

RELATÓRIO 2º QUADRIMESTRE 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 à Festivais Artísticos e Atividades Culturais; Encontro com Dirigentes Municipais de Cultura de São Paulo; Tradição SP; Apoio à projetos voltados para a cultura LGBTQ+; 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)	6
1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS (TEA)	12
1.3. MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL (MDS)	14
2.1. VIRADA SP (VSP)	19
2.2. CIRCUITO SP (CSP)	22
3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)	23
3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)	24
3.3. REVELANDO SP (RSP)	26
4.1. TRADIÇÃO SP (TSP)	29
4.2 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT+ (APLGBT+)	30
4.3 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS (ACNOE)	32
4.5. ECONOMIA CRIATIVA (EC)	33
4.6. CULTURA EM CASA (CC)	34
4.7 + GESTÃO SP (GSP)	37
ACESSIBILIDADE	38
FINANCIAMENTO E FOMENTO	38
METAS CONDICIONADAS	39
CONCLUSÃO	42

APRESENTAÇÃO

A Amigos da Arte é uma Organização Social de Cultura que há 16 anos executa políticas públicas culturais no Estado de São Paulo, através da gestão de equipamentos, programas e festivais, em parceria com o Governo do Estado e a Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa. Atualmente faz a execução do CONTRATO DE GESTÃO 007/2016, que findará este ano. Este relatório apresenta os resultados do 2º quadrimestre de 2021, em atendimento às atividades previstas no Plano de Trabalho Anual estabelecido no 14º Aditamento.

O ano de 2021 se iniciou com um cenário incerto acerca de um retorno seguro para atividades e programas que envolvam 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 continuam, ora flexibilizando, ora acirrando-se 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.

Logo no início de março de 2021 o estado entrou em fase vermelha, 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 autorizado 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 de forma global o planejamento para o retorno de atividades presenciais.

Assim, em maio foi possível reabrir a exposição “Ressetar”, suspensa desde o início da pandemia, no espaço expositivo do Museu da Diversidade Sexual, e o Teatro Maestro Francisco Paulo Russo, em Araras. E após um breve período de abertura ao público presencial em janeiro e fevereiro, e operação exclusivamente de gravações e apresentações virtuais, o Teatro Sérgio Cardoso reabriu as portas em junho. Os equipamentos culturais seguiram assim em operação presencial e virtual. Os demais programas com atividades no quadrimestre realizaram a difusão para o público de forma virtual.

Segundo pesquisa do Itaú Cultural, a economia criativa 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. De outubro a dezembro de 2019, havia 7.137.912 indivíduos trabalhando no segmento. Nos mesmos três últimos meses do ano seguinte, o número havia caído para 6.679.994, uma retração de 6,4%. De acordo com a FGV, em 15 meses de paralisação, a perda é equivalente a 1,7% do PIB estadual.

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. 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.

Neste cenário, a Amigos da Arte prossegue com o objetivo de aprovisionar as medidas de retomada do desenvolvimento econômico para o setor. Apesar do cenário complicado, o plano de trabalho da instituição segue prevendo o fortalecimento e proteção necessária da produção cultural independente, em linguagens diversificadas, bem como da cultura popular e tradicional paulista. Sua equipe e parceiros, perseveraram no fortalecimento da economia criativa do estado, criando possibilidades de renda para a cadeia produtiva e garantindo a manutenção de oferta cultural ao público.

Desde 2020 os Planos de Trabalhos firmados trouxeram diversos ajustes em relação aos novos desafios apresentados pela atualidade, sobretudo com a incorporação de atividades de difusão realizadas de forma virtual 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 e diversos parceiros. Em 2021 o Plano de Trabalho segue 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.

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 artistas e a cadeia produtiva da cultura de forma capilar e democrática, mesmo diante do cenário atual, que apesar da retomada progressiva desde abril, ainda impõe restrições.

O 2º quadrimestre de ações da Amigos da Arte no âmbito deste Contrato de Gestão foi marcado também pelo lançamento do aplicativo da plataforma #CulturaEmCasa, ação essa que visa ampliar e facilitar o acesso aos mais de 3000 mil conteúdos disponibilizados, em constante atualização. Houve também o lançamento dos primeiros podcasts produzidos pelo programa: "Mulheres e Justiça" e "Intangível - Cultura, patrimônios e coletividades", com narração de Ailton Krenak.

Outro destaque do 2º quadrimestre foi o lançamento do programa Juntos Pela Cultura, 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.

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. As 12 chamadas integram 9 programas do Contrato de Gestão.

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 julho, mês do Orgulho LGBTQ+. 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 a serem beneficiados.

Dentre os programas que atuam através das chamadas, o Mais Orgulho SP e a Virada SP tiveram a difusão da produção cultural resultante iniciada neste quadrimestre. Os demais seguiram em fase de pré-produção, com eventos e ações finalísticas planejadas para os próximos meses.

Com 20 municípios, de 10 regiões administrativas contempladas, a Virada SP Online 2021 teve os eventos dos municípios de São José dos Campos, Piracicaba, Itapevi e Itanhaém transmitidos em agosto na plataforma #CulturaEmCasa.

