

RELATÓRIO 3º QUADRIMESTRE e ANUAL DE 2021
Associação Paulista dos Amigos da Arte - Amigos da Arte
Organização Social de Cultura
Ano: 2021
UGE: UNIDADE DE DIFUSÃO CULTURAL, BIBLIOTECAS E LEITURA

CONTRATO DE GESTÃO Nº 007/ 2016

Referente a: Teatro Sérgio Cardoso; Teatro Maestro Francisco Paulo Russo; Centro de Cultura, Memória e Estudos da Diversidade Sexual; Virada SP; Circuito SP; Mapa Cultural Paulista; Semana Guiomar Novaes; Festival Paulista de Circo; Revelando SP; Apoio a Festivais Artísticos e Atividades Culturais; Encontro com Dirigentes Municipais de Cultura de São Paulo; Tradição SP; Apoio à projetos voltados para a cultura LGBT+; Apoio à projetos voltados para a Cultura Negra, outras etnias e Artes Urbanas; Prêmios e Medalhas de Incentivo à Cultura; Economia Criativa; Cultura em Casa; + Gestão SP; Pesquisa para Preservação e Difusão do Patrimônio Material e Imaterial.

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	2
1.1. TEATRO SÉRGIO CARDOSO (TSC)	8
1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS (TEA)	144
1.3. MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL (MDS)	177
2.1. VIRADA SP (VSP)	23
2.2. CIRCUITO SP (CSP)	25
3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)	277
3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)	288
3.3. REVELANDO SP (RSP)	31
4.1. TRADIÇÃO SP (TSP)	34
4.2 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT+ (APLGBT+)	36
4.3 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS (ACNOE)	38
4.5. ECONOMIA CRIATIVA (EC)	40
4.6. CULTURA EM CASA (CC)	41
4.7 + GESTÃO SP (GSP)	44
ACESSIBILIDADE	45
FINANCIAMENTO E FOMENTO	46
METAS CONDICIONADAS	47
CONCLUSÃO	51

APRESENTAÇÃO

A Amigos da Arte é uma Organização Social de Cultura que desde 2004 executa políticas públicas culturais no Estado de São Paulo por meio da gestão de equipamentos, programas de circulação e festivais, em parceria com o Governo do Estado e a Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa. Ao final do ano de 2021, concluiu a execução do CONTRATO DE GESTÃO 007/2016. Este relatório apresenta os resultados do 3º quadrimestre de 2021 e a conclusão anual do Plano de Trabalho, em atendimento às atividades previstas no 14º Aditamento.

O ano de 2021 se iniciou com um cenário incerto acerca do retorno seguro para atividades e programas que envolvem aglomeração de grandes públicos. Desde 2020, com a emergência de saúde pública de importância internacional, o estado de São Paulo segue com as medidas necessárias para a contenção da pandemia de COVID-19. Em 2021 os protocolos, medidas e providências de prevenção de contágio continuaram, hora flexibilizando, hora acirrando, conforme os indicadores de monitoramento estabelecido para estado e municípios, sob a orientação do Plano São Paulo, programa do Governo de São Paulo de retomada com segurança das atividades econômicas durante a pandemia.

Após um momento de maior abertura, logo no início de março de 2021 o estado entrou na fase vermelha do Plano, adotando medidas mais restritivas de combate à disseminação do Covid 19, o que ocasionou a paralisação de atividades culturais presenciais que estavam sendo retomadas de forma gradual com protocolos específicos. Logo o Governo incluiu todo o estado em fase emergencial, ainda mais restritiva. O fim da fase emergencial foi anunciado em meados de abril, retornando para a fase vermelha. E a partir do final de abril foi autorizada a reabertura dos espaços para o público, com capacidade reduzida, mediante o estabelecimento de fase de transição, permitindo o retorno gradual das atividades. As restrições e flexibilizações, no entanto, afetaram o planejamento para o retorno de atividades presenciais, de forma que nem sempre as atividades presenciais puderam ser restabelecidas de imediato às medidas governamentais de reabertura.

Em maio foi possível reabrir o espaço expositivo do Museu da Diversidade Sexual, fechado desde o início da pandemia, e o Teatro Maestro Francisco Paulo Russo, em Araras, que havia experimentado atividades presenciais pontuais no final de 2020. E após um breve período de abertura ao público presencial entre novembro de 2020 e fevereiro de 2021, e uma longa operação para a realização de gravações e apresentações virtuais, o Teatro Sérgio Cardoso reabriu as portas ao público em junho. Os equipamentos culturais seguiram assim em operação presencial e virtual.

Em outubro foi publicado o Decreto Municipal nº 60.681 que revogou as restrições para ocupação e horário de funcionamento, bem como o distanciamento mínimo entre pessoas para todos os estabelecimentos públicos e privados na Cidade de São Paulo, mantendo a obrigação de utilização de máscaras e a exigência do Passaporte da Vacina. A partir de então os teatros e o Museu puderam retomar as atividades com 100% da capacidade de lotação.

Também foi realizada de forma híbrida a Semana Guiomar Novaes, além de parte das ações do Circuito SP e Tradição SP, que, com parcerias municipais através do programa Juntos Pela Cultura estruturadas principalmente para atuação online, admitiu que gravações de atividades culturais para difusão virtual pudessem ter público presente, conforme o interesse e disponibilidade do município, responsável

pelas medidas, protocolos e despesas com a abertura, o que aconteceu ainda em caráter pontual no 2º quadrimestre e de maneira contundente somente no último quadrimestre. Também o programa Arte Urbana SP pode mensurar o público presencial em eventos de inauguração e a circulação nos locais públicos onde os painéis foram executados. O programa Prêmios e Medalhas de Incentivo à Cultura realizou de forma presencial o evento do 11º Prêmio Governo do Estado de São Paulo para as Artes de 2020, no Palácio dos Bandeirantes, em dezembro em São Paulo. E os programas Virada SP, Festival Paulista de Circo, Revelando SP, Apoio a Projetos Voltados para a Cultura LGBTQ+, Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Negra, Outras Etnias e Artes Urbanas, Economia Criativa, #CulturaEmCasa, +Gestão e Apoio a Festivais realizaram a difusão de suas ações ao público virtual.

Segundo pesquisa do Itaú Cultural, a economia criativa no Brasil perdeu 458 mil postos de trabalho formais e informais entre o 4º trimestre de 2019 e o 4º de 2020 devido aos impactos da pandemia da Covid-19, representando uma retração de 6,4%. Segundo estudo feito pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa de São Paulo em parceria com a FGV e SEBRAE em junho de 2020, levando em consideração dados de mais de 500 empresas do segmento, estima-se que esse setor no Brasil terá uma perda de R\$ 69,2 bilhões (queda de 18,2% no período) e só retomará o patamar de geração de PIB e de empregos de 2019 em 2022. Antes da pandemia, o setor criativo no Estado de São Paulo vinha gerando anualmente 3.9% do PIB estadual, 1,5 milhão de postos de trabalho e crescendo a uma taxa média anual de 4.6%, representando um dos dez maiores setores da economia de São Paulo, com R\$ 78,35 bilhões gerados por ano. Em 2019, São Paulo gerou 47% do PIB da economia criativa em todo o Brasil.

Neste cenário, a Amigos da Arte seguiu com o objetivo de aprovisionar as medidas de retomada do desenvolvimento econômico para o setor. Apesar do cenário volátil, buscou desenvolver ações de fortalecimento e proteção necessárias da produção cultural independente, da cultura popular e tradicional paulista. Sua equipe e parceiros, perseveraram no fortalecimento da economia criativa do estado e na oferta cultural ao público. É uma responsabilidade da instituição o aprimoramento de seus programas de difusão e o cumprimento de seu objetivo de disseminar conteúdos culturais, ampliar o acesso da população à arte e à cultura e aumentar o leque de oportunidades para a cadeia produtiva da cultura de forma capilar e democrática.

Desde 2020 os Planos de Trabalhos firmados trouxeram diversos ajustes para atender aos novos desafios apresentados pela atualidade, sobretudo com a incorporação de atividades de difusão realizadas de forma virtual, visando a manutenção dos objetivos do Contrato de Gestão e o impacto positivo na cadeia produtiva do setor. Em 2021 o Plano de Trabalho seguiu majoritariamente com a estratégia de difusão digital, além de vislumbrar atividades presenciais conforme o cenário pandêmico, com metas, ações e expectativas de público ajustadas e flexíveis ao contexto volátil, com ações planejadas a partir da revisão e aperfeiçoamento da experiência de 2020.

O resultado das ações ocorreu majoritariamente através da plataforma digital de *streaming* e vídeo *on demand* #CulturaEmCasa, que reúne conteúdos produzidos no âmbito dos programas geridos pela Amigos da Arte, por organizações sociais e instituições culturais ligadas ao Governo do Estado, entre outros parceiros governamentais e produtores independentes. Além das ações desenvolvidas nos canais específicos dos equipamentos culturais, outras ações virtuais do plano de Trabalho priorizaram

o impacto local e ocorreram através de canais virtuais de municípios parceiros selecionados através do Juntos Pela Cultura.

O programa #CulturaEmCasa celebrou seu primeiro aniversário em abril com programação retrospectiva e lançou aplicativo em junho, visando ampliar e facilitar o acesso aos milhares de conteúdos disponibilizados. A variedade de estratégias e parcerias utilizadas para a disponibilização de conteúdos da plataforma, a manutenção em VOD de conteúdos transmitidos anteriormente, bem como a diversidade curatorial do programa tem possibilitado a otimização de recursos, a alavancagem de acessos à plataforma e a garantia da ampla difusão ao público heterogêneo.

Houve a produção de podcasts como Mulheres e Justiça, Cine passeio, Intangível, séries exclusivas como Food is the New Rock, Papo de Arte, Outras Vanguardas, Festival Raízes Black, programas exclusivos como Intensivão#CulturaEmCasa e Festival #CC, entre outras ações abrigadas nas seções #CulturaEmCasa Musical, Cine #CulturaEmCasa, Podcast #CulturaEmCasa, Em Cartaz #CulturaEmCasa, Dança #CulturaEmCasa, Retrospectiva #CulturaEmCasa, Concertos de Domingo #CulturaEmCasa, Picadeiro #CulturaEmCasa, Na Cozinha #CulturaEmCasa, #PonteAérea, Jam Session #CulturaEmCasa, Clássicos #CulturaEmCasa, Arraiá #CulturaEmCasa, Contação #CulturaEmCasa. Além de programação especial de datas comemorativas como o do Dia Internacional da Mulher, o Dia do Índio, Dia das Mães, Dia da África, Dia do Cinema Brasileiro, Arraiá #CulturaEmCasa, Dia do Rock, Dia das Crianças, Dia da MPB, Dia da Consciência Negra e Dia da Poesia.

Foram também realizadas diversas ações em parceria com órgãos governamentais, como o Ponte Aérea (Governos do Espírito Santo, Ceará e Rio Grande do Sul) e com festivais, mostras e premiações como Festival Popular de Teatro de Fortaleza, Festival #NAOnline, Mostra Docs Indianos, MVF, Festival A Cena Tá Preta, + Índia, Prêmio Sim, Festival Paulista de Teatro Musical, Festival de Teatro do Subúrbio, Festival Som na Faixa, Festival de Campos do Jordão, Festival Olhar Periférico Festival ImaginAções, Festival de Arte Folclórica da Índia, Festival Callas, Mostra de Cinema Chinês de São Paulo, Festival Mix Brasil, Festival de Cinema Negro em Ação, Mostra Ecofalante e Mostra de Cinema Internacional.

O programa contou ainda com a criação da Agenda Tarsila que reúne os eventos comemorativos do centenário da Semana de Arte Moderna de 1922 e traz diversos conteúdos inéditos, com informações, entrevistas e curiosidades sobre aquele que é considerado um dos marcos mais importantes da cultura brasileira. A programação é diversificada e engloba música, dança, artes plásticas, teatro e produções audiovisuais, além de palestras, cursos e seminários relacionados ao centenário. A iniciativa faz parte do projeto Modernismo Hoje da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo.

Como resultado de 20 meses da plataforma #CulturaEmCasa, com aprendizados e aprimoramentos constantes, colaborando para a criação de alternativas e novos formatos para a distribuição digital da cultura paulista, a plataforma encerrou o ano de 2021 com um público virtual de 7,1 milhões, mais de 4 mil conteúdos disponibilizados, cerca de 3 milhões de usuários únicos em 4,4 mil cidades e 165 países.

O lançamento do programa Juntos Pela Cultura ocorreu em maio, com 12 chamadas públicas para a seleção de municípios parceiros e artistas interessados em integrar alguns dos principais programas

de difusão cultural paulistas integrantes deste Contrato de Gestão, voltados para o fomento e a promoção da arte, da cultura, da economia criativa e do turismo e o desenvolvimento de forma descentralizada no estado. As 12 chamadas integram 9 programas do Contrato de Gestão, estruturando parte significativa das ações do Plano de Trabalho.

Foram 7 chamadas para municípios (Virada SP Online, Revelando SP Online, Programa de Capacitação Revelando SP, Tradição SP Online, Circuito SP Online e as inéditas Arte Urbana SP e Mais Gestão SP), 4 para artistas (Festival de Circo Online de São Paulo, Concurso de Viola Caipira Revelando SP, Concurso de Piano Guiomar Novaes e Concurso de Batalha de Rimas de São Paulo), além da chamada para organizações Mais Orgulho SP.

O programa é uma importante ação do Governo do Estado, com gestão e produção da Amigos da Arte, voltada para estimular o setor cultural e criativo, ainda abalado pelo contexto da crise gerada pela pandemia, garantindo a ampla participação de artistas e municípios, bem como o mapeamento das especificidades culturais dos setores contemplados e regiões paulistas. O Juntos Pela Cultura é resultado de um intenso trabalho de articulação, reformulação e adequação dos programas aos contextos atuais da pandemia Covid19, de forma a garantir a continuidade do atendimento aos municípios, artistas e público através da difusão cultural.

As inscrições ocorreram entre 11 de maio e 9 de junho, tendo apenas a chamada Mais Orgulho SP se encerrado em 31 de maio, visando antecipar os resultados e viabilizar programações em junho, mês do Orgulho LGBT+.

Como estratégia de mobilização, foram realizados: um Webinar de Lançamento em conjunto com os editais do Proac 2021, pela SEC, em 11 de maio no Youtube da Pasta, com mais de 15 mil visualizações; um Webinar para Prefeitos e Dirigentes Municipais de Cultura, também transmitido pelo canal da SEC no Youtube, com mais de 1.800 visualizações; além de 7 sessões de webinars tira-dúvidas, na plataforma zoom da Amigos da Arte, onde foi possível oferecer atendimento virtual para além dos canais já praticados de e-mail e whatsapp.

