 2024, a Associação Paulista Amigos da Arte buscou concretizar as expectativas projetadas para o período, em vias de atingir também os resultados projetados para o ano. Em 2024, já foram mais de 1,8 mil atividades realizadas que movimentaram um público significativo de mais de 2 milhões de pessoas, demonstrando grande expressão nos equipamentos e nos municípios contemplados.

A Associação Paulista dos Amigos da Arte tem como missão garantir o acesso da população à arte e à cultura de forma ampla e diversa, para fomentar o desenvolvimento e a profissionalização do setor artístico-cultural e para contribuir com o desenho e a

implementação de políticas públicas e ações culturais efetivas e consistentes. Em 2024, a APAA trabalha para seguir alinhada com esses critérios e com o objetivo de continuar exercendo, com impacto e excelência, um papel fundamental na construção de uma sociedade mais inclusiva e culturalmente enriquecida, buscando constantemente novas formas de fortalecer o cenário cultural do Estado de São Paulo.