Já o Mais Orgulho SP apoiou Paradas LGBTQ+ e eventos virtuais diversos de organizações e coletivos de 11 municípios paulistas - Bauru, Bebedouro, Campinas, Fernandópolis, Peruíbe, São João da Boa Vista, São José do Rio Preto, São José dos Campos, Sertãozinho, Vinhedo e Votuporanga. Os programas seguem com novas atividades no próximo quadrimestre.

Através do programa Apoio a Projetos Voltados para a Cultura LGBTQ+ e em parceria com o Museu da Diversidade Sexual, deu-se continuidade às exposições da série Mais Orgulho Personalidades ao longo

do quadrimestre, bem como iniciou as já mencionadas atividades do programa Mais Orgulho viabilizadas mediante a chamada pública Juntos Pela Cultura 2021.

O Museu da Diversidade Sexual, além da reabertura de Ressetar, no espaço expositivo do MDS, inaugurou duas novas exposições no 2º quadrimestre, a presencial “Memória para autodefesa”, na Linha da Cultura do Metrô, e uma virtual, a “HIV-AIDS e Mídia” em parceria com o Acervo Bajubá e com o Google Arts and Culture. O Museu seguiu ainda com as virtuais Ressetar 3D, disponibilizada em março, Queerentena e as exposições no Google Arts And Culture já disponibilizadas em 2020.

Na plataforma #CulturaEmCasa, durante o 2º quadrimestre, além da Virada SP Online de 04 municípios, houve também o Festival #CulturaEmCasa, com shows de artistas renomados como Emicida, Geraldo Azevedo, Liniker e os Caramelows, entre outros, atividades nas tags Retrospectiva #CulturaEmCasa, Dança #CulturaEmCasa, #CulturaEmCasa Musical, Cine #CulturaEmCasa, Em Cartaz #CulturaEmCasa, Intensivão #CC, Podcast #CulturaEmCasa; os especiais Dia das Mães, Dia da África, e Maratona de Cinema Brasileiro, Arraiá #CulturaEmCasa, Dia do Rock, a série Outras Vanguardas; além do Ponte Aérea (em parceria com os governos do Ceará, Rio Grande do Sul e Espírito Santo); parcerias com produções independentes no Festival de Teatro do Subúrbio - Ano V, de Salvador, Festival Som na Faixa, projeto Brincando na Praça, Festival Olhar Periférico, Festival Imaginações; e governos de outras nações, como no Festival de Arte Folclórica da Índia. Em parceria com organizações sociais vinculadas ao Governo do Estado de São Paulo ocorreu também a transmissão do “51º Festival De Verão E Inverno Campos Do Jordão” e da “Cerimônia de abertura do novo Museu da Língua Portuguesa”, eventos de destaque do calendário da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo.

Os resultados da comunicação e mídias do segundo quadrimestre também foram exponenciais. Foram mais de 1322 matérias com uma valoração total de mais de R\$ 8,2 milhões.

Referente à manutenção e infraestrutura do Teatro Sérgio Cardoso, neste quadrimestre, a Amigos da Arte realizou 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.

O segundo quadrimestre também manteve o processo de implantação da LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709 sancionada em 14/08/2018) dentro da Organização. Com reuniões semanais do comitê, a Amigos da Arte segue revendo e aperfeiçoando todos os seus processos que envolvam a coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais para atendimento dos padrões exigidos pela lei.

Assim, a Amigos da Arte, em seu segundo quadrimestre de 2021 desempenhou seu trabalho curatorial, de gestão e produção, 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 segundo quadrimestre de 2021 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 2º 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 1º quadrimestre da **Sala Nydia Licia** contou com o novo formato de apresentações através do Teatro Sérgio Cardoso Digital - espetáculos virtuais com venda ou distribuição de ingressos e exibição online fechada através da plataforma Sympla Streaming, permitindo que sejam realizadas temporadas de espetáculos e viabilizando o estudo de alternativas de receita e sustentabilidade para o teatro e para as produções artísticas. Foram também realizadas transmissões de premiações em parceria com produtores independentes, além da gravação de espetáculos contemplados no programa de fomento ProAC Expresso LAB, como apoio à viabilização às produções contempladas no programa de fomento da Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

O 2º quadrimestre deu seguimento à Sala Digital, às transmissões de premiações artísticas e culturais independentes e reabriu em junho para o público presencial com a já tradicional temporada da São Paulo Companhia de Dança, apresentada também virtualmente na plataforma #CulturaEmCasa. Apresentou ainda show e espetáculos teatrais em formato híbrido, além de apresentações de dança exclusivamente presenciais. Foram realizadas no total 46 atividades, sendo 25 através da sala digital, 11 transmissões e 10 atividades presenciais. Destas 46, 14 se referem a apresentações híbridas, sendo 7 presenciais e 7 em sala digital, o que permitiu a realização das atividades além das 40 inicialmente previstas, garantindo um ICM (Índice de cumprimento de meta) quadrimestral de 115%, otimizando os recursos disponíveis.