No total, foram 2.612 propostas recebidas, sendo 1.573 propostas de 265 prefeituras, 961 propostas de artistas e 78 de OSCs, garantindo um aumento de 124% em relação às propostas recebidas em 2020, quando houve 1165 inscrições. A manutenção da parceria com o Instituto Oi Futuro, que cedeu o sistema de inscrição e seleção das chamadas públicas, permitiu que toda a operação fosse feita online, com mais agilidade e transparência. As seleções foram realizadas por júris especializados e comissões com maioria da sociedade civil.

Como resultado, divulgado entre 6 de junho e 8 de julho, conforme o calendário de cada chamada, foram selecionados 853 projetos, sendo 524 oriundos de 161 prefeituras e 329 projetos de artistas, produtores culturais e organizações. A estimativa é de mais de 9,6 mil artistas e profissionais da cultura beneficiados.

Dentre os programas que atuam através das chamadas públicas, o Mais Orgulho SP e a Virada SP tiveram a difusão da produção cultural resultante da seleção de 2021 iniciada ainda no 2º quadrimestre e os demais, ainda que com pré-produção iniciada anteriormente, tiveram eventos e

ações finalísticas majoritariamente no último quadrimestre do ano. No primeiro quadrimestre foram também transmitidos na plataforma #CulturaEmCasa cerca de 600 conteúdos produzidos em 2020 a partir das chamadas do Juntos Pela Cultura de 2020, através dos programas Festival de Circo Online de São Paulo, Circuito SP Online, Revelando SP Online e Virada SP Online.

Dentre as ações de destaque no 3º quadrimestre, vale ressaltar a retomada dos eventos presenciais sem restrições no Teatro Sérgio Cardoso, Teatro de Araras e Museu da Diversidade Sexual. Os anos de 2020 e 2021 foram essenciais para ampliação das possibilidades de difusão cultural nas atividades do Contrato de Gestão, que deverão, ainda que com adaptações, seguir sendo realizadas e aprimoradas nos próximos anos.

No Teatro Sérgio Cardoso os destaques dos últimos 4 meses ficaram para a temporada presencial da São Paulo Companhia de Dança, os shows digitais e presenciais em parceria com a Virada Sustentável, da Gal Costa, Lenine, Zeca Baleiro, entre outros. Houve também o Prêmio Bibi Ferreira, a comemoração de aniversário do Teatro Sérgio Cardoso com uma mostra digital de retrospectiva e a estreia da temporada do musical A Cor Púrpura, com sucesso de público presencial. No Teatro de Araras o destaque fica com a retomada das atividades de final do ano da cidade de Araras, paralisadas desde 2019. No Museu da Diversidade houve a abertura da exposição presencial Orgulho e Resistências e a exposição online Amor nas Ruas.

Houve ainda a execução dos programas Juntos Pela Cultura, com ações decorrentes da seleção de 2021. 16 dos 20 municípios selecionados na Virada SP Online 2021 tiveram seus eventos no 3º quadrimestre. Ocorreu também a final da Batalha de Rimas, O Revelando SP Online, o Festival de Circo Online de São Paulo, entre outros programas do Juntos Pela Cultura, como o Programa Mais Gestão e Capacitação Revelando SP. O 3º quadrimestre também teve a série Chef no Campo e o lançamento do podcast Podcast Feito em SP - identidades gastronômicas e cultura regional, ambos vinculados ao programa SP Gastronomia.

Os resultados da comunicação e mídias no ano de 2021 foram 3.454 matérias publicadas, 102 releases disparados e uma valoração de mídia orgânica de R\$39,5 milhões.

Como ações de manutenção e infraestrutura do ano, vale citar, no Teatro Sérgio Cardoso, as adequações da Linha da Vida em todos os acessos internos, externos, telhados e locais com risco de acidentes relacionados à altura. Também foram regularizados mediante Alvará da Prefeitura de São Paulo os 4 novos elevadores instalados, que substituíram os antigos e que apresentam grande melhoria na operação, conforto e segurança de usuários. Também foi realizado o reparo dos telhados e calhas, na fachada de vidro e o treinamento de altura (NR 35) e EPI's (NR 06) com a equipe técnica. No Teatro de Araras houve reparos nas bombas de ar condicionado, na fachada do prédio, telhados, calhas e nas calçadas e a criação de linha de vida para realização de manutenção no telhado do edifício.

Ao longo de 2021 foram ainda realizadas algumas pesquisas sobre programas que compõem o Contrato de Gestão. Foi possível uma análise do perfil de público da Plataforma #CulturaEmCasa, iniciada em 2020 e concluída em janeiro, respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados. A pesquisa foi um importante primeiro passo para vislumbrar possibilidades futuras do serviço, além de apontar que

o ritmo de desenvolvimento é compatível e avança também na percepção do público. Em termos de resultados apontou avaliação 77,4% acima da média.

No âmbito do programa Economia Criativa foi realizado “Estudo de Avaliação e Levantamento de Indicadores do Impacto Econômico e Social dos Programas de Fomento Direto à Cultura e Economia Criativa”, em parceria com FGV, contemplando o Juntos Pela Cultura e ações realizadas diretamente pela SEC como o Proac e a Lei Aldir Blanc. Dentre os principais resultados, destaca-se o impacto econômico total de R\$ 688,8 milhões, sendo R\$ 413,6 milhões de forma direta e outros R\$ 275,2 milhões indiretos. Foram R\$ 110,8 milhões em tributos gerados pela movimentação econômica do setor cultural e de economia criativa. Os números totais mostram que para cada R\$ 1,00 gasto na organização/operação das atividades do setor cultural e de economia criativa, são movimentados R\$ 1,67 na economia, indicador que apresenta o quanto o setor cultural e de economia criativa consegue impulsionar a atividade econômica local.

Houve também a conclusão de estudo acerca do Programa Juntos Pela Cultura 2020, permitindo traçar um mapeamento da cultura paulista a partir dos municípios que se inscreveram na chamada, como também a mensuração do impacto da chamada e da política cultural governamental no interior e litoral do estado de São Paulo. Também integra o conjunto de estudos uma pesquisa de satisfação e perfil de participantes do Programa de Capacitação Revelando SP e Mais Gestão SP. A íntegra dos estudos e pesquisas segue anexa à prestação de contas de 2021.

Foi ainda desenvolvido o “Estudo de viabilidade para implantação de Circo no Parque da Juventude”, no âmbito do programa Festival de Circo SP, que gerou diagnóstico e diretrizes para gestão e ocupação do espaço realizado através de pesquisa com a cadeia produtiva do setor circense paulista, além de representantes do Parque da Juventude e Secretaria de Infraestrutura e Meio Ambiente (SIMA), indicando necessidades de infraestrutura, planejamento da gestão e ocupação artística do projeto encomendado pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado. O documento, anexo à prestação de contas anual, sugere ainda encaminhamentos para regimento do espaço, desenvolvimento do plano de ocupação, de gestão ocupacional e planejamento operacional, além de ocupação piloto.

Vale ressaltar que o Plano de Trabalho para 2021 estabeleceu metas mínimas de público, tal como sinalizado nos quadros de metas de cada programa, considerando médias mínimas por atividade elaboradas com base em comportamento do público no ano de 2020, já com incidência da pandemia de Covid-19, mas em cenário bastante diferente do contexto de 2021. Enfatiza-se o caráter “mínimo” sobretudo do público virtual, cuja série histórica ainda é recente e volátil, sem padrões consolidados e com variações conforme o momento da pandemia, a oferta cultural de outras instituições e o retorno às atividades culturais e sociais presenciais, além da ausência de limites físicos de capacidade de público, como ocorre de maneira contundente em eventos presenciais. Os recursos aplicados em atividades virtuais são restritos à produção técnico-artística, cachês, licenciamentos e comunicação, sem haver investimentos diferenciados em infraestrutura e serviços conforme a expectativa ou capacidade de público, tal como ocorre no caso de eventos presenciais. Logo, as projeções orçamentárias praticadas não guardam relação direta com o indicador de público. Desta forma, ressalta-se que o planejamento é realizado considerando a garantia dos resultados mínimos, sendo

sempre envidados esforços para garantir sua maximização, o que possibilitou a superação expressiva de metas de atividades virtuais ao longo de 2021.

Assim, a Amigos da Arte, desempenhou ao longo de 2021 seu trabalho de gestão e produção dos equipamentos e programas integrantes de seu plano de trabalho, ainda que em um contexto de restrições, garantindo aos objetos do Contrato de Gestão qualidade, diversificação e oportunidade de fruição para o público e gerando impacto na sua cadeia produtiva, dando continuidade ao papel da política cultural do Estado.

O presente relatório apresenta os resultados do ano de 2021, com detalhamento do 3º quadrimestre de 2021, considerados os relatórios quadrimestrais anteriores, neste contexto de desafios persistentes decorrentes da pandemia de Covid-19, tendo a Amigos da Arte planejado e executado as atividades para alcançar os melhores resultados. Segue o relato com o desempenho dos programas culturais e respectivas justificativas referentes às metas superadas de forma expressiva.

1.1. TEATRO SÉRGIO CARDOSO (TSC)

Neste 3º quadrimestre de 2021 as ações realizadas e o resultado de público foram satisfatórios ou apresentaram ampla superação em relação às metas previstas no Plano de Trabalho para o Teatro Sérgio Cardoso.

O 3º quadrimestre na **Sala Nydia Lícia** contou apresentações presenciais e espetáculos virtuais com venda ou distribuição de ingressos e exibição online fechada através da plataforma Sympla Streaming, modelo que foi testado nos quadrimestres anteriores e se provou funcional a partir da manutenção do público nesse formato de consumo ao longo do ano de 2021, além de transmissões de atividades individuais na Plataforma #CulturaEmCasa.

Em relação aos destaques das ações do 3º quadrimestre, pode se destacar a realização de alguns shows musicais através de parceria com a Virada Sustentável, com Gal Costa e Lenine no formato híbrido (presencial e virtual) e os shows de Zeca Baleiro e Grupo Triii, apenas virtual. Ambos os shows foram exibidos na Plataforma #CulturaEmCasa. Presencialmente houve o espetáculo da Cia Ópera e as apresentações da São Paulo Companhia de Dança. Outro destaque importante da programação foi o Aniversário do Teatro Sérgio Cardoso com 17 atividades transmitidas na Plataforma #CulturaEmCasa em outubro. O quadrimestre também teve o Prêmio Bibi Ferreira no formato online e presencial em outubro e a apresentação presencial do show Amilton Godoy 80 Anos.

Também foram realizados de forma exclusivamente online pequenas temporadas de Insônia Titus Macbeth, Auê e E Se., num total de 27 sessões. Em novembro e dezembro o destaque da programação foi o espetáculo “A Cor Púrpura”, que representou a retomada de temporadas presenciais de teatro musical, historicamente presentes na programação anual da sala e que não ocorriam desde 2019.

No total foram 91 atividades realizadas frente a 40 planejadas no quadrimestre, resultando um ICM - Índice de Cumprimento de Meta de 227%. A ampla superação foi possível graças à realização da ação

de aniversário do Teatro, com transmissão de atividades do acervo digital, além das temporadas digitais de espetáculos, que não sobrecarregam a agenda operacional da casa e cujos custos não são ampliados a cada nova sessão de espetáculo. Estas ações, somadas, representam 44 das 51 ações adicionais, sem que tenha havido o dispêndio de recursos do Contrato de Gestão adicionais ao planejado.

O resultado anual de ações atingiu um ICM de 159%, resultado de 153 ações frente a 96 previamente planejadas, decorrente das atividades adicionais do último quadrimestre já sinalizadas acima.

O público presencial no quadrimestre foi de 14.205 e o virtual foi de 58.869, num público total de 73.074, gerando um ICM de 2.946%, decorrente sobretudo da superação expressiva de público na transmissão de 11 atividades na Plataforma #CulturaEmCasa, do aumento do limite de capacidade da sala para atividades presenciais e boa adesão do público ao retorno presencial.

A memória de cálculo para o estabelecimento de meta mínima presencial considerou uma média de 62 pessoas por ação/atividade, projetada a partir do limite de 25% da ocupação da Sala (percentual de lotação vigente na fase de transição do Plano São Paulo) com 70% de margem de risco. As restrições de ocupação definidas pelos protocolos governamentais avançaram progressivamente, com a revogação, em 01/11/2021, de limite de ocupação, de horário de funcionamento e de distanciamento mínimo entre pessoas. A partir disso a sala pode ser ocupada 100%.

Apesar da margem de risco calculada, a sala manteve uma ocupação nos primeiros meses do 3º quadrimestre de 208 pessoas, atingindo a média de 25% da sua ocupação, superior ao verificado no 2º quadrimestre, quando se atingiu a média de 201 pessoas. Com a revogação das medidas, a sala atingiu uma média de ocupação em 45%, atestando a adesão e engajamento do público aos eventos presenciais, além de uma programação de sucesso como a temporada do espetáculo 'A Cor Púrpura' que manteve uma média de mais de 350 pessoas por apresentação (representando 564% da média mínima projetada). Vale ressaltar que as metas anteriores foram propostas conforme os riscos sanitários da localidade do momento do planejamento, a melhora da situação da pandemia influencia diretamente nos resultados.

Verificou-se na Sala Digital a média de público de 39 pessoas no 3º quadrimestre, com as apresentações dos espetáculos " Insônia Titus Macbeth"; " AUÊ"; e "E Se...", um resultado de 185% frente a mínima inicial de 21 pessoas. O ICM amplamente superado é ainda mais significativo no 3º quadrimestre em decorrência de transmissões virtuais que obtiveram um bom engajamento de público, tal como o Prêmio Bibi Ferreira que teve um público de 10.139 visualizações no total e os 4 shows da Virada Sustentável que somaram um público de mais de 36.000 visualizações.

Aqui, é necessário ressaltar o estabelecimento de médias "mínimas" na projeção das metas, e que o resultado é impactado pela ausência de limites físicos de capacidade de público ou despesas variáveis conforme a lotação ou expectativa, tal como nos eventos presenciais. Dessa forma, registra-se que a ampla superação de público não guarda relação com as despesas orçamentárias nem pode ser prevista ou planejada de antemão com precisão.

O ano apresentou um ICM de público de 1877% decorrentes de um público médio com aumento progressivo nas atividades ao longo do ano e principalmente dos resultados já relatados referentes ao 3º quadrimestre frente as referências elencadas acima acerca do planejamento da meta. De toda forma, não houve despesas a mais do que previsto no orçamento.

Também houve a gravação de atividades em parceria com outros programas integrantes do Contrato de Gestão, além da gravação de espetáculos que foram ou ainda serão transmitidos pelo Teatro Sérgio Cardoso. As gravações não integram o resultado do quadro de metas, mas representam uma atividade relevante do Teatro Sérgio Cardoso no contexto da pandemia, como apoio à produção artística, viabilizando conteúdos independentes com qualidade técnica. A estrutura e know-how adquiridos no último ano destacaram a produção audiovisual como atividade significativa no âmbito do teatro que deverá perdurar como ação permanente.