Na programação da sala digital, foram realizadas as últimas apresentações da temporada de "A Despedida", realizadas as temporadas de "Começar Outra Vez", de "Sob Aquelas Palavras" junto a "Raça Por Elas", as apresentações da Mostra Feminina de Dança, e de "Auê", da Barca dos Corações Partidos. Houve ainda a transmissão aberta dos Prêmios APCA, do Prêmio Dinamite, a transmissão e o presencial dos espetáculos da São Paulo Companhia de Dança, do show "Pantera" e de "Palhaços", além das apresentações exclusivamente presenciais de Fluorescência, do Ballet Stagium.

O público por atividade em sala digital ou presencial ainda se apresenta reduzido em relação ao público presencial pré-pandêmico e também se comparado às transmissões online gratuitas e abertas, mas se configuram como estratégia importante para a retomada da exploração de bilheteria para a viabilidade financeira do teatro e das produções artísticas, bem como novas estratégias de oferta e consumo cultural.

A meta de público, no entanto, foi amplamente superada com um ICM de 644%, resultado obtido: a) com a retomada das atividades para o público presencial na sala, que em média ocupou 201 lugares frente aos 62 previstos, em apresentações como da São Paulo Companhia de Dança, nas dos “Palhaços” Dedé Santana e Fioravante de Almeida, do show “Pantera”, com Denise Assunção, ambos dirigidos por Alexandre Borges, e da estreia de “Fluorescência” do Ballet Stagium em homenagem aos seus 50 anos; b) com as transmissões de espetáculos, nas quais 5 apresentações ultrapassam mais de 1000 visualizações, como as transmissões da cerimônia do Prêmio África e das exibições da temporada da São Paulo Companhia de Dança, atividades que ultrapassaram a média prevista de 300 visualizações; c) com o resultado excepcional da curta temporada em sala digital das apresentações do espetáculo inédito “Sobre Aquelas Palavras”, da Cia Experimental do Grupo Raça, e da série “Raça, Por Elas”, do Grupo Raça Cia de Dança, com 450 ingressos em média, tendo as demais atividades de sala digital obtido, em média 24 ingressos, seguindo a previsão inicial e os resultados do primeiro quadrimestre.

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 para além dos períodos de isolamento social.

1.1. TEATRO SERGIO CARDOSO (TSC)							
1.1.1. SALA NYDIA LICIA (SNL)							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
1	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	1	Nº total de ações	Meta de produto	1º Quadri	16	16
					2º Quadri	40	46
					3º Quadri	40	
					ANUAL	96	62
					ICM%	100%	64,58%
		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	
					ANUAL	4.524/4.960	20.034
					ICM %	100%	403,91%
DADOS EXTRAS							

	1.A	N° de ações em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	3
				2º Quadri	-	34
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	37
	2.A	N° de público em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	431
				2º Quadri	-	15.676
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	16.107
	2.B	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	2010
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	2010
2.C	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	2056	
			2º Quadri	-	15.968	
			3º Quadri	-		
			ANUAL	-	18.024	

A **Sala Paschoal Carlos Magno** teve os dois primeiros meses do ano com atividade aberta ao público exclusivamente presencial, suspendendo a temporada prevista para março no momento de acirramento da pandemia e migrando para a sala digital em abril. O 2º quadrimestre manteve de forma permanente a diversificação das estratégias, com intensificação progressiva de suas atividades, realizando um total de 81 apresentações, sendo 40 exclusivamente virtuais, 11 apresentações exclusivamente presenciais e 15 apresentações híbridas (adicionando à contagem 15 apresentações digitais e 15 presenciais).

O ICM de meta produto do quadrimestre para a sala foi de 202%. A previsão inicial estabeleceu a realização de pouco mais de 2 atividades semanais na sala, tal como experimentado no primeiro quadrimestre. Os meses de maio e junho seguiram a previsão, com pequenas temporadas e apresentações sequenciais. Mas em julho e agosto foi possível aumentar a oferta de atividades, 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 resultado de público foi de 3104 pessoas no quadrimestre, garantindo um ICM quadrimestral de 369%. O público médio das atividades presenciais foi de 30 pessoas, 3 vezes a previsão e 50% a mais do que o registrado no quadrimestre anterior, demonstrando uma retomada do público progressiva em atividades presenciais. Já o público médio por atividade virtual foi de 41 pessoas, 2 vezes a previsão e ligeiramente acima do verificado no quadrimestre anterior. A ampla ultrapassagem da meta de público se deve, assim, à quantidade adicional de atividades viabilizadas em relação à meta e, provavelmente, 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. Ressalte-se ainda que o contingente adicional de pessoas presente nas atividades é numericamente pequeno por atividade, ainda que implique em um aumento percentual significativo.

Na programação, as temporadas de “A Genealogia Celeste de Uma Dança”, “Propriedades Condenadas”, “Monstro”, “Bicicleta de Papel”, “Swing Era”, “Sofisma”, “O Super C” e “Hamlet:16x8”, além dos recitais da semifinal e premiação do “Concurso Brasileiro de Canto Maria Callas”.

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.

1.1.2. SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO (SPCM)							
Nº	Ação	Nº Indicador	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	
					ANUAL	117	118
					ICM%	100%	100,85%
		4	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	491	920
					2º Quadri	440/840	3104
					3º Quadri	440/840	
					ANUAL	1.140/1.911	4024
					ICM %	100%	210,57%
DADOS EXTRAS							

	3.A	N° de ações em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	11
				2º Quadri	-	43
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	54
	4.A	N° de público em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	389
				2º Quadri	-	2.301
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	2.690
	4.B	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	531
				2º Quadri	-	803
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	1334
	4.C	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	389
				2º Quadri	-	2301
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	2690

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. 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 a única atividade realizada no Facebook é responsável por mais da metade do público do quadrimestre. A ampla superação da meta decorre, assim, da bem sucedida alteração de estratégia, sem desembolso de recursos adicionais aos previstos, que deverá ser mantida para o próximo quadrimestre.

Com a mudança de estratégia, as 18 atividades previstas para o 2º quadrimestre atingiram um público total de 807, com ICM quadrimestral de 344%. Não considerada a atividade realizada através do Facebook, as ações no Zoom tiveram de 11 a 43 pessoas por sessão, com uma média de 19 pessoas frente a uma previsão mínima de 13 pessoas em média (140% da previsão), e frente a presença de 18 pessoas em média no 1º quadrimestre. Vale ressaltar que a variação do número de pessoas presentes

nessas atividades do Zoom era numericamente pequena em relação à meta, apontando para um planejamento adequado, de forma que a ampla superação percentual se justifica pela pequena magnitude dos números absolutos, além da mudança de plataforma de disponibilização da ação para o público.

1.1.3. ESPAÇOS ALTERNATIVOS (EA)									
Nº	Ação	Nº Indicador	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			
					ANUAL	41	26		
					ICM%	100%	63,41%		
		6	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	104	146		
					2º Quadri	234	807		
					3º Quadri	195			
					ANUAL	533	953		
					ICM %	100%	178,80%		
		DADOS EXTRAS							
		6.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	0		
		6.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	146		
					2º Quadri	-	807		
3º Quadri	-								
ANUAL	-				953				

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

Para a celebração do ano em que o Teatro Maestro Paulo Russo comemora 03 décadas, o quadrimestre contou com a reabertura das atividades presenciais para o público, bem como a abertura do projeto de sala digital, já experimentado no Teatro Sérgio Cardoso no quadrimestre anterior.

As atividades se iniciaram em maio e seguiram por todo o quadrimestre com o Festival de Humor, que contou com apresentações de stand-up e comédia musical, além de espetáculos para o público infantil. Realizou ainda apresentação do Ballet Stagium, em espetáculo que celebra seus 50 anos, possibilitado por parceria com o corpo artístico, que também se apresentou no Teatro Sérgio Cardoso, em São Paulo. A programação de retomada apostou em linguagens que tradicionalmente obtêm bons resultados de plateia, visando reaproximar o público do teatro, que se manteve fechado no primeiro quadrimestre em razão da pandemia de Covid-19 e em longo período de 2020, quando as atividades foram retomadas em novembro.

O planejamento para o Teatro de Araras previa uma retomada de atividades pontuais, com intensificação no 3º quadrimestre. Mas com a melhoria do cenário pandêmico no município e no estado foi possível ampliar progressivamente o uso do teatro ao longo dos últimos meses. Como resultado, foram realizadas 25 apresentações, sendo 14 digitais e 11 presenciais (sendo 6 exclusivamente digitais e 3 exclusivamente presenciais), garantindo um ICM quadrimestral de 625%.

A ampla superação de meta foi viabilizada pela contratação significativa de stand-ups no conjunto da programação, tradicionalmente apresentadas por um ator solo e poucos elementos cênicos, de forma a viabilizar uma maior quantidade de cachês em relação a espetáculos de grupos artísticos com grande número de integrantes a remunerar, com montagem mais complexa e logística mais cara. O incremento decorre ainda do custo reduzido das sessões de transmissão virtual adicionais de espetáculos já gravados, como nos casos das apresentações de Rafael Cortez e Wilson Santos, além de negociações otimizadas em conjunto com outros programas, cessão de espaço para espetáculos remunerados por bilheteria, além de parcerias não onerosas como a do Ballet Stagium. Ainda assim, foi parcialmente antecipado o orçamento previsto para o último quadrimestre, já considerado um planejamento de atividades em parceria de baixo custo para os próximos meses, de forma a garantir a manutenção de atividades regulares até o fim do ano, sem prejuízo das metas estabelecidas.

Em decorrência da ampla superação da meta de atividades, também houve superação da meta mínima de público, com ICM quadrimestral de 415%, possibilitado por 1058 pessoas no presencial e 603 no virtual. A ampliação do público, porém, não acompanhou a mesma ampliação das atividades. A média por apresentação virtual foi de 43 ingressos na sala digital frente às 100 visualizações inicialmente previstas para transmissões, que, no entanto, estavam previstas em menor número. Já a média por apresentação presencial foi surpreendentemente quase 3 vezes maior do que a previsão média mínima de 34, sinalizando de forma contundente a adesão do público presencial à programação ofertada.