Na **Sala Paschoal Carlos Magno** no 3º quadrimestre a programação manteve-se com espetáculos presenciais, virtuais e híbridos. Com destaque para “Hamlet: 16x8”; “Naked Boys Sing”; “Pequod – Só os Bons Morrem Jovens”; “As Cochambranças de Quaderna” e “O Homem que matou Liberty Valance”. Foram 130 atividades, resultando num ICM de 325% no quadrimestre. Dessas 130 atividades, 49 foram presenciais e 81 online. A meta amplamente ultrapassada ocorreu em decorrência sobretudo das ações virtuais e do interesse das produções teatrais por esse mecanismo de difusão. No 3º quadrimestre foi possível continuar o aumento de oferta de espetáculos, conforme experimentado em julho e agosto, a partir: a) da experimentação de mais de uma temporada na mesma semana e eventualmente nos mesmos dias, possibilitada pelo formato virtual, com gravação preliminar; b) das boas negociações com as produções dos espetáculos; c) da otimização dos serviços envolvidos nas transmissões; e d) da realização de atividades híbridas, com apresentações presenciais e virtuais simultâneas. A ultrapassagem significativa da meta não implicou em despesas adicionais às previstas no programa, considerando a otimização dos serviços envolvidos nas transmissões.

O ICM anual foi de 211% com 248 atividades no total, resultado superado a partir da otimização da programação a partir de julho, com intensificação no último quadrimestre, conforme explicado acima.

O resultado de público foi de 7.202 pessoas no quadrimestre que gerou um ICM de 857%, sendo 3.539 presencialmente e 3.663 virtualmente. O público médio variou entre 50 a 80 pessoas por apresentação presencial ao longo do quadrimestre, aumentando em relação ao quadrimestre anterior. O público virtual teve uma média de 87 pessoas por espetáculo, mais que o dobro em relação ao quadrimestre anterior. A ampla ultrapassagem da meta de público se deve, assim, à quantidade adicional de atividades viabilizadas em relação à meta e, também, à ampliação da capacidade da sala com a flexibilização dos protocolos governamentais, à progressiva confiança do público na retomada presencial, bem como à consolidação da sala digital como alternativa para o público da Sala Paschoal Carlos Magno, com sólido interesse do público e das produções.

O ICM anual de público foi 587,44% para 11.226 em decorrência dos mesmos fatores.

Tal qual na Sala Nydia Licia, a Sala Paschoal Carlos Magno também contou com a gravação de espetáculos para apoio à produção independente e em parceria com outros programas integrantes do Contrato de Gestão.

Em **Espaços Alternativos**, seguiu-se com as aulas de Dança de Salão semanais online a partir de março, cujo formato já havia sido experimentado no último trimestre de 2020.

Na última semana do 2º quadrimestre as atividades deixaram de ocorrer através da plataforma Zoom para ocorrerem mediante transmissão direta no Facebook do Teatro Sérgio Cardoso e manteve-se essa estratégia ao longo do 3º quadrimestre. Se por um lado, perde-se em interatividade - o Zoom permitia que os participantes mantivessem suas câmeras abertas, podendo se reconhecer, como nas atividades presenciais -, por outro lado, ganha-se em alcance. A medida ampliou significativamente o público, de forma que uma única atividade realizada no Facebook é responsável por mais da metade do público do 2º quadrimestre. Também no 3º quadrimestre as ações de Dança de Salão no Facebook são responsáveis por 99% do público virtual.

De forma próxima ao previsto, foram realizadas 14 aulas de Dança de Salão no 3º quadrimestre, com atividades semanais até meados de dezembro. Outra atividade realizada no 3º quadrimestre foi a realização presencial, a gravação e exibição da peça “A Mulher e o Corpo”, responsável pela ampla superação da meta de ações, que atingiu 333,33% no quadrimestre, com 50 ações frente às 15 atividades inicialmente planejadas, e um ICM anual de 185,37%. O planejamento inicial não previa a utilização dos espaços alternativos, considerado o contexto da pandemia. Com a melhora nas condições e da confiança do público, bem como o interesse da classe artística em restabelecer as atividades após longo período em que se viu abalada, foi possível retomar o uso do espaço, mediante a otimização dos recursos disponíveis para o teatro como um todo.

Em relação ao público, com a mudança de estratégia no 2º quadrimestre, que continuou no 3º quadrimestre, o público total foi de 14.034 no quadrimestre e 14.987 no ano. Esse resultado atingiu um ICM de 7.196% no quadrimestre e 2.811% no ano, sem implicar em recursos adicionais. A variação de público das atividades da dança de salão foi de 200 a 400 a média de pessoas visualizando via facebook, sendo que uma sessão isolada teve 8.200 visualizações. Além disso, com aumento de atividades com as exibições do espetáculo “A Mulher e o Corpo”, houve um aumento do público. De forma que a ampla superação percentual se justifica pela magnitude dos números absolutos, além da mudança de plataforma de disponibilização e ampliação das ações para o público.

Pode-se concluir que ao longo do ano de 2021 o Teatro Sérgio Cardoso verificou uma melhora significativa de engajamento do público, apesar das adversidades da pandemia de Covid-19, além de grande capacidade de atender à demanda artística que também se intensificou, sem resultar em custos adicionais ao programa.

EIXO 1 - EQUIPAMENTOS CULTURAIS							
1.1. TEATRO SÉRGIO CARDOSO (TSC)							
1.1.1. SALA NYDIA LICIA (SNL)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
1		1			1º Quadri	16	16

Apresentações de espetáculos/ atividades culturais		Nº total de ações	Meta de produto	2º Quadri	40	46	
				3º Quadri	40	91	
				ANUAL	96	153	
				ICM%	100%	159,38%	
	2	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	894	2.056	
				2º Quadri	2.790/2.480	17.978	
				3º Quadri	840/2.480	73.074	
				ANUAL	4.524/4.960	93.108	
				ICM %	100%	1877,18%	
	DADOS EXTRAS						
	1.A	Nº de ações em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	3	
				2º Quadri	-	34	
				3º Quadri	-	19	
				ANUAL	-	56	
	2.A	Nº de público em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	431	
				2º Quadri	-	15.676	
				3º Quadri	-	61.523	
				ANUAL	-	77.630	
	2.B	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
				2º Quadri	-	2.010	
			3º Quadri	-	14.205		
			ANUAL	-	16.215		
2.C	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	2.056		
			2º Quadri	-	15.968		
			3º Quadri	-	58.869		
			ANUAL	-	76.893		

1.1.2. SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO (SPCM)								
Nº	Ação	Nº Indica dor	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado	
2	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	3	Nº total de ações	Meta de produto	1º Quadri	37	37	
					2º Quadri	40	81	
					3º Quadri	40	130	
					ANUAL	117	248	
					ICM%	100%	211,97%	
		4	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	491	920	
					2º Quadri	440/840	3.104	
					3º Quadri	440/840	7.202	
					ANUAL	1.140/1.911	11.226	
					ICM %	100%	587,44%	
		DADOS EXTRAS						
		3.A	Nº de ações em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	11	
					2º Quadri	-	43	
					3º Quadri	-	0	
					ANUAL	-	54	
		4.A	Nº de público em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	389	
					2º Quadri	-	2.301	
					3º Quadri	-	0	
					ANUAL	-	2.690	
		4.B	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	531	
2º Quadri	-				803			
3º Quadri	-				3.539			
ANUAL	-				4.873			
4.C	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	389			
			2º Quadri	-	2.301			
			3º Quadri	-	3.663			

					ANUAL	-	6.353		
1.1.3. ESPAÇOS ALTERNATIVOS (EA)									
Nº	Ação	Nº Indica dor	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
3	Atividades multilinguagens em espaços alternativos do teatro e adjacências	5	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	8	8		
					2º Quadri	18	18		
					3º Quadri	15	50		
					ANUAL	41	76		
					ICM%	100%	185,37%		
		6	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	104	146		
					2º Quadri	234	807		
					3º Quadri	195	14.034		
					ANUAL	533	14.987		
					ICM %	100%	2811,82%		
		DADOS EXTRAS							
		6.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	500		
					ANUAL	-	500		
		6.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	146		
					2º Quadri	-	807		
3º Quadri	-				13.534				
ANUAL	-				14.487				

1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS (TEA)

No 3º quadrimestre no Teatro de Araras houve 18 ações, 10 a mais que o previsto, sendo o destaque para o Stand - Up Comedy do Afonso Padilha que obteve um bom público presencial. O aumento das ações no quadrimestre resultou em um ICM de 225,50%. Foi viabilizada: mediante boas negociações para contrapartida de apresentação em Araras com produções que passaram pelo Teatro Sérgio

Cardoso como O Super C, Gianni Schicchi, As Conchambranças de Quaderna, num total de 4 apresentações; 3 transmissões de espetáculo gravado no mês anterior (Eros Prado); otimização mediante sessão dupla do Stand Up de Afonso Padilha; além de apresentações de encerramento das escolas artísticas da região Araras, com apresentações abertas ao público. A meta não contabiliza eventos não artísticos e voltados para público restrito, como formaturas, realizados mediante cessão onerosa do espaço e que voltaram a acontecer no fim do ano de 2021 após a inatividade em 2020.

O ICM anual de atividades foi de 338%, acumulando a superação de meta no quadrimestre anterior, viabilizado pela contratação significativa de stand-ups no conjunto da programação, com montagem e logística de custos reduzidos; pelo custo reduzido das sessões de transmissão virtual adicionais de espetáculos já gravados; além das negociações otimizadas em conjunto com outros programas, cessão de espaço para espetáculos remunerados por bilheteria e parcerias não onerosas. Desta forma foi possível garantir os resultados sem impacto significativo na programação financeira do equipamento.

Em decorrência da ampla superação da meta de atividades, também houve superação da meta mínima de público. O quadrimestre ficou com um ICM de 249%, ainda acima do ICM de atividades, o que é justificável devido à retomada dos eventos presenciais de encerramento de escolas, bem como do bom público sobretudo nas apresentações de stand-up. De forma geral, foi possível verificar que a melhora da pandemia possibilitou a retomada desses eventos presenciais com a adesão do público. Foram 1916 pessoas nos eventos artísticos presenciais contabilizados em meta no 3º quadrimestre, com resultado médio superior ao quadrimestre anterior e muito maior que a previsão da média mínima de 34 pessoas por atividade. A média virtual por apresentação virtual ficou abaixo frente à previsão de 100 visualizações por atividade. A projeção, no entanto, havia sido feita considerando transmissões abertas, em canais como o #CulturaEmCasa, dotado de um público próprio, mas visando explorar o desenho de Sala Digital já adotado no Teatro Sérgio Cardoso, as ações aconteceram mediante plataforma fechada de streaming, mesmo quando gratuita, traduzindo, portanto, resultados mais próprios deste tipo de ferramenta.

De forma geral, em decorrência deste movimento anual de público, o ano encerrou com um ICM de público de 329%, seguindo próxima à ampliação de atividades (ICM 338%) viabilizada mediante a otimização dos recursos.

As metas propostas no Plano de Trabalho consideraram um número de atividades presenciais e/ou virtuais em dependência das classificações de risco sanitários a localidade e isso influencia diretamente nos resultados. Com a melhora do cenário da pandemia e a retomada de atividades tradicionais do município houve uma ampla superação das metas que não havia como dimensionar anteriormente devido ao cenário instável da pandemia.

1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS (TEA)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
4	Apresentações de	7	Nº de ações	Meta de	1º Quadri	1	1

espetáculos/ atividades culturais (sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)			produto	2º Quadri	4	25	
				3º Quadri	8	18	
				ANUAL	13	44	
				ICM%	100%	338,46%	
	8	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	34/100	624	
				2º Quadri	136/400	1.661	
				3º Quadri	272/800	1.997	
				ANUAL	442/1.300	4.282	
				ICM %	100%	329,38%	
	DADOS EXTRAS						
	7.A	Nº de ações em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	1	
				2º Quadri	-	21	
				3º Quadri	-	0	
				ANUAL	-	22	
	8.A	Nº de público em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	624	
				2º Quadri	-	1.183	
				3º Quadri	-	0	
				ANUAL	-	1.807	
	8.B	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
				2º Quadri	-	1.058	
			3º Quadri	-	1.916		
			ANUAL	-	2.974		
8.C	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	624		
			2º Quadri	-	603		
			3º Quadri	-	81		
			ANUAL	-	1.308		

1.3. MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL (MDS)

O quadrimestre apresentou um ICM de **Novas Exposições** de 400%. Foram abertas as exposições virtuais: “Memórias de uma epidemia parte 2”, “Beijos Icônicos”, “+ Amor nas ruas” disponibilizadas no Google Arts and Culture; e a inauguração da exposição presencial “+ Orgulho e resistências”, totalizando 04 exposições novas no quadrimestre. O Museu seguiu ainda com as virtuais Rresetar 3D, disponibilizada em março, Queerentena e as exposições no Google Arts And Culture já disponibilizadas em 2020. No total, foram 17 exposições no ano, sendo 7 novas, contabilizadas em meta, garantindo um ICM de 175%, viabilizada pela otimização dos serviços em parceria com o Google Arts and Culture. Foram 05 exposições online disponibilizadas em 2020 que continuam tendo acesso do público em 2021 (Queerentena; QUEERENTENA | Expira; QUEERENTENA | Inspira; O Orgulho Ocupa a Rua; e Cartazes da Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo) e 06 novas exposições online disponibilizadas em 2021 (Memória para Autodefesa; Memórias de uma epidemia - Parte 1: Imagens da aids e mídia; Memórias de uma epidemia - Parte 2: Coletivos em solidariedade; Beijos Icônicos; Amor nas Ruas e Rresetar 3d). Presencial houve a reabertura da exposição “Rresetar” e posteriormente a inauguração da exposição “Orgulho e Resistências” no espaço do Museu. Em parceria foram 03 ações presenciais: “Memória e Resistências: LGBTQ na Ditadura Militar”, realizada no Memorial da Resistência; A Luta Amada – Movimentos LGBTQIA+ desde Stonewall no Goethe Institut e Memória para autodefesa (21/05) na Linha da Cultura do Metrô.

Em relação ao público, o ICM foi de 1457,7% o quadrimestre e 800,94% o anual, resultado vindo de 36.734 e 49.178 de público, respectivamente. Foram 3.994 no presencial do quadrimestre e 32.740 acessos virtuais. No ano foram 6.261 pessoas no presencial e 42.917 acessos de público virtual. Verificou-se aumento progressivo do público presencial em decorrência da melhora do quadro da pandemia no estado de São Paulo, com aumento gradual em relação ao quadrimestre anterior, registrando uma média de 998 pessoas por mês frente as 730 projetadas em meta. A projeção presencial, no entanto, foi estabelecida aplicando uma margem de risco de 40% sobre resultados pré-pandêmicos. Verifica-se ainda um resultado abaixo do histórico progresso, de pouco mais de 1200 pessoas por mês.

Desta forma, ainda que com bom resultado no presencial, a ampla superação do público decorre sobretudo da expressividade do público virtual, resultado da somatória das visitas da nova exposição online juntamente com as exposições que continuam disponibilizadas virtualmente e que alcançam novos impulsos de público quando há novos lançamentos. Além disso, no 3º quadrimestre há um marco importante de comemoração e luta da comunidade LGBTQIA+ o que impulsiona ainda mais os acessos às ações.

Os resultados alcançados decorrem de comportamento de público não identificado na ocasião de proposição do Plano de Trabalho e, portanto, não previsto no desenho de metas proposto, que considerou parâmetros mínimos. Verifica-se uma retomada ainda tímida do público presencial, se considerados os parâmetros pré-pandêmicos, mas progressiva ao longo dos meses, aumentando o número de circulação de pessoas a partir da abertura do espaço de exposição do MDS e demonstrando o cenário ainda volátil às condições da pandemia.

Acerca da meta de **Itinerâncias de Acervo** não houve meta prevista nem realizada para o quadrimestre, em razão das restrições de circulação no estado de São Paulo que são distintas entre os municípios.

No âmbito das **Ações Educativas**, o Núcleo de Educação do MDS realizou no último quadrimestre visitas mediadas, sensibilização de grupos agendados de forma presencial e atividades de mediação online. As visitas presenciais foram operacionalizadas com as devidas precauções sanitárias conforme as orientações do Plano SP.

O ICM quadrimestral referente a meta de produto foi de 50%, com 05 atividades, ainda assim o resultado anual foi um ICM de 100%, uma vez que as atividades foram adiantadas no quadrimestre anterior. A meta de público alcançou um ICM de 441,50%, um público de 883 pessoas no quadrimestre. Essa ampla superação da meta é devido ao acumulado de acessos do público virtual nas atividades lançadas nos primeiros quadrimestres.

O ICM anual da meta de público ficou em 495,68%, resultado possível devido às novas visualizações das atividades disponibilizadas nos quadrimestres anteriores. Esse comportamento de público virtual não foi identificado na ocasião da proposição do Plano de Trabalho e não houve novos esforços ou recursos empenhados para a obtenção deste público adicional à previsão. Vale ressaltar que o plano de trabalho prevê metas mínimas de público que podem ser amplamente superadas sobretudo no ambiente virtual, em que não há limitações infraestruturais.

Em relação às **Ações Culturais**, foram 20 atividades em ambiente on-line, garantindo um ICM de 166,67% no quadrimestre, com destaque para a live “Testemunho Público - Áurea Celeste da Silva Abbade”, programação que fazia parte da coleta de testemunhos com pessoas que participaram do enfrentamento à epidemia de HIV e Aids no Brasil. Além disso, no 3º quadrimestre há um marco importante de comemoração e luta da comunidade LGBTQIA+ o que justifica o volume de atividades maior que o projetado, realizado mediante otimização de recursos do programa.

Registra-se neste relatório que as metas de público pactuadas para as Ações Culturais (nº indicador 16), encontraram-se se equivocadamente lançadas no campo de nº de público presencial, dado extra com nº de indicador 16 A. Este relatório já retifica a projeção de meta no indicador 16. Desta forma, a meta de público efetivamente prevista é de 240/2.160 no quadrimestre, considerando um mínimo para atividades exclusivamente presenciais e um mínimo para atividades exclusivamente virtuais. Tais números obedecem à memória de cálculo apresentada junto à proposta de Plano de Trabalho para o 14º aditamento, que pressupõe a média de 20 pessoas por atividade presencial e de 180 pessoas por atividade virtual.

Considerado, portanto, o valor de 2.160 como meta mínima de público, temos um ICM quadrimestral de 103%, resultado de 2.242 visualizações nas ações.

O ICM anual ficou em 128% para meta produto e 384% para público. A justificativa referente à ampla superação de público virtual já verificada anteriormente segue válida. A meta mínima previu uma margem de risco de 40% em relação ao resultado médio de público por atividade digital em 2020, de 303 views, considerando a queda natural do público virtual, resultado da diversificação da oferta

cultural digital e a própria retomada de atividades presenciais culturais e sociais. O bom resultado global pode ser atribuído ainda à pertinência da programação e aos resultados significativos sobretudo na programação do 2º quadrimestre.

No âmbito das ações previstas de **Manutenção de Reserva Técnica** houve 429 catalogações, resultado no quadrimestre acima do previsto devido a realização das ações remanescentes do 2º quadrimestre, dessa forma o ano termina com o cumprimento 100% da meta anual do produto.

Em relação a meta produto, **Ações de Integração ao SISEM**, não foi realizada a elaboração de Regimento Interno do MDS, como previsto inicialmente. Por determinação da SEC, a Amigos da Arte realizou uma série de reformas nas instalações do Museu, visando a sua ampliação, de forma integrada à expansão e alterações previstas pela Pasta que culminou com a publicação de Convocação Pública para gestão do Museu da Diversidade Sexual de forma apartada da política de Difusão Cultural, e através da UPPM e não pela UDBL, como foi característica do último contrato. Consideradas as mudanças em definições significativas do equipamento, em curso e não concluídas ao longo do último quadrimestre, foi prudente não desembolsar os recursos previstos para a atividade, visando que esta seja feita já de acordo com a nova realidade do Museu, restando saldo para o orçamento do programa.

Ainda assim, as ações realizadas pela Amigos da Arte já de acordo com as novas diretrizes da SEC vão ao encontro da progressiva integração do equipamento ao SISEM, viabilizando espaço adequado para a atuação em conformidade com a política da área de Museus. Entre as ações realizadas, pode-se destacar a instalação de projeto luminotécnico expositivo, aperfeiçoamentos nas medidas de segurança e a aprovação junto aos bombeiros da expansão do espaço do MDS de 120m² para 520m² em parceria com o Metrô, a instalação de um sistema de exaustão para melhorar a circulação de ar e a contratação de uma consultoria para o acervo.

Dessa forma, o último ano de gestão da Amigos da Arte do Museu da Diversidade Sexual, mesmo num contexto imprevisível, foi de bons resultados.

1.3. MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL (MDS)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
5	Exposições	9	Nº de novas exposições	Meta de produto	1º Quadri	1	1
					2º Quadri	2	2
					3º Quadri	1	4
					ANUAL	4	7
					ICM%	100%	175,00%
		10	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	1100	3.581
					2º Quadri	2520	8.863
					3º Quadri	2520	36.734

					ANUAL	6140	49.178		
					ICM %	100%	800,94%		
DADOS EXTRAS									
		10.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	2.267		
					3º Quadri	-	3.994		
					ANUAL	-	6.261		
		10.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	3.581		
					2º Quadri	-	6.596		
					3º Quadri	-	32.740		
					ANUAL	-	42.917		
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
6	Itinerâncias de acervo	11	N° de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	0	0		
					ANUAL	0	0		
					ICM%	100%	-		
		12	N° de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	0	0		
					ANUAL	0	0		
					ICM %	100%	-		
		DADOS EXTRAS							
		11.A	N° de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	0		
					ANUAL	-	0		
		12.A		Dado extra	1º Quadri	-	0		

			Nº de público presencial		2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	0		
					ANUAL	-	0		
		12.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	0		
					ANUAL	-	0		
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
7	Ações educativas	13	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	19	19		
					2º Quadri	8	13		
					3º Quadri	10	5		
					ANUAL	37	37		
					ICM%	100%	100,00%		
		14	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	380	1.683		
					2º Quadri	160	1.102		
					3º Quadri	200	883		
					ANUAL	740	3.668		
					ICM %	100%	495,68%		
		DADOS EXTRAS							
		14.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	35		
					2º Quadri	-	121		
					3º Quadri	-	59		
					ANUAL	-	215		
		14.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	1648		
					2º Quadri	-	981		
3º Quadri	-				824				
ANUAL	-				3.453				
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		

8	Ações culturais	15	N° de ações	Meta de produto	1º Quadri	7	8	
					2º Quadri	13	13	
					3º Quadri	12	18	
					ANUAL	32	39	
					ICM%	100%	121,88%	
		16	N° de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	140/1.260	2.142	
					2º Quadri	260/2.340	17.768	
					3º Quadri	240/2.160	2.242	
					ANUAL	640/5760	22.152	
					ICM %	100%	384,58%	
		DADOS EXTRAS						
		16.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-	0	
					ANUAL	-	0	
		16.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	2.142	
					2º Quadri	-	17.768	
					3º Quadri	-	2.242	
					ANUAL	-	22.152	
		Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral	
9	Manutenção de reserva técnica (catalogações/higienizações, acondicionamentos, reparos e/ou digitalização de obras de acervo)	17	N° de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0	
					2º Quadri	300	171	
					3º Quadri	300	429	
					ANUAL	600	600	
					ICM%	100%	100,00%	
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado	
10	Ações de integração ao SISEM	18	N° de ações - elaboração de	Meta de produto	1º Quadri	0	0	
					2º Quadri	0	0	

			Regimento Interno do MDS	3º Quadri	1	0
				ANUAL	1	0
				ICM%	100%	0,00%

2.1. VIRADA SP (VSP)

Devido à impossibilidade da realização de eventos presenciais de grande aglomeração, a Amigos da Arte manteve a Virada SP em 2021 no formato online. O formato digital, ainda assim, promove a difusão cultural para o público dos municípios locais, fortalece a cadeia produtiva e a cena cultural do interior e litoral do estado de São Paulo, além de potencializar a capilarização de acesso do público. As edições da Virada SP Online resultam de parcerias estabelecidas entre a Secretaria de Cultura e Economia Criativa, a Amigos da Arte e as prefeituras dos municípios selecionados. Ao todo foram realizados em 2021 eventos relativos a 31 municípios, tendo sido 11 selecionados em chamada pública Juntos Pela Cultura 2020 e 20 selecionados nas chamadas de 2021.

Durante o 1º quadrimestre de 2021, de janeiro a março, foram realizadas as Viradas SP Online dos municípios remanescentes do chamamento público de 2020. Os 11 municípios contemplados pela chamada de 2020 com realização do evento em 2021 foram: Batatais, Bauru, Guaratinguetá, Indaiatuba, Itapetininga, Mauá, Peruíbe, Presidente Prudente, São José do Rio Preto, Sertãozinho e Votuporanga. Já durante o 2º quadrimestre de 2021, em agosto, foram realizadas as Viradas SP Online dos municípios de São José dos Campos, Piracicaba, Itapevi e Itanhaém, selecionados na chamada pública Juntos Pela Cultura 2021, alcançando o total de 48 horas de evento e 58 atrações artísticas

No 3º quadrimestre foram realizadas 386 atividades entre shows, entrevistas e apresentações de artes cênicas de 16 municípios, resultando em 103.399 de público virtual. Os municípios contemplados com a realização da Virada SP Online no 3º quadrimestre foram: Bertiooga, Botucatu, Franco da Rocha, Ilha Solteira, Itanhaém, Itapevi, Itapira, Mairiporã, Mirante do Paranapanema, Mogi das Cruzes, Piracicaba, Ribeirão Preto, Santa Fé do Sul, São Bento do Sapucaí, São João da Boa Vista, São José dos Campos, São Luís do Paraitinga, Serrana, Sete Barras e Ubatuba. Entre os destaques de acesso, via plataforma #CulturaEmCasa, principal canal de exibição do programa, estão os shows dos artistas Isabel Fillardis, Maria Rita, Falcão, André Prando, Gui Mogli, Chico César, Falamansa e Mississippi Devils, Otto e Letrux.

Com estes eventos, o 3º quadrimestre teve as metas de ações superadas com um ICM quadrimestral de 286,06% (386 atividades frente uma meta de 144) e um resultado anual de 167,25% com 669 atividades frente a 400 projetadas inicialmente. Eram previstas, em média, 09 atividades por evento, sendo realizadas por volta de 24, resultado proporcionado pela otimização de recursos de programação e pelas boas contrapartidas de investimento viabilizadas junto aos municípios na produção de conteúdos locais como entrevistas a personalidades, com as quais não era possível contar de antemão. O percentual de público não acompanha, porém, o percentual de superação de ações, considerando, justamente, a realização de atividades adicionais de menor mobilização de público, com valores reduzidos em relação aos grandes destaques de programação e público.

Em relação à meta de público, com um número total de 103.399 visualizações, atingiu-se um ICM quadrimestral de 74,45%. A média de visualizações teve uma variação entre cerca de 2.400 e 11.000 visualizações por evento, abaixo da média de público projetada de 8.680 visualizações por evento. O quantitativo mínimo de público estabelecido em meta considerou a média de 2020 realizada por evento online resultante da chamada pública de 2020, reduzido em margem de 30%. A margem foi considerada devido à possível queda do engajamento em geral das atividades online, a ausência de novidade no formato e a possibilidade da redução do porte e engajamento dos municípios participantes. Vale ressaltar que a série histórica é recente para o público online próprio do programa e que 12 dos municípios participantes tem porte populacional com menos de 100 mil habitantes. Ainda assim, o ICM anual ficou em 125,37%, mesmo com um ICM quadrimestral abaixo do previsto, considerando o resultado médio das ações se considerado o período anual.

Apesar da continuidade do programa em formato online desde 2020, os resultados de 2021 são satisfatórios para o acesso da população a bens culturais e artísticos a partir dessa iniciativa. A #ViradaSPOnline seguiu apresentando programação de bom repertório, engajando prefeituras municipais e apresentando a cultura local e nacional ao público virtual.

EIXO 2 - DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO CULTURAL									
2.1. VIRADA SP (VSP)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
11	Apresentações artísticas/atividades culturais	19	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	220	225		
					2º Quadri	36	58		
					3º Quadri	144	386		
					ANUAL	400	669		
					ICM%	100%	167,25%		
		20	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	95.480	186.622		
					2º Quadri	34.720	47.321		
					3º Quadri	138.880	103.399		
					ANUAL	269.080	337.342		
					ICM %	100%	125,37%		
		DADOS EXTRAS							
		19.A	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	11		
					2º Quadri	-	4		
					3º Quadri	-	16		
ANUAL	-				31				

	20.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	0
				3º Quadri	-	0
				ANUAL	-	0
	20.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	186.622
				2º Quadri	-	47.321
				3º Quadri	-	103.399
				ANUAL	-	337.342

2.2. CIRCUITO SP (CSP)

Em 2020, em razão da pandemia do Coronavírus, as apresentações previstas para acontecer presencialmente por intermédio da chamada pública Juntos Pela Cultura de 2019 foram transferidas para o formato online na plataforma #CulturaEmCasa, privilegiando os artistas e/ou espaços locais como forma de valorizar a produção cultural da região e mantendo as prefeituras como partícipes atuantes na realização conjunta das atividades do CircuitoSP. A parceria com os municípios se deu numa curadoria compartilhada com a Amigos da Arte, trazendo artistas de renome e atrações locais para os episódios online na Plataforma, com os municípios fornecendo a infraestrutura para as apresentações locais. Assim, as atrações gravadas em 2020 foram transmitidas no primeiro quadrimestre de 2021, resultando em 65 atividades de 55 municípios remanescentes da chamada do Juntos Pela Cultura de 2019 e em um total 46.612 visualizações.

A edição do Circuito SP 2021 obteve 103 inscrições na Chamada Pública que ficou aberta no período de 11 de maio a 09 de junho. Foram 40 municípios contemplados com 80 atrações no total, sendo direcionadas até 2 atrações da programação para cada município. As apresentações e ações ocorreram presencialmente em espaços municipais e foram transmitidas nas redes sociais dos municípios participantes. Dessas 40 atividades, foram realizadas 19 apresentações de teatro, 33 de música, 12 de circo, 3 de artes urbanas, 8 infantis e 6 de dança.

Os municípios contemplados foram: Araçatuba, Boituva, Bragança Paulista, Caieiras, Campos do Jordão, Caraguatatuba, Catanduva, Colina, Franca, Garça, Guaratinguetá, Hortolândia, Ilha Solteira, Itanhaém, Jacareí, Jundiaí, Lençóis Paulista, Limeira, Louveira, Marília, Mauá, Mongaguá, Ourinhos, Paraibuna, Parisi, Piracicaba, Piraju, Pirassununga, Praia Grande, Presidente Prudente, Registro, Rio Claro, Santos, São Carlos, São Sebastião, São Vicente, Serrana, Taquaritinga, Vinhedo e Votuporanga.

Em relação ao ICM da meta n° de ações e publicações de conteúdos gravados, o 3º quadrimestre foi de 98,75%, em decorrência da antecipação de atividades no quadrimestre anterior. O resultado anual foi de 146 atividades, garantindo um ICM anual de 100,69%, viabilizando o alcance do resultado anual pactuado.

Em relação ao público, não foi previsto inicialmente a realização de atividades abertas ao público presencial, mas conforme a melhora da situação da pandemia nas localidades, a disponibilidade e interesse dos municípios, responsáveis pelas medidas, protocolos e despesas com a abertura, foi possível que parte das atividades ocorresse de maneira híbrida, sem implicar em despesas adicionais ao Contrato de Gestão.

O ICM do quadrimestre ficou em 219% em consideração a um público total de 52.669, sendo virtual 39.119 e presencial 13.550. A média de visualizações foi de 164, mas 22 dos 40 municípios tiveram um público virtual acima de 600, que é o dobro do proposto inicialmente de 300 visualizações mínimas por atividade. No caso do Circuito SP, além da não previsão do público presencial na projeção inicial de meta, cabe ressaltar que a meta mínima considera os diferentes portes populacionais e perfis de município, os quais colaboram para o resultado de público, além da programação artística planejada. Desta forma o ICM anual ficou em 143,05% para um público de 100.916, sendo virtual 87.088 e presencial 13.828.

Importante registrar que foram realizadas correções nos números apresentados nos relatórios do 1º e 2º quadrimestre. Em relação ao 1º, a somativa dos municípios atendidos apresentado inicialmente foi de 55, quando foram 45 municípios únicos. Ocorreu um erro, pois foi considerado o cálculo de forma contínua ao invés de somativa ao longo dos meses, processando repetição de municípios na contagem. Quanto ao 2º quadrimestre, adiciona-se à contagem 02 atividades, omitidas devido ao recebimento de relatório do município após o prazo, com um público presencial de 278 e virtual de 1.357.

O resultado final do Circuito SP no ano de 2021 foi de 71 municípios únicos atendidos.

2.2. CIRCUITO SP (CSP)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
12	Apresentações artísticas/atividades culturais	21	Nº de ações e publicações de conteúdos gravados	Meta de produto	1º Quadri	65	65
					2º Quadri	0	2
					3º Quadri	80	79
					ANUAL	145	146
					ICM%	100%	100,69%
		22	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	45.500	46.612
					2º Quadri	0	1.635
					3º Quadri	24.000	52.669
					ANUAL	69.500	100.916
					ICM %	100%	145,20%

DADOS EXTRAS					
21.B	N° de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	45
			2º Quadri	-	2
			3º Quadri	-	40
			ANUAL	-	71
22.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
			2º Quadri	-	278
			3º Quadri	-	13.550
			ANUAL	-	13.828
22.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	46.612
			2º Quadri	-	1.357
			3º Quadri	-	39.119
			ANUAL	-	87.088

3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)

A 44ª Semana Guiomar Novaes ocorreu entre 18 e 26 de setembro em São João da Boa Vista, de forma presencial e online. A programação contou com show do músico Sérgio Britto, apresentações de ópera, dança e concertos musicais, incluindo programação de artistas locais, além da final do Concurso de Piano Guiomar Novaes, realizado mediante chamada pública Juntos Pela Cultura. O evento foi gratuito e teve transmissão pela plataforma #CulturaEmCasa e pela TV União de São João da Boa Vista.

No Concurso de Piano foram 88 músicos inscritos via chamada pública do Juntos Pela Cultura, evidenciando a importância da ação para todo o Estado. Na primeira etapa os inscritos enviaram um vídeo contendo performance solo, sendo selecionados 20 por júri especializado, sendo 10 em piano erudito e 10 em piano popular. A segunda etapa contou com votação popular online por meio da plataforma #CulturaEmCasa, na qual o pianista mais votado em cada categoria recebeu o Prêmio do Público. Por fim, a terceira etapa consistiu na participação dos 20 pianistas selecionados na etapa 1 em evento presencial ao vivo em São João da Boa Vista, onde foram escolhidos, pelo júri especializado, os vencedores do concurso, divididos em 1º, 2º e 3º lugares de cada categoria.

Somadas as ações do Concurso e a programação da Semana foram realizadas 52 atividades, gerando um ICM quadrimestral e anual de 130%. O incremento nas ações foi decorrente da otimização dos recursos do programa bem como da parceria com a Prefeitura de São João da Boa Vista, que incrementou a programação local.

O resultado de público do Programa garantiu um ICM quadrimestral e anual de 104,86%, resultado de um público presencial de 1.812 e 42.231 virtual, totalizando 44.043 de público, cumprindo a meta estabelecida no plano de trabalho.

3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
13	Apresentações artísticas/ atividades culturais	23	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	40	52		
					ANUAL	40	52		
					ICM%	100%	130,00%		
		24	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	42.000	44.043		
					ANUAL	42.000	44.043		
					ICM %	100%	104,86%		
		DADOS EXTRAS							
		24.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	1.812		
					ANUAL	-	1812		
		24.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
3º Quadri	-				42.231				
ANUAL	-				42231				

3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)

O Festival Paulista de Circo desde 2020 teve seu formato repaginado para a adaptação ao ambiente virtual, sendo rebatizado de Festival de Circo Online de São Paulo. O Festival é uma ação de valorização, promoção e difusão da prática da arte circense, organizada em um festival online com

apresentações e números de artistas, grupos, companhias e circos itinerantes com comprovada relevância no Estado de São Paulo.

Os materiais produzidos e entregues no final de 2020 em decorrência da chamada pública Juntos Pela Cultura de 2020 tiveram exibição iniciada em dezembro de 2020 e seguiram sendo transmitidos no 1º quadrimestre de 2021. Como resultado, o formato online contou 121 atrações que integraram a transmissão de 49 vídeos no 1º quadrimestre e 122 atividades em vídeo no Vimeo da plataforma #CulturaEmCasa, para acesso em VOD, sem integrarem janela de exibição de streaming, no 2º quadrimestre. As atividades do 2º quadrimestre não integravam meta, considerando problemas na qualidade técnica destes materiais gravadas pelos circenses ainda em cenário de isolamento social significativamente restrito e do início das experimentações audiovisuais destes artistas. No entanto, mediante otimização de recursos do programa, foi possível investir em revisão técnica e edição audiovisual destes materiais para disponibilização, sem onerar o orçamento com despesas de cachê e sem prejuízo das atividades previstas para o ano, acarretando em ampla ultrapassagem da meta de ações estabelecida.

A chamada pública Juntos Pela Cultura de 2021 ficou disponível de 11 de maio a 9 de junho, e selecionou 200 atividades num universo de 627 propostas inscritas. As ações contempladas variaram entre números circenses, espetáculos de companhias de repertório e circos itinerantes para o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais para o festival. As transmissões foram ao ar no mês de dezembro, em um total de 195 atividades que integraram 30 episódios na plataforma #CulturaEmCasa.

As 195 ações do programa no quadrimestre resultaram em um ICM de 121%, resultado da baixa taxa de desistência, projetada no Plano de Trabalho em 20% em relação às 200 atividades previstas na chamada pública 2021. De forma que a superação não afetou a programação orçamentária. Já o ICM de produto no ano foi de 175%, em consideração a 438 ações. A superação, decorre, assim, tanto da baixa desistência dos participantes selecionados em 2021 que se apresentaram no último quadrimestre, já mais afeitos ao formato online, quanto da otimização de recursos do programa que viabilizou a edição e disponibilização de materiais de 2020 não previstos para difusão inicialmente.

Em relação ao público, o ICM quadrimestral foi de 51,40%. A memória de cálculo apresentada no Plano de Trabalho considerou uma média de 78 visualizações para 150 números circenses (apresentações em geral mais curtas, com até dois participantes) e 300 visualizações para 50 espetáculos completos de companhias artísticas e circos itinerantes. A métrica calculada considerou que espetáculos de companhias e circos itinerantes gerariam mais visualizações que as atividades de números de circo. No empacotamento das atividades na execução das transmissões em 2021, ao optar pelo formato de episódios juntando as categorias diferentes em uma exibição e não por transmissões individualizadas, a contabilização tornou-se diferente. A média de visualização por episódio foi de 300 pessoas como previsto, mas com a diminuição da quantidade de exibições acabou por não atingir o número da meta como programado. Ainda assim, o ICM anual foi de 111,70%, cumprido com o pactuado de público, considerando o resultado adicional dos quadrimestres anteriores.

O 3º quadrimestre contou ainda com a conclusão do **Estudo de viabilidade técnica de espaço para circo de lona**, referente à meta 15. O estudo apontou 02 fases, sendo a primeira de diagnóstico setorial e a segunda de estudo de implantação.

O diagnóstico inicial foi compilado a partir das informações levantadas em mais de 80 horas de entrevistas com a cadeia produtiva do circo de São Paulo e representantes do Parque da Juventude e Secretaria de Infraestrutura e Meio Ambiente (SIMA), apontando diretrizes para o programa de necessidades de infraestrutura, planejamento da gestão e ocupação artística do espaço proposto. Foi mapeada a relação dos profissionais, contexto histórico, contexto atual, funcionamento, uso e programação, público e região, benefícios e desafios. Enquanto resultados, o estudo apontou uma proposta de que as ocupações artísticas se deem através de chamamentos públicos, a exemplo da experiência já realizada de forma republicana e transparente no Juntos Pela Cultura. Sugere-se ainda ações de articulação com o objetivo de mobilizar e efetivar uma busca ativa por proponentes, dada a baixa institucionalidade do setor. Foi identificada também a necessidade de uma programação constante, com o objetivo de atrair o público espontâneo, aproveitando a população volante do parque, assim como das instituições que ocupam o mesmo espaço, como a Biblioteca São Paulo e a ETEC - Escola Técnica Estadual.

A segunda parte da pesquisa contou com um diagnóstico territorial e propostas de implantação de um espaço dedicado ao circo, incluindo acessos, área de convivência, lonas etc., dedicado a receber visitantes, valorizando a experiência lúdica e afetiva do universo circense, com cenografia especialmente desenhada para atrair e encantar a todos a partir de um grande portal de entrada.

3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
14	Apresentações artísticas/ atividades culturais	25	Nº de ações e transmissões Conteúdos gravados	Meta de produto	1º Quadri	89	121
					2º Quadri	0	122
					3º Quadri	160	195
					ANUAL	249	438
					ICM%	100%	175,90%
		26	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	26.700	27.518
					2º Quadri	0	13.575
					3º Quadri	18.690	9607
					ANUAL	45.390	50.700
					ICM %	100%	111,70%
DADOS EXTRAS							

		26.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	0
					ANUAL	-	0
		26.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	27.518
					2º Quadri	-	13.575
					3º Quadri	-	9.607
					ANUAL	-	50.700
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
15	Desenvolvimento de estudo de viabilidade técnica de espaço para circo de lona	27	N° de estudos realizados	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100,00%

3.3. REVELANDO SP (RSP)

O Revelando SP 2021 continuou no formato digital, estruturado em três 03 modalidades: Revelando SP Online, Concurso de Viola Caipira Revelando SP e Programa de Capacitação Revelando SP.

O **Revelando SP Online** também levou ao ar na Plataforma #CulturaEmCasa, de janeiro a abril de 2021, os conteúdos audiovisuais resultantes da chamada pública Juntos Pela Cultura de 2020. Foram 222 atividades exibidas ao longo do 1º quadrimestre, resultando em um público de 28.947 visualizações, trazendo especificidades das culturas tradicionais locais de 66 municípios, a partir de conteúdos sobre artesanato, culinária, manifestações e mestres da cultura tradicional paulista, permitindo ao público conhecer um pouco mais sobre a história e costumes de cada município.

Tal como no Festival de Circo Online, o Revelando SP Online não tinha metas para o 2º quadrimestre de 2021, mas ainda assim foi possível a disponibilização de 58 atividades. As atividades foram disponibilizadas em vídeo no Vimeo da plataforma #CulturaEmCasa, para acesso em VOD, sem integrarem janela de exibição de streaming. As atividades não integravam meta, considerando problemas na qualidade técnica destes materiais gravados pelos contemplados no edital do Revelando SP 2020, ainda em cenário de isolamento social significativamente restrito e do início das experimentações audiovisuais de artistas, artesãos, culinaristas e municípios. No entanto, mediante otimização de recursos do programa, foi possível investir em revisão técnica e edição destes materiais para disponibilização, sem prejuízo das atividades previstas para o ano. Como resultado, foram 280 atividades disponibilizadas através de 92 vídeos nos dois quadrimestres, referentes a conteúdos

gravados em 2020. Excluída a duplicidade de municípios que tiveram vídeos em ambos os períodos, foram 75 municípios com vídeos produzidos em 2020.

Já no 3º quadrimestre, decorrente da chamada pública Juntos Pela Cultura 2021, o Revelando SP Online teve 357 vídeos de culinaristas, artesãos e manifestações da cultura tradicional, vindos de 93 municípios, exibidos de 1 a 18 de dezembro. Foram 231 exibidos em redes sociais municipais e 76 integrantes de 18 episódios exibidos na plataforma #CulturaEmCasa.

Em novembro foi ao ar o **Concurso de Viola Caipira Revelando SP** com 50 violeiros em competição, com média de 41 visualizações, um total de 3.194 de público. Assim, somados os 307 vídeos do Revelando SP Online 2021 aos vídeos do Concurso de Viola Caipira, chega-se a um total de 357 atividades no 3º quadrimestre, com um ICM de 137%, sendo a superação em decorrência da baixa desistência de participação, abaixo do esperado de 20% na projeção de metas.

No resultado anual, foram 637 atividades, atingindo um ICM de 132%, decorrentes dos vídeos adicionais de 2020 disponibilizados no 2º quadrimestre, inicialmente não previstos e viabilizados com otimização dos serviços contratados para o programa, e das desistências projetadas em 20% para a chamada pública de 2021, que não ocorreram em sua totalidade, não implicando em alteração das despesas orçamentárias previstas inicialmente para o programa.

Em relação a meta de público, o quadrimestre teve 80.394 visualizações, sendo 3194 nos 50 vídeos do Concurso de Viola Caipira Revelando SP, 3.300 nos 76 episódios transmitidos na Plataforma #CulturaEmCasa e 73.900 visualizações obtidas na disponibilização dos 231 vídeos nas redes sociais das prefeituras municipais. Desta forma foi atingido um ICM de público de 416% no quadrimestre e 242% no ano, que fechou com um total de 115.046 visualizações.

A ampla superação decorre sobretudo dos resultados obtidos pelos conteúdos difundidos nas redes sociais municipais. A média mínima de views projetada no Plano de Trabalho, constituída com base na experiência de disponibilização no canal do Youtube integrado à Plataforma #CulturaEmCasa, não se verificou como referência para a projeção dos resultados nas redes municipais, que utilizaram sobretudo o Facebook, considerando serem poucos conteúdos a serem disponibilizados por município. Assim, a relevância da ação local descentralizada se demonstrou pertinente e com maior atingimento do público do que a concentração de todo o volume de vídeos produzidos pelo Festival em um único canal nos quais os vídeos concorrem uns com os outros, além de outros conteúdos de fôlego, como aqueles que integram a plataforma #CulturaEmCasa. Sendo ação realizada pelo município, a superação dessa meta também não impactou a programação orçamentária.

O **Capacitação Revelando SP** teve 77 empreendedores participantes com ações estruturadas junto ao Instituto Procomum e ao Sebrae. O Programa ocorreu de 19 de novembro a 03 de dezembro de 2021 e foi organizado a partir de: Oficina Descomplique Sebrae, realizada do dia 19/10 ao 27/10; programa de mentorias individuais, realizadas do dia 30/10 ao 30/11; e palestras que visaram qualificar e colaborar para o desenvolvimento da atividade econômica e da sustentabilidade de artesãos e culinaristas.

O formato das mentorias alternou atividades em grupo e individuais, que seguiram três trilhas temáticas centrais, de acordo com a demanda a ser aprimorada: Produto, Marketing e Digitalização ou Gestão do Negócio. O programa também ofertou um Workshop para Gestores Municipais realizado no dia 30 de novembro, das 10h às 12h, com a temática "Como as políticas públicas municipais podem apoiar as manifestações tradicionais e seus agentes?", além da Feira Digital Capacita para o profissional empreendedor, no dia 02 de dezembro de 09h às 11h.

Os resultados dos conteúdos disponibilizados pelo Revelando SP atestam a capacidade das estratégias utilizadas no programa e a relevância cultural dos produtos ofertados, garantindo o registro inédito das tradições paulistas, a ampliação do acesso do público às histórias, personagens, tradições, curiosidades, peculiaridades locais, modos de fazer, materiais, instrumentos e ferramentas por trás de cada uma das atrações, promovendo a valorização do patrimônio imaterial paulista e o reconhecimento dos produtos tradicionais locais como ativos culturais, econômicos e turísticos dos municípios.

3.3. REVELANDO SP (RSP)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
16	Apresentações artísticas/ atividades culturais	28	Nº de ações e publicação de conteúdos gravados	Meta de produto	1º Quadri	220	222		
					2º Quadri	0	58		
					3º Quadri	260	357		
					ANUAL	480	637		
					ICM%	100%	132,71%		
		29	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	28.160	28.947		
					2º Quadri	0	5.705		
					3º Quadri	19.298	80.394		
					ANUAL	47.458	115.046		
					ICM %	100%	242,42%		
		DADOS EXTRAS							
		28.A	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	66		
					2º Quadri	-	25		
					3º Quadri	-	93		
					ANUAL	-	118		
		29.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
2º Quadri	-				0				

					3º Quadri	-	0
					ANUAL	-	0
		29.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	28.947
					2º Quadri	-	5.705
					3º Quadri	-	80.394
					ANUAL	-	115.046
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
17	Capacitação de artesão e/ou culinárias	30	Nº de participantes	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	48	77
					ANUAL	48	77
					ICM%	100%	160,42%

4.1. TRADIÇÃO SP (TSP)

O Tradição SP Online consistiu no apoio a ações culturais virtuais relacionadas a festas, celebrações, festivais, feiras e demais eventos que contribuam para a valorização da cultura local, das identidades regionais e/ou da história dos municípios do Estado de São Paulo. Dessa forma o programa pôde fomentar e fortalecer a entrada dos municípios no universo digital a partir de conteúdos culturais locais. Os materiais produzidos são exibidos nos canais dos próprios municípios, além de serem licenciados para a Amigos da Arte e Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

O Tradição SP contemplou 44 municípios no 3º quadrimestre de 2021 por meio de 44 eventos que realizaram 228 atividades. Realizado mediante chamada pública Juntos Pela Cultura, inicialmente foram selecionadas 42 propostas. Após 1 desistência e redução orçamentária de outras propostas selecionadas, foi possível contemplar 3 suplentes. Como resultado, atingiu-se um ICM de 183% no quadrimestre e de 137% no ano. Com 32 ações projetadas inicialmente em consideração à aplicação de margem de desistência de 20% às 40 vagas ofertadas, a superação da meta não impactou a programação orçamentária, pelo contrário, viabilizou sua utilização, e decorre do engajamento dos municípios e da gestão ágil do programa.

As 44 ações de difusão online de temáticas tradicionais obtiveram um público de 101.275 pessoas, resultando em um ICM de 141,13% no 3º quadrimestre. A superação da meta é justificável pelo acúmulo das ações que eram previstas para o 2º quadrimestre terem sido aglutinadas no 3º quadrimestre. Ainda que a média por ação tenha sido abaixo do projetado no Plano de Trabalho, foi possível chegar ao resultado anual de 105,85% ICM de público mediante a realização de atividades adicionais às previstas. A variação em relação à média por atividade é compreensível frente à

diversidade de municípios e eventos que o programa contempla, não havendo um padrão na relação entre investimento e resultado. Com o objetivo de difusão online, foi facultado aos municípios a possibilidade de realização de gravações de atividades artísticas abertas ao público presencial, conforme os protocolos estabelecidos e as condições da pandemia em cada localidade, tendo alcançado nesta modalidade 777 pessoas.

EIXO 4 – AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO CULTURAL E FORTALECIMENTO DAS IDENTIDADES E DIVERSIDADES CULTURAIS									
4.2. TRADIÇÃO SP (TSP)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
18	Apoios a eventos / ações culturais municipais	31	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	8	0		
					3º Quadri	24	44		
					ANUAL	32	44		
					ICM%	100%	137,50%		
		32	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	23.920	0		
					3º Quadri	71.760	101.275		
					ANUAL	95.680	101.275		
					ICM %	100%	105,85%		
		DADOS EXTRAS							
		31.A	Nº de municípios	Dado Extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	44		
					ANUAL	-	44		
		32.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	777		
					ANUAL	-	777		
		32.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0		
2º Quadri	-				0				

					3º Quadri	-	100.498
					ANUAL	-	100.498

4.2 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBTQ+ (APLGBT+)

A série Mais Orgulho Personalidades teve 32 episódios lançados semanalmente entre abril e novembro, sendo 10 no último quadrimestre. A série, produzida a partir de conteúdos gravados pelas organizações selecionadas na chamada pública Mais Orgulho de 2020, realizada em conjunto com o Museu da Diversidade Sexual, contou com depoimentos e entrevistas que trazem relatos pessoais e intimistas de processos comuns à comunidade LGBTQIA+ ao contar lembranças, memórias, histórias, vivências e experiências. O objetivo foi a criação de um mosaico no qual os depoentes contam sobre o panorama da cultura e da sociedade LGBTQIA+ da região de 23 municípios paulistas. Os episódios foram disponibilizados na plataforma #CulturaEmCasa e os depoimentos na íntegra ficaram disponíveis no canal do Youtube do Museu da Diversidade Sexual.

O 3º quadrimestre seguiu com a realização de eventos apoiados pelo Mais Orgulho 2021, iniciado em junho, com projetos de programação virtual de visibilidade e valorização da cultura LGBTQIA+, selecionados nas chamadas públicas Juntos Pela Cultura 2021. A chamada pública selecionou, ao todo, 25 projetos de 14 regiões administrativas do estado dentre 77 propostas submetidas por organizações da sociedade civil sem fins lucrativos e empresas associadas a coletivos ou entidades, com comprovada atuação na promoção da cultura, direitos humanos e diversidade sexual.

Foram 14 eventos realizados no 3º quadrimestre, oriundos dos municípios de Mogi Guaçu, Praia Grande, Ribeirão Preto, Presidente Bernardes, Santos, Rio Claro, São Joaquim da Barra, Itanhaém, Araraquara, Iguape, Catanduva, Mauá, Itu, Araçatuba, que se somaram a eventos dos municípios de Campinas, Sertãozinho, São José do Rio Preto, Peruíbe, São João da Boa Vista, Bauru, Bebedouro, Vinhedo, Fernandópolis, Votuporanga, São José dos Campos realizados ao longo do 2º quadrimestre.

Considerando os 10 episódios do Mais Orgulho Personalidades e os 14 eventos do Mais Orgulho 2021, ao todo foram disponibilizados para difusão no 3º quadrimestre 24 atividades. O resultado realizou 1 atividade a menos do que a previsão estabelecida, registrando um ICM quadrimestral de 96%, em recorrência da antecipação da meta no quadrimestre anterior. A distribuição quadrimestral da meta entre os quadrimestres foi definida no Plano de Trabalho considerando uma estimativa, dado que, nas ações referentes à chamada pública 2021, são as próprias organizações dos eventos apoiados que propõem o período de realização das atividades. O ano registrou um ICM de 111%, resultado de 57 atividades frente a 51 planejadas, sem oneração adicional dos recursos alocados, considerada a redistribuição de depoimentos em mais episódios do Mais Orgulho Personalidades do que o previsto inicialmente.

Foi registrado um público de 63.409 visualizações no 3º quadrimestre, com ICM de 419%. O resultado anual registrou um ICM de 391%, resultado de um público total no ano de 88.861 visualizações. A realização de 14 atividades apoiadas pelo Mais Orgulho, cuja previsão de público é significativamente maior do que para a série de depoimentos, impactou significativamente o resultado de público.

A meta mínima de público do Mais Orgulho SP 2021 foi estabelecida considerando a média de público verificada nos eventos similares do programa em 2020, de cerca de 1300 visualizações, aplicada margem de variação de 30%, chegando-se ao mínimo de 910 por atividade. A aplicação de margem levou em consideração a tendência de queda do público virtual, resultado da diversificação da oferta cultural digital e a própria retomada de atividades presenciais culturais e sociais, bem como a expressiva variedade de eventos propostos na chamada pública, sendo muitas vezes cabível a seleção de eventos de público não expressivo, mas de atuação local relevante.

Como resultado obteve-se variações de grande magnitude no público de cada evento, que ficou entre 87 e 3.125 visualizações. Descontado o evento de Itanhaém “4º Parada LGBTQIA+ | Somos um bando de gente feliz!”, que obteve 23 mil visualizações, a média de público das atividades redonda em 1606 visualizações, resultado próximo à média de 2020. Considerando, porém, a variedade significativa de porte, tradição e expressividade dos eventos, apesar da ampla superação, entende-se os resultados como satisfatórios e as metas, ressalte-se que mínimas, adequadas.

Já para o Mais Orgulho Personalidades, a previsão foi de 208 views por episódio, aplicada a margem de 30%, chegando a 145 visualizações por atividade. A média por atividade deste bloco também foi superior à prevista, com 834 acessos por atividade, se desconsiderado o episódio de Araraquara que, sozinho, atingiu 14.305 mil acessos. A superação justifica-se assim pelos bons resultados de engajamento do público no programa, com ampla variação entre a capacidade de mobilização de público de cada organização responsável pelas ações, muitas delas impulsionadas também por efemérides da comunidade.

Registra-se a retificação nas atividades e público do 2º quadrimestre anteriormente informado. Foram apresentadas 27 atividades anteriormente, mas houve mais 2 atividades não registradas: a exibição do + Orgulho Personalidades do município de Sertãozinho, com 77 acessos, e o de São Joaquim da Barra, com 119 acessos. Sendo assim o resultado torna-se 29 atividades para um público de 24.732 acessos no 2º quadrimestre.

4.3 - APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT+ (APLGBT+)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
19	Apoio a eventos/ações culturais	33	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	4	4
					2º Quadri	22	29
					3º Quadri	25	24
					ANUAL	51	57
					ICM%	100%	111,76%
		34	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	580	720
					2º Quadri	7.015	24.732
3º Quadri	15.100				63.409		

				ANUAL	22.695	88.861
				ICM %	100%	391,54%
DADOS EXTRAS						
	34.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	0
				3º Quadri	-	982
				ANUAL	-	982
	34.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	720
				2º Quadri	-	24.732
				3º Quadri	-	62.427
				ANUAL	-	87.879

4.3 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS (ACNOE)

O programa teve duas chamadas públicas no Juntos Pela Cultura 2021: Concurso de Batalhas de Rimas de São Paulo e Arte Urbana SP. O Concurso de Batalhas de Rimas de São Paulo, já em sua segunda edição, selecionou 32 batalhas paulistas para o evento de disputa e premiação, realizado em outubro no Teatro Sérgio Cardoso. O Arte Urbana SP, estratégia inédita estabelecida este ano para o programa, selecionou 10 municípios para apoio a propostas de murais de arte urbana e composição de galerias a céu aberto.

Foram 72 ações online no Concurso de Batalhas de Rimas de São Paulo, sendo 32 vídeos realizados pelas batalhas disponibilizados para votação popular online, 32 rimadores presentes na semifinal, dividida em dois blocos, e 8 novas performances dos rimadores selecionados na final. Somadas às 10 ações do Arte Urbana SP totaliza-se 82 ações, garantindo um ICM de 126% para meta produto, de número de ações. A superação é decorrente de não ter havido as desistências, projetadas em 20% na celebração do Plano de Trabalho, que poderiam reduzir as 82 atividades para 65. De forma que a ultrapassagem de meta de atividades não implicou em novas despesas ao programa, que seguiu a programação orçamentária inicial.

Em relação à meta de público, o conjunto de atividades obteve 28.609 pessoas, sendo 7.470 presencial e 21.139 online, resultando num ICM quadrimestral e anual de 352,12%. Deste público, o Arte Urbana SP foi responsável pela totalidade do público presencial, sendo contabilizadas pessoas presentes em eventos de inauguração ou circulantes no espaço no 1º dia de painéis concluídos, além de 20.131 visualizações de registros das ações produzidos e difundidos pelos municípios.

Desta forma, descontada a ação de visualização dos vídeos do Arte Urbana, o resultado teria sido próximo ao planejado. A superação se deve ao ineditismo do Arte Urbana SP, que obteve uma média de visualizações de 1400 views numa variação de 500 a 7.000 nas ações de grafite. Vale ressaltar que a série histórica é ausente para projeção do público da atividade e que não há variação de despesas orçamentárias conforme o público neste programa. Ainda assim ressalta-se o engajamento de público nessa ação.

Em relação ao público do Concurso de Batalhas, houve uma média abaixo do planejado, que entendesse ser decorrente da implantação de mecanismos de segurança na plataforma de votação popular online. A implementação de uma etapa de cadastro básico para o voto, visando inibir eventuais ações de robôs que maculassem o processo, pode ter inibido a participação do público. Assim, a redução do público virtual nas ações do Batalhas de Rimas foi compensada pela ampla adesão do público no Arte Urbana, não prevista inicialmente. As ações virtuais extras a partir dos registros dos murais realizados pelos municípios favoreceram a superação da meta de público.

4.4 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS (ACNOE)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
20	Execução ou apoio a eventos/ ações culturais	35	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	65	82		
					ANUAL	65	82		
					ICM%	100%	126,15%		
		36	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	8.148	28.609		
					ANUAL	8.148	28.609		
					ICM %	100%	351,12%		
		DADOS EXTRAS							
		36.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	7.470		
ANUAL	-				7.470				
36.B	Nº de público	Dado extra	1º Quadri	-	0				

			virtual		2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	21.139
					ANUAL	-	21.139

4.5. ECONOMIA CRIATIVA (EC)

A edição 2021 do #SP Gastronomia contou com a produção e exibição da série 'Chefs no Campo', na qual renomados profissionais do setor produtivo e gastronômico apresentaram a cadeia de produção de alimentos e bebidas até a elaboração de receitas especiais. A série contou com 20 atividades, sendo 10 episódios e 10 bate-papos sobre queijo de cabra, cordeiro, mel, panco, ovo, shitake, queijo de vaca, gin, orgânicos e café.

Houve ainda a gravação de 16 episódios do podcast 'Feito em São Paulo: Identidades Gastronômicas', abordando a culinária e cultura de diferentes regiões do estado de São Paulo, sendo 8 transmitidos em dezembro.

Foram 36 atividades no total do quadrimestre e ano, atingindo um ICM 100%. Em relação ao público foram 24.309 visualizações/plays no total, resultando em um ICM de 368%. Destes, 23.700 foram relativos ao público do podcast. O resultado é excepcional e atípico em relação ao padrão de outros podcasts transmitidos pela plataforma #CulturaEmCasa, de forma a demonstrar que o potencial de amplitude de público virtual é por vezes imprevisível, considerando não haver limitações físicas nem a necessidade de despesas adicionais para o atendimento do público espontâneo. A ampla superação da meta decorre de comportamento imprevisível do público, sem implicar de desembolso de recursos adicionais aos previstos.

4.6. ECONOMIA CRIATIVA (EC)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
21	Execução e/ou apoio a eventos / atividades / ações culturais	37	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	36	36
					ANUAL	36	36
					ICM%	100%	100,00%
		38	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	6.600	24.309

				ANUAL	6.600	24.309
				ICM %	100%	368,32%
DADOS EXTRAS						
	38.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	0
				3º Quadri	-	0
				ANUAL	-	0
	38.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	0
				3º Quadri	-	24.309
				ANUAL	-	24309

4.6. CULTURA EM CASA (CC)

O programa #CulturaEmCasa celebrou seu primeiro aniversário em abril com programação retrospectiva e lançou aplicativo em junho, visando ampliar e facilitar o acesso aos milhares de conteúdos disponibilizados. Ao longo do ano foram produzidos podcasts, séries exclusivas, programas exclusivos como Intensivão#CulturaEmCasa e Festival #CulturaEmCasa, programação especial de datas comemorativas, entre outras ações abrigadas em seções dedicadas a linguagens e temáticas.

Foram também realizadas diversas ações em parceria com órgãos governamentais, como o Ponte Aérea (Governos do Espírito Santo, Ceará e Rio Grande do Sul) e com instituições e produtoras culturais realizadoras de festivais, mostras e premiações de teatro, música popular e erudita, teatro musical, cinema, cultura popular e dança. A plataforma ainda recebeu amplo conteúdo derivado de diversos programas integrantes deste Contrato de Gestão, garantindo transversalidade e robustez às ações de difusão digital.

O programa contou ainda com a criação da Agenda Tarsila que reúne os eventos comemorativos do centenário da Semana de Arte Moderna de 1922 e traz diversos conteúdos inéditos, com informações, entrevistas e curiosidades sobre aquele que é considerado um dos marcos mais importantes da cultura brasileira. Foram 320 matérias publicadas entre setembro e dezembro, numa média de 3,5 por dia, mais de 60 mil acessos ao site, 307 eventos divulgados, 35 entrevistas exclusivas, além de intensa atividade no Facebook, Instagram, TikTok, Twitter e newsletter do projeto.

O 3º quadrimestre na Plataforma #CulturaEmCasa continuou com uma ampla programação de parceria e conteúdos próprios. Os destaques foram para o aniversário do Teatro Sérgio Cardoso com re-exibições de peças; o programa “Papo de Arte”; os episódios do Intensivão #CulturaEmCasa com

Lia Menezes e Ivam Cabral e o Festival #CulturaEmCasa, com os shows do PinkStar, Outras Vanguardas, Felipe Cordeiro entre outros.

Outros destaques foram as ações da Agenda Tarsila, incluindo estreia da peça “Mário de Andrade desce aos Infernos” do ator Pascoal da Conceição, e a websérie, feita a partir de episódios do espetáculo, com partes comentadas pelo ator em comemoração ao aniversário de Mário de Andrade. Ocorreu também o “Festival Raízes Black”, com uma programação especial para o dia da consciência negra; o lançamento do podcast “Feito em SP - identidades gastronômicas e cultura regional”, vinculado ao programa SP Gastronomia; a exibição da série do programa SP Gastronomia, “Chefs do Campo”; e os especiais do “Dia da MPB” e “Dia da Poesia”, além de ações do teatro Sérgio Cardoso, do Museu da Diversidade Sexual, da Virada SP, Semana Guiomar Novaes, Revelando SP, Festival Circo SP, ações do apoio a Festivais Artísticos, Apoio à Cultura LGBTQIA+, Apoio à Cultura Negra, Outras Etnias e Artes Urbanas e Economia Criativa.

No âmbito das parcerias destaque-se a exibição do “Ponte Aérea” em parceria com o município de Curitiba; o “Dia das Crianças”, em parceria com consulado do Egito; e o “Projeto Espetáculo” com a Fábrica de Cultura.

No 3º quadrimestre foram 689 atividades, resultando em um ICM de 765%. No ano de 2021 foram 1555 de atividades, representando um ICM de 296%.

O número de atividades amplamente superado é devido ao grande número de ações em parceria realizadas em todos os quadrimestres, proporcionando mais conteúdos sem a necessidade de recursos adicionais de programação, de forma aliada à otimização de recursos de produção técnica e a disponibilização desses conteúdos na Plataforma. É possível mencionar ainda a realização de várias sessões de transmissão de um mesmo conteúdo, bem como a articulação com outros programas geridos pela Amigos da Arte, viabilizando boas negociações em cachês e a otimização dos recursos de programação. Tal superação atesta o know-how adquirido no último ano na operacionalização da Plataforma, possibilitando um aumento significativo de oferta de conteúdos para o público. Tal ação não resultou em despesas adicionais ao orçamento da OS.

O público no 3º quadrimestre foi de 222.656, ocasionando um ICM de 824%. No ano foram 841.325 visualizações, garantindo um ICM de 534%. Assim, para além do incremento de público decorrente da realização de número adicional de ações, é possível perceber a superação da média de público das atividades, o que ocorreu com mais força em abril e em atividades pontuais do 2º e 3º quadrimestres.

No 1º quadrimestre, vale ressaltar que a programação dos 3 primeiros meses do ano atingiu uma média de 307 views, seguindo quase à risca a projeção de 300 views por conteúdo, sendo a ampla superação da meta do período decorrente das atividades de aniversário da plataforma #CulturaEmCasa, com programação especial e ampla mídia espontânea alcançada. Neste período somente três shows foram responsáveis por mais do que a totalidade das 60 mil visualizações previstas para o quadrimestre.

Já no 2º quadrimestre, a média prevista de 300 visualizações por atividade é atingida com 628 atividades de menor visualização do programa, correspondente a 98% do total de produtos

disponibilizados no quadrimestre. De forma que a ampla ultrapassagem da meta, além da realização das atividades adicionais às previstas, é decorrente de 10 atividades atípicas que obtiveram público entre 5 mil e quase 37 mil visualizações. Somente 5 atividades do Festival #CulturaEmCasa (0,7% do total do quadri), notadamente os shows de Geraldo Azevedo, Pato Fu, Luiz Caldas, Mc Tha e Vanessa Camargo, foram responsáveis por mais de 116 mil visualizações - 28% do resultado total do programa no quadrimestre.

Já no 3º quadrimestre, apesar do resultado total superar amplamente a meta, a média de público por atividade ficou em 323, bastante próxima à projeção de 300 views, numa relação de 107%. Os destaques de público do quadrimestre foram para: o programa “#CulturaEmCasaMusical” com os shows da Zélia Duncan e Ivan Lins, que obtiveram 13.850 e 13.710 de público respectivamente; a Mostra de Cinema Internacional que obteve 11.209 visualizações; a série “Brincar e Dançar” com 10.703; o show “40 Anos - Kleiton e Kledir” com 8.239; e a ação “Live Antropofágica” na Agenda Tarsila com 7.845. Somente essas atividades foram responsáveis por 33% do resultado quadrimestre, um total de 75.106 de público. No total, 90 atividades foram responsáveis por 70% do público no quadrimestre.

Os recursos aplicados em atividades virtuais são restritos à produção técnico-artística, cachês, licenciamentos e comunicação, sem haver investimentos diferenciados em infraestrutura e serviços conforme a expectativa ou capacidade de público, tal como ocorre no caso de eventos presenciais. Logo, as projeções orçamentárias praticadas não guardam relação direta com o indicador de público. Desta forma, ressalta-se que o planejamento é realizado considerando a garantia dos resultados mínimos, sendo sempre envidados esforços para garantir sua maximização, o que possibilitou a superação expressiva de metas ao longo de 2021.

É possível observar que a variação de público conforme programação é imprevisível, mas vale ressaltar que há atividades que proporcionam um maior engajamento, notadamente aquelas que envolvem cachês artísticos também superiores à média, atestando um trabalho de curadoria dos conteúdos que resulta em diversidade e amplo alcance.

Assim, a variedade de estratégias e parcerias utilizadas para a disponibilização de conteúdos da plataforma, a manutenção em VOD de conteúdos transmitidos anteriormente, bem como a diversidade curatorial do programa, tem possibilitado a otimização de recursos, a alavancagem de acessos à plataforma e a garantia da ampla difusão ao público heterogêneo.

Vale ressaltar que as ações e público relacionados no quadro de metas não contabilizam ações já relatadas nos demais programas integrantes deste contrato nem outras 300 ações de Organizações Sociais de Cultura paulistas cujos conteúdos são hospedados diretamente nos canais de cada instituição e somente embedados (ou replicados) na plataforma. Somente os conteúdos de organizações sociais hospedados diretamente em canais da Plataforma #CulturaEmCasa, como o Vimeo e Youtube, são contabilizados. Com o público sendo contabilizado individualmente atividade a atividade, também não são contabilizados views de conteúdos publicados anteriormente, bem como outros conteúdos institucionais.

A metodologia, que visa identificar com mais precisão os resultados individuais das atividades diretamente vinculadas e realizadas com recursos orçamentários do programa, no entanto, deixa de

fora um amplo contingente de visualizações no período. Entre 2020 e 2021 foi atingindo um público virtual de 7,1 milhões, sendo 4,2 milhões contabilizados em 2021 na soma de visualizações de vídeos nas contas do programa no Youtube, Vimeo, Facebook, além de visualizações de página e usuários do site e eventuais conteúdos parceiros disponibilizados na plataforma, mas hospedados em outros canais.

4.7. CULTURA EM CASA (CC)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
22	Apresentações/ atividades culturais	39	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	200	228		
					2º Quadri	235	638		
					3º Quadri	90	689		
					ANUAL	525	1555		
					ICM%	100%	296,19%		
		40	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	60.000	210.686		
					2º Quadri	70.500	407.983		
					3º Quadri	27.000	222.656		
					ANUAL	157.500	841.325		
					ICM %	100%	534,17%		
		DADOS EXTRAS							
		40.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	0		
					ANUAL	-	0		
		40.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	210.686		
					2º Quadri	-	407.983		
3º Quadri	-				222.656				
ANUAL	-				841.325				

4.7 + GESTÃO SP (GSP)

O programa realizou a chamada pública Mais Gestão - Capacitação em Economia Criativa para Municípios, no âmbito do Juntos Pela Cultura 2021. O programa previu um conjunto de atividades formativas, com foco na organização e articulação de uma rede estadual de gestores para colaboração e impulsionamento de projetos e práticas dentro da temática da economia criativa.

Foram 26 atividades formativas, entre encontros, palestras, estudos de casos e oficinas envolvendo a temática da Economia Criativa, realizadas entre 18 de outubro e 13 de dezembro de 2021, alcançando 34 participantes de 34 municípios e garantindo um ICM de 106% em número de participantes.

As atividades tiveram como foco fazer da economia criativa um vetor de desenvolvimento dos municípios do Estado de São Paulo, com discussões sobre a relação entre redes e economia criativa, sua importância para a transformação do sistema econômico em nosso estado e as possibilidades que se abrem quando produzimos trocas horizontais entre municípios que possuem desafios semelhantes.

A avaliação geral desta edição do programa foi considerada muito satisfatória, uma vez que 64, % dos participantes o avaliou como ótimo e 30% como bom, conforme pesquisa anexa à prestação de contas. A maioria dos municípios participantes tinham porte populacional entre 100 a 500 mil habitantes. O programa teve um alto engajamento nas palestras, workshops e encontros de estudo de caso.

4.8 + GESTÃO SP (GSP)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
23	Capacitação de gestores municipais	41	Nº de participantes	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	32	34		
					ANUAL	32	34		
					ICM%	100%	106,25%		
		DADOS EXTRAS							
		41. A	Nº de municípios atendidos	Dado Extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	34		
					ANUAL	-	34		

ACESSIBILIDADE

Foram 968 atividades de acessibilidade em diversos programas integrantes do Contrato de Gestão no ano de 2021, alcançando um ICM anual de 233,82%. A previsão inicial era de realização de Libras somente nas atrações da Virada SP Online. Com a otimização de recursos dos programas, sobretudo

facilitada pela atuação virtual, que possibilita a otimização logística e o ganho de escala na contratação de pacotes de serviços, foi possível ampliar o número inicialmente previsto.

As ações ocorreram majoritariamente na Virada SP, com 650 conteúdos dotados de recursos de acessibilidade. Outros programas integrantes do Juntos Pela Cultura realizados em parceria com municípios também tiveram recursos de acessibilidade mobilizados e arcados pelas prefeituras municipais, como o Circuito SP e Tradição SP, que juntos somaram 126 ações. Outros programas que contaram com ações de acessibilidade comunicacional foram o Teatro Sérgio Cardoso, o Museu da Diversidade Sexual, o Apoio LGBTQIA+, o #CulturaEmCasa e o Apoio a Festivais.

Vale a retificação que entraram 03 atividades que não haviam sido contabilizadas no quadrimestre anterior, quando da ocasião de apresentação do 2º relatório de atividades.

ACESSIBILIDADE							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
24	Ações/apresentações com adaptações comunicacionais e/ou medidas de acessibilidades	42	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	234	251
					2º Quadri	36	147
					3º Quadri	144	570
					ANUAL	414	968
					ICM%	100%	233,82%

FINANCIAMENTO E FOMENTO

No ano de 2021 a Amigos da Arte realizou: a inscrição de 01 (um) projeto no PRO-MAC (Programa Municipal de Apoio a Projetos Culturais), o “Batalha De Rimas - Todo Dia Uma Batalha”. O projeto consiste numa programação para o Teatro Sérgio Cardoso alinhado aos objetivos transversais do Contrato de Gestão, sobretudo ao Apoio A Projetos Voltados Para A Cultura Negra, Outras Etnias E Artes Urbanas (Acne); a inscrição do projeto Revelando SP na chamada do Instituto Cultural Vale 2021; e a inscrição do Plano Anual 2022 na Lei de Incentivo à Cultura que foi arquivado pela Secretaria Especial de Cultura do Governo Federal.

A entidade segue sem aprovação definitiva do Plano Anual 2021 apresentado em setembro de 2020 ao PRONAC da Secretaria Especial de Cultura federal, apesar de todos os esforços. O projeto teve análise técnica favorável à aprovação, mas não foi homologado. A situação, compartilhada com outras instituições culturais no país, dificulta a principal estratégia de captação de recursos - mediante incentivo fiscal federal. Segue-se buscando interlocução com o governo federal e prospectando captações apesar do cenário adverso.

Cabe registrar que a Amigos da Arte iniciou ainda esforços para mensuração, ainda em caráter preliminar, dos resultados de recursos não financeiros investidos nos programas do Contrato de

Gestão, viabilizados sobretudo através das parcerias com prefeituras municipais estruturadas através do Juntos Pela Cultura. Com este intuito, a Amigos da Arte mensurou no ano de 2021 R\$1,051 milhão investidos em infraestrutura e serviços pelos municípios participantes dos programas Circuito SP Online (R\$387,5 mil), Virada SP Online (R\$434,45 mil) e 44ª Semana Guiomar Novaes (R\$230 mil). Os valores foram coletados através de declarações dos ordenadores de despesas municipais responsáveis pelas parcerias e seguem anexas à prestação de contas. O valor global apurado é ainda uma amostra pequena perante um conjunto mais expressivo, mas indica caminhos para a mensuração dos recursos despendidos para a garantia dos resultados para além dos recursos do contrato de gestão e captações financeiras tradicionalmente contabilizadas.

FINANCIAMENTO E FOMENTO							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
25	Inscrição de projetos em programas de captação de recursos (editais públicos e/ou privados, leis de incentivo e emendas parlamentares)	43	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	2
					3º Quadri	3	1
					ANUAL	3	3
					ICM%	100%	100,00%

METAS CONDICIONADAS

3.4 APOIO A FESTIVAIS (AF)

No âmbito do programa de Apoio a Festivais, foi demandado pela SEC e executado pela Amigos da Arte o apoio à 11ª edição do FLIV - Festival Literário de Votuporanga, edição online disponibilizada integralmente na plataforma #CulturaEmCasa e no canal do Youtube da Prefeitura Municipal de Votuporanga, entre 05 a 08 de agosto. A ação, que tradicionalmente ocorre em outubro, teve assim metas e execução orçamentária antecipadas. A Amigos da Arte viabilizou o apoio ao evento através da contratação de grandes atrações, como os shows de Toni Garrido, Margareth Menezes e Luedji Luna, além de participantes em debates, contação de histórias e saraus. O público registrado na FLIV-Online foi de 13.667 visualizações em 79 atividades.

A outra Meta Condicionada do programa, referente à produção técnico-artística do projeto Teia Digital não foi realizada, tendo em vista que as ações preliminares necessárias, diretrizes e autorização para execução por parte da SEC não se viabilizaram. Sendo a meta condicionada à demanda da SEC, esta não foi realizada. A Amigos da Arte registra, no entanto, o preparo e disponibilidade para o cumprimento das atividades.

METAS CONDICIONADAS

EIXO 3 – FESTIVAIS ARTÍSTICOS E APOIO A EVENTOS CULTURAIS									
3.4 APOIO A FESTIVAIS (AF)									
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
26	Apoio a evento	44	Nº de apoios	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	1		
					3º Quadri	1	0		
					ANUAL	1	1		
					ICM%	100%	100,00%		
		DADOS EXTRAS							
		44.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	0		
					ANUAL	-	0		
		44.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	13.667		
					3º Quadri	-	0		
					ANUAL	-	13.667		
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
27	Teia Virtual	45	Nº de apoios	Produção técnico artística	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	1	0		
					ANUAL	1	0		
					ICM%	100%	0,00%		
		DADOS EXTRAS							
		45.b	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-	0		
ANUAL	-				0				

4.5. PRÊMIOS E MEDALHAS DE INCENTIVO À CULTURA (PMIC)

A cerimônia do 11º Prêmio Governo do Estado de São Paulo para as Artes foi realizada em 13/12/2021, no Palácio dos Bandeirantes, com público presencial de 250 pessoas.

O evento, produzido pela Amigos da Arte, homenageou os profissionais do setor cultural que se destacaram ao longo de 2020 por suas realizações, com prêmios de R\$ 30 mil para os vencedores de cada uma das 15 categorias, pagos diretamente pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa. São as categorias: Museus, equipamentos e centros culturais; Patrimônio cultural material e imaterial; Grupos, companhias e corpos estáveis; Cultura popular e tradicional; Cultura urbana; Empreendedorismo cultural e criativo; Inovação e tecnologia em arte e cultura; Estudos e pesquisas em cultura e economia criativa; Mostras, festivais, mercados e eventos culturais; Produção cultural independente; Inclusão, diversidade e acesso à cultura; Formação e capacitação em arte e cultura; Livro, leitura e bibliotecas; Comunicação cultural; Iniciativas culturais para crianças e adolescentes. As indicações para a 11ª edição do prêmio levaram em conta realizações nas áreas citadas no biênio 2019/2020.

Na ocasião, também houve condecorações com entrega das medalhas de Tarsila do Amaral (para profissionais que se destacam no campo das artes); Mário de Andrade (letras) e Mérito Museológico Waldisa Rússio Camargo Guarnieri. As indicações para as medalhas consideraram a trajetória profissional de cada indicado e seu histórico de contribuições para o desenvolvimento da cultura de São Paulo e da projeção do Estado no Brasil e no exterior.

O ICM foi de 100%. Ao todo foram homenageadas 50 personalidades do setor cultural.

EIXO 4 – AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO CULTURAL E FORTALECIMENTO DAS IDENTIDADES E DIVERSIDADES CULTURAIS							
4.5. PRÊMIOS E MEDALHAS DE INCENTIVO À CULTURA (PMIC)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
28	Produção técnico artística das Premiações da Cultura de São Paulo	46	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100,00%
		46.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	250
					ANUAL	-	250
		46.B	Nº de público	Dado extra	1º Quadri	-	0

			virtual		2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	0
					ANUAL	-	0

4.6. ECONOMIA CRIATIVA (EC)

No 3º quadrimestre foi entregue o “Estudo de Avaliação e Levantamento de Indicadores do Impacto Econômico e Social dos Programas de Fomento Direto à Cultura e Economia Criativa”, realizado pela FGV (Fundação Getúlio Vargas). A pesquisa utilizou-se dos dados do Juntos Pela Cultura 2021 e ações realizadas diretamente pela SEC como o Proac e a Lei Aldir Blanc para mapear o impacto de políticas de fomento e difusão cultural no setor de cultura e economia criativa no Estado de São Paulo. Dimensionando a geração de renda e postos de trabalho.

Dentre os principais resultados, destaca-se o impacto econômico total de R\$ 688,8 milhões, sendo R\$ 413,6 milhões de forma direta e outros R\$ 275,2 milhões indiretos. Foram R\$ 110,8 milhões em tributos gerados pela movimentação econômica do setor cultural e de economia criativa. Os números totais mostram que para cada R\$ 1,00 gasto na organização/operação das atividades do setor cultural e de economia criativa, são movimentados R\$ 1,67 na economia, indicador que apresenta o quanto o setor cultural e de economia criativa consegue impulsionar a atividade econômica local.

No que se refere ao Juntos Pela Cultura, o trabalho considerou os recursos diretamente investidos pelo Estado, não sendo contabilizados os recursos investidos por prefeituras municipais das ações em parceria. A partir da análise, foi possível identificar que para cada R\$ R\$ 1,00 gasto na organização/operação das atividades do setor, são movimentados na economia R\$ R\$ 1,61. O impacto econômico foi de R\$17,2 milhões de reais e 302 postos de trabalho.

4.6. ECONOMIA CRIATIVA (EC)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
29	Estudos e pesquisas realizadas	47	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100,00%

5.1 PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL (PPPMI)

A meta, condicionada à determinação da SEC, não foi realizada por não terem sido definidas as estratégias e ações pelo órgão, não tendo sido despendidos os recursos orçamentários destinados ao programa.

EIXO 5: PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL							
5.1 PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL (PPMI)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
30	Pesquisa para preservação, valorização e difusão do patrimônio material e imaterial	48	Nº de apoios aos eventos realizados	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	1	0
					ANUAL	1	0
					ICM%	100%	0,00%
		48.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	0
					ANUAL	-	0
		48.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	0
ANUAL	-				0		

CONCLUSÃO

A Amigos da Arte é uma Organização Social que há dezessete anos difunde e fomenta a arte e a cultura no Estado de São Paulo. A trajetória da organização é marcada pela qualidade técnica, artística e de governança, que se refletem na forma de gerenciamento de equipamentos, programas e festivais artístico-culturais.

Os resultados alcançados só foram possíveis mediante a construção e manutenção de um planejamento robusto para a prestação de serviços (sempre fundamentada nos interesses da sociedade) pela preservação dos princípios de governança (avaliação, direcionamento e monitoramento) e de economicidade. No seu escopo de atuação, a Organização Social tem se especializado em realizar políticas culturais direcionadas especialmente à difusão artística.

Concluído o 3º quadrimestre e o ano de 2021, marcado pelo acirramento e posterior suspensão de parte das medidas de emergência e isolamento do Covid-19, pela retomada dos eventos presenciais,

o aprimoramento das estratégias de difusão digital e a consolidação do modelo de chamadas públicas como estratégia para parcerias com municípios e artistas, encerra-se também as atividades relativas ao Contrato de Gestão 007/2016, instrumento conferiu à Amigos da Arte a gestão de todos os Programas e Equipamentos de Difusão Cultural do Governo do Estado de São Paulo, entre os anos de 2016 e 2021.

Foram cumpridas de maneira satisfatória as principais metas de atividades previstas para o quadrimestre e ano, apresentando um resultado que garantiu o atendimento das expectativas alinhadas. O público registrado, de forma geral, superou amplamente as metas e médias mínimas por atividade projetadas, conforme as justificativas apresentadas em cada programa.

A partir da melhora dos índices da pandemia ao longo do ano foi possível realizar a reabertura dos equipamentos, voltando com atividades presenciais e mantendo as atividades virtuais, seguindo sempre todas as medidas de contenção de pandemias, em atenção ao Plano SP e demais regulamentações e obtendo um resultado extremamente positivo em relação ao público.

A ênfase em inovação, tecnologia e criatividade é imperativa e foi objeto de atenção deste Contrato sobretudo através da plataforma #CulturaEmCasa, que introduziu a ênfase em ações de difusão cultural no âmbito virtual e digital, visando o atendimento do interesse público e das diretrizes governamentais, bem como a melhoria das condições, estratégias e execução dos programas previstos no âmbito desta parceria. A Amigos da Arte segue buscando aprimorar a utilização das tecnologias da informação e comunicação como meio de democratizar as informações, facilitar o acesso aos serviços, aumentar a transparência de seus atos, fortalecer o diálogo com a sociedade e impulsionar o desenvolvimento da arte e cultura.

Com gestão de sucessivos contratos desde 2004, os bons resultados e a experiência adquirida fizeram com que a Amigos da Arte tenha atuação especializada no segmento da difusão cultural e na aplicação de políticas públicas no território paulista.

Assim, Amigos da Arte foi vencedora da Convocação Pública – Equipamentos de Difusão Cultural, Programas de Difusão, Circulação, Descentralização e Circulação Cultural, Fomento, Novas Iniciativas, Estudos e Pesquisas em Economia Criativa, publicada em 10 de setembro de 2021 por meio da Resolução SCEC nº 43/2021, celebrando o Contrato de Gestão 02/2022, com vigência de 01/01/2022 a 31/12/2026.

Cabe realçar que nos últimos 5 anos as organizações sociais e instituições públicas tiveram papel fundamental no sentido de defender o direito à cultura (como princípio de cidadania) e o papel da cultura na afirmação da democracia. A Amigos da Arte compreende que desempenhou papel importante nesse histórico, fortalecendo a relação governo-sociedade, descentralizando as ações de difusão para o interior do Estado e promovendo inovações significativas na cadeia produtiva, a exemplo da plataforma #CulturaEmCasa, do Juntos Pela Cultura e das ações em Economia Criativa que possibilitaram a consolidação dos programas, equipamentos e suas marcas como referências e potências no cenário cultural, bem como o reconhecimento de artistas, produtores culturais, gestores públicos, colaboradores, patrocinadores, parceiros, instituições culturais e público.

A proposta de trabalho para o próximo período está balizada em uma extensa experiência prática de colaboração da Amigos da Arte junto ao Poder Público (incluindo a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo e centenas de municípios paulistas parceiros na execução de eventos e projetos). O histórico de atuação também demonstra uma vocação da OS de participar de processos de transformação nos modelos de difusão cultural do Estado de São Paulo, o que é viabilizado pela sua excelência técnica, artística, administrativa e gerencial. Dessa forma, a Amigos da Arte se posiciona de forma apta a assumir um novo Contrato de Gestão, responsabilizando-se por manter o nível de excelência já demonstrado, avaliando dados, aprimorando resultados e evoluindo de forma permanente a fim de obter a melhor performance para o benefício do público.

São Paulo, 15 de março de 2022

Danielle Barreto Nigromonte
Diretora Geral