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 espetáculos/ atividades culturais (sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)	7	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	1	1	
					2º Quadri	4	25	
					3º Quadri	8		
					ANUAL	13	26	
					ICM%	100%	200,00%	
		8	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	34/100	624	
					2º Quadri	136/400	1.661	
					3º Quadri	272/800		
					ANUAL	442/1.300	2.285	
					ICM %	100%	175,77%	
		DADOS EXTRAS						
		7.A	Nº de ações em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	1	
					2º Quadri	-	21	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	22	
		8.A	Nº de público em parceria	Dado extra	1º Quadri	-	624	
					2º Quadri	-	1.183	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	1.807	
		8.B	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
2º Quadri	-				1.058			
3º Quadri	-							
ANUAL	-				1.058			
8.C	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	624			
			2º Quadri	-	603			

					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	1.227

1.3. MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL (MDS)

O MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL teve todas as suas metas atingidas ou superadas. O quadrimestre apresentou um ICM de novas exposições de 100%. Foi aberta a **exposição** “Memória para Autodefesa”, presencial, na Linha da Cultura do Metrô, em espaço da Estação República, mesmo local onde está instalado o espaço expositivo permanente do Museu. A exposição destaca o protagonismo de mulheres lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais no combate a violências de gênero. Também foi aberta a exposição “HIV-AIDS e Mídia”, digital, disponibilizada no Google Arts and Culture em parceria com Acervo Bajubá. Ainda houve a reabertura da exposição *Ressetar* no mês de maio, no espaço expositivo do Museu, inaugurada no início de 2020 e suspensa até então por conta do fechamento do espaço. Por não se tratar de nova exposição, não está contabilizada na meta. O Museu seguiu ainda com as virtuais *Ressetar* 3D, disponibilizada em março, *Queerentena* e as exposições no Google Arts And Culture já disponibilizadas em 2020.

Em relação ao público, houve um ICM quadrimestral de 351%, resultado de 8.863 acessos, sendo 2.267 pessoas nas exposições presenciais e 6.596 visualizações das exposições virtuais. O resultado acima do previsto 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. Se nos dois primeiros meses do ano, em média, verificava-se cerca de 122 visualizações por exposição por mês, com a inauguração de *Ressetar* 3D atingiu-se em média cerca de 190 visualizações, alcançando o patamar médio de 270 visualizações por exposição em junho, após a abertura das novas exposições presenciais e virtuais. Trata-se de comportamento de público não identificado na ocasião de proposição do Plano de Trabalho e, portanto, não previsto no desenho de metas proposto. Verificase uma retomada ainda tímida do público presencial, se considerados os parâmetros pré-pandêmicos, mas progressiva ao longo dos meses, quase que triplicando de junho para agosto, 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.

Registra-se que o público virtual informado em dado extra do relatório do 1º quadrimestre foi corrigido de 3.591 para 3.581, onde havia erro de digitação. E após, indagação da Secretaria, foi excluído o público presencial lançado somente em dado extra, de 3.719 pessoas, considerando que, conforme exposto em justificativa do relatório anterior, trata-se de exposição que registrou esse público, mas que não foi contabilizada em meta por ocorrer fora do espaço da sede.

Acerca da meta de **Itinerâncias de acervo** não houve meta prevista nem realizada para o quadrimestre.

No âmbito das **ações educativas**, o Núcleo de Educação do MDS realizou visitas mediadas e sensibilizações de grupos agendados de forma presencial, atividades de mediação online, além da participação no webinar Museus, Mulheres e Ciências, integrante do Seminário de Metodologias de Pesquisa em Museus, seguindo com a aplicação de demandas advindas de pesquisas de público na programação e temática das atividades, assim como no fortalecimento de redes de parceiros. Seguiu-se ainda com reuniões diárias da equipe e monitoramento conjunto das atividades desenvolvidas. 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 162%, com 13 atividades. Essa ampliação do oferecimento de ações ao público decorreu da retomada das ações de mediação em exposições presenciais no final de julho, permitindo antecipar parte das metas do 3º quadrimestre. A equipe se debruçou em realizar essas atividades de forma presencial a partir da demanda, sem onerar o orçamento além da previsão, uma vez que a realização foi executada por equipe da casa.

O público destas atividades foi de 276 pessoas/visualizações, com média de 21 por atividade, próxima a previsão estabelecida em meta média mínima por atividade de 20. No entanto, ao público destas atividades, somou-se o público, obtido no quadrimestre, de 826 novas visualizações das atividades disponibilizadas no quadrimestre anterior, sobretudo com a série de lives “Mona, Se Cuida, Se Ama”. Desta forma o público do 2º quadrimestre totalizou 1.102, refletido em um ICM quadrimestral de 688%, sem que houvesse novos esforços ou recursos empenhados para a obtenção deste público adicional à previsão.

Em relação às **Ações Culturais**, foram 13 atividades em ambiente on-line, garantindo um ICM de 100%, com destaque para a live “25 anos de orgulho LGBTQIA+ - Palco da Diversidade” realizada em celebração ao Dia do Orgulho e em parceria com Associação da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo e a casa noturna Blue Space, além de live sobre a exposição “Ressetar” e o lançamento do livro “Páginas de Transgressão”.

Registra-se neste relatório que as metas de público pactuadas para as Ações Culturais (nº indicador 16), encontram-se equivocadamente lançadas no campo de nº de público presencial, dado extra com nº de indicador 16 A, devendo ser desconsiderados os valores lançados no indicador 16. Desta forma, a meta de público efetivamente prevista é de 260/2.340, 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, previu uma margem de risco de 40% em relação ao resultado médio de público por atividade digital em 2020, de 303 visualizações, considerando a queda natural do público virtual, resultado da diversificação da oferta cultural digital e a própria retomada de atividades presenciais culturais e sociais.

Considerado, portanto, o valor de 2.340 como meta mínima de público, temos um ICM quadrimestral de 759%, resultado de 17.768 visualizações nas ações. A ampla superação da meta se deve sobretudo ao número expressivo da live “25 anos de orgulho LGBTQIA+ - Palco da Diversidade”, que obteve 11.669 visualizações decorrentes da transmissão multiplataforma, realizada no âmbito das parcerias

já mencionadas, e da importância da efeméride para a comunidade LGBTQ+ e para o calendário de eventos mundial. Descontada esta live, o público das lives disponibilizadas no quadrimestre anterior e a live sobre a exposição “Ressetar” (realizada entre o lançamento da versão 3D e a reabertura da exposição presencial após mais de 1 ano do Museu fechado e que obteve cerca de 600 visualizações, demonstrando o engajamento da comunidade com a retomada das atividades no espaço), as demais 11 atividades obtiveram, em média, 211 visualizações, com um resultado de 117% em relação à média de 180 visualizações por atividades prevista inicialmente. O bom resultado não aumentou o orçamento já alocado para a realização das ações.

O resultado das ações culturais do 1º quadrimestre recebe correção neste relatório, tendo por equívoco omitido 01 (uma) atividade realizada em janeiro ("Archivo de las Memorias Trans", com Maria Blén) e o respectivo público. Assim o resultado de nº de ações passa de 7 para 8, com ICM quadrimestral de 114%, e o de público de 1948 para 2142, cujo ICM quadrimestral passa a 637%.

A justificativa referente à ampla superação de público 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 resultado médio do primeiro quadrimestre de 2021 ficou ainda ligeiramente abaixo do resultado de 2020, mas significativamente acima da meta mínima prevista, com 278 views em média. O bom resultado global pode ser atribuído ainda à pertinência da programação e aos resultados significativos sobretudo da live de Luiza Pessoa e do Sarau LGBTQ, ambas acima de 460 pessoas.

No âmbito das ações previstas de **Manutenção de reserva técnica** houve 171 catalogações, referentes a documentos da exposição digital Queerentena, com resultado abaixo da meta pactuada para o 2º quadrimestre. As ações remanescentes serão realizadas ao longo do 3º quadrimestre cumprindo com a meta anual do produto.

Em relação a meta produto **Ações de integração ao SISEM**, não havia previsão para o 2º quadrimestre e deverá apresentar o resultado ao final do ano.

Nº	Ação	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			
					ANUAL	4	3		
					ICM%	100%	75,00%		
		10	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	1100	3.581		
					2º Quadri	2520	8.863		
					3º Quadri	2520			
					ANUAL	6140	12.444		
					ICM %	100%	202,67%		
		DADOS EXTRAS							
		10.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	2.267		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	2.267		
10.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	3.581				
			2º Quadri	-	6.596				
			3º Quadri	-					
			ANUAL	-	10.177				

Nº	Ação	Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
6	Itinerâncias de acervo	11	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	0			
					ANUAL	0	0		
					ICM%	100%	-		
		12	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	0			
					ANUAL	0	0		
					ICM %	100%	-		
		DADOS EXTRAS							
		11.A	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	0		
		12.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-			
ANUAL	-				0				
12.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0				
			2º Quadri	-	0				
			3º Quadri	-					
			ANUAL	-	0				

Nº	Ação	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			
					ANUAL	37	32		
					ICM%	100%	86,49%		
		14	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	380	1.683		
					2º Quadri	160	1.102		
					3º Quadri	200			
					ANUAL	740	2.785		
					ICM %	100%	376,35%		
		DADOS EXTRAS							
		14.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	35		
					2º Quadri	-	121		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	156		
		14.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	1648		
					2º Quadri	-	981		
					3º Quadri	-			
ANUAL	-				2629				

Nº	Ação	Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
8	Ações culturais	15	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	7	8		
					2º Quadri	13	13		
					3º Quadri	12			
					ANUAL	32	21		
					ICM%	100%	21,88%		
		16	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	336	2142		
					2º Quadri	624	17.768		
					3º Quadri	576			
					ANUAL	1536	19.910		
					ICM %	100%	345,66%		
		DADOS EXTRAS							
		16.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	140/1.260	0		
					2º Quadri	260/2.340	0		
					3º Quadri	240/2.160			
					ANUAL	-	0		
		16.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	2142		
2º Quadri	-				17.768				
3º Quadri	-								
ANUAL	-				19.910				

Nº	Ação	Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
9	Manutenção de reserva técnica (catalogações/higienizações, acondicionamentos, reparos e/ou digitalização de obras de acervo)	17	Nº de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	300	171
					3º Quadri	300	
					ANUAL	600	0
					ICM%	100%	0,00%
Nº	Ação	Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
10	Ações de integração ao SISEM	18	Nº de ações - elaboração de Regimento Interno do MDS	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	1	
					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.

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. 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. Entre os destaques de acesso, via plataforma #CulturaEmCasa, principal canal de exibição do programa, estão os shows dos artistas Oswaldo Montenegro, Novos Praianos, Dudu Nobre, Maglore, Renato Teixeira, Juca Juquery e Sérgio Dias.

Com estes eventos, o 2º quadrimestre teve as metas de ações e público do programa superadas. No que diz respeito ao número de apresentações/atividades culturais, foram realizadas 58 atividades frente a uma meta de 36, obtendo um ICM quadrimestral de 161%. Eram previstas, em média, 09 atividades por evento, sendo realizadas pouco mais de 14, 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 superação 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.

Ainda assim, em relação à meta de público, com um número total de 47.321 visualizações, atingiu-se um ICM quadrimestral de 136%. A média de visualizações teve uma variação entre cerca de 8.000 e 14.000 visualizações por evento, com superação da meta, uma vez que a média de público projetada foi de 8.680 visualizações por evento, em média. 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 queda do engajamento em geral das atividades online e a possibilidade da redução do porte e engajamento dos municípios participantes. Vale destacar que os 04 municípios participantes no quadrimestre possuíam entre 100 mil e quase 800 mil habitantes, sendo considerados de grande porte populacional se considerado o perfil dos 645 municípios paulistas, sendo este certamente um dos elementos decisivos na superação da meta de público. Vale ressaltar que a série histórica é recente para o público online próprio do programa. Ao público total do quadrimestre foram somadas, ainda, mais de 4.700 novas visualizações de atividades transmitidas no quadrimestre anterior, demonstrando que a permanência dos conteúdos para visualização por demanda gera novos acessos de público para o evento, ainda que de maneira residual. A superação da meta de público não implicou em despesas adicionais às previstas no programa.

Apesar da continuidade do programa em formato online desde 2020, os resultados do 2º quadrimestre são satisfatórios para o acesso da população a bens culturais e artísticos a partir dessa iniciativa. A #ViradaSPOnline continua sendo uma programação de bom repertório e engajamento do público e prefeituras municipais.

2.1. VIRADA SP (VSP)								
Nº	Ação	Nº Indica dor	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		
					ANUAL	400	283	
					ICM%	100%	70,75%	
		20	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	95.480	186.622	
					2º Quadri	34.720	47.321	
					3º Quadri	138.880		
					ANUAL	269.080	233.943	
					ICM %	100%	86,94%	
		DADOS EXTRAS						
		19.A	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	11	
					2º Quadri	-	4	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	15	
		20.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	0	
20.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	186.622			
			2º Quadri	-	47.321			
			3º Quadri	-				
			ANUAL	-	233.943			

2.2. CIRCUITO SP (CSP)

Não houve atividades previstas nem realizadas para o quadrimestre. Vale registrar que foi realizada chamada pública para a seleção dos municípios participantes e iniciada a parceria com as prefeituras locais, com o início da programação e de algumas gravações, não tendo sido ainda transmitidos os conteúdos, que integrarão os resultados do próximo quadrimestre.

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	0		
					3º Quadri	80			
					ANUAL	145	65		
					ICM%	100%	44,83%		
		22	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	45.500	46.612		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	24.000			
					ANUAL	69.500	46.612		
					ICM %	100%	67,07%		
		DADOS EXTRAS							
		21.B	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	55		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	55		
		22.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
3º Quadri	-								
ANUAL	-				0				
22.B	Nº de público	Dado extra	1º Quadri	-	46.612				

			virtual		2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	46612

3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)

Não houve atividades previstas nem realizadas para o quadrimestre. A 44a. Semana Guiomar Novaes ocorrerá entre 18 e 26 de setembro em São João da Boa Vista, de forma presencial e online. Integra a programação o Concurso de Piano Guiomar Novaes, que, neste quadrimestre, selecionou pianistas participantes através de chamada pública Juntos Pela Cultura 2021.

3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)									
Nº	Ação	Nº Indica dor	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			
					ANUAL	40	0		
					ICM%	100%	0,00%		
		24	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0		
					2º Quadri	0	0		
					3º Quadri	42.000			
					ANUAL	42.000	0		
					ICM %	100%	0,00%		
		DADOS EXTRAS							
		24.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	0		

				1º Quadri	-	0
		24.B	Nº de público virtual	Dado extra	-	0
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	0

3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)

O Festival Paulista de Circo desde 2020 teve seu formato repaginado para a adaptação ao ambiente virtual. A chamada pública Juntos Pela Cultura de 2020 selecionou números circenses, oficinas e espetáculos de companhias de repertório e circos itinerantes para o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais para o festival. Os materiais produzidos pelos próprios artistas e entregues no final de 2020 tiveram exibição iniciada em dezembro de 2020 e seguiram sendo transmitidos no 1º quadrimestre de 2021.

O resultado das atividades do 1º quadrimestre foi atualizado neste relatório de 89 para 121 atividades. A atualização corrige o número de atividades que compunham 2 dos vídeos disponibilizados, além de incluir 1 vídeo transmitido não contabilizado inicialmente. A previsão traçada inicialmente continha o mesmo equívoco da contabilização e não implicou no aumento de recursos porque se referiam à mesma previsão de edição e transmissão de vídeos, no total de 49 no 1º quadrimestre. O resultado de público não tem alteração, considerando as atividades integrarem vídeos que já tinham tido seu resultado de visualizações apurado.

Já no 2º quadrimestre foram disponibilizadas outras 122 atividades 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 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 destes materiais para disponibilização, sem prejuízo das atividades previstas para o próximo quadrimestre. Como resultado, foram 243 atividades disponibilizadas através de 77 vídeos nos dois quadrimestres, referentes a conteúdos gravados em 2020.

O público do 2º quadrimestre contou assim com as visualizações dos novos conteúdos, bem como daqueles disponibilizados no quadrimestre anterior, amplificando amplamente a difusão dos conteúdos, com 13.575 visualizações não previstas, sem impacto orçamentário ou nas metas previstas para o próximo quadrimestre.

O 2º quadrimestre contou ainda com a publicação da Chamada Pública Festival de Circo Online de São Paulo, integrante do Juntos Pela Cultura 2021. Foram 627 projetos inscritos, oriundos de 106

municípios e 14 regiões administrativas. Foram selecionados 200 projetos em versão online, sendo 20 espetáculos de circo itinerantes, 30 espetáculos de companhias de repertório e 150 números circenses. Dos selecionados, foram 98 propostas da capital e 102 do interior, litoral e região metropolitana, totalizando 44 municípios de origem. Os resultados foram divulgados em 02 de julho e, a partir de então, foi iniciado o contato com artistas, oferecida capacitação audiovisual, realizados os trâmites para entrega dos vídeos e recebimento dos prêmios, entre outras atividades de pré-produção. Parte dos números foi ainda gravada pela Amigos da Arte nos teatros Sérgio Cardoso e de Araras, conforme manifestação de interesse dos selecionados, garantindo padrão audiovisual de qualidade para a composição dos vídeos de cabaré.

Assim, para o próximo quadrimestre está prevista a disponibilização ao público dos conteúdos produzidos através da chamada pública 2021. Entre as atrações, são previstas técnicas variadas, como acrobacias, aéreos, contorcionismo, equilibrismo, força capilar, mágica ou ilusionismo, malabares, mímica, palhaçaria, perna-de-pau, pirofagia, entre outros. O Festival de Circo Online de São Paulo 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, de forma a promover o fortalecimento dessa expressão artística e trazer para o ambiente virtual a magia e o universo circense paulista.

O desenvolvimento de estudo de viabilidade técnica de espaço para circo de lona, referente à meta 15, encontra-se em andamento e deverá ser concluído no 3º quadrimestre, conforme a previsão.

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	
					ANUAL	249	243
					ICM%	100%	97,59%
		26	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	26.700	27.518
					2º Quadri	0	13.575
					3º Quadri	18.690	
					ANUAL	45.390	41.093
					ICM %	100%	90,53%
DADOS EXTRAS							

		26.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	0
		26.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	27.518
					2º Quadri	-	13.575
					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	27518
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	Nº de estudos realizados	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	1	
					ANUAL	1	0
					ICM%	100%	0,00%

3.3. REVELANDO SP (RSP)

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 próximo quadrimestre. Como resultado, foram 280 atividades disponibilizadas através de 92 vídeos nos dois quadrimestres, referentes a conteúdos gravados em 2020. Os vídeos contemplaram 66 municípios no 1º quadrimestre e 25 no 2º quadrimestre. Excluída a duplicidade de municípios que tiveram vídeos em ambos os períodos, foram 75 municípios com vídeos até o momento neste ano.

O público do 2º quadrimestre contou assim com as visualizações dos novos conteúdos, bem como daqueles disponibilizados no quadrimestre anterior, amplificando amplamente a difusão dos conteúdos, com 5.705 visualizações não previstas, sem impacto orçamentário ou nas metas previstas para o próximo quadrimestre.

O 2º quadrimestre contou ainda com a publicação da Chamada Pública Revelando SP Online 2021, que selecionou 312 ações da cultura tradicional paulista, oriundas de 94 municípios, sendo 140 atividades de artesanato, 72 atividades de culinária e 100 manifestações artísticas. Foram 237 ações selecionadas na categoria 1, que iniciaram a produção de registros audiovisuais de 03 a 05 minutos de duração para difusão em redes sociais municipais, e 75 ações selecionadas na categoria 2, com a produção de registros audiovisuais de 07 a 15 minutos de duração, para disponibilização na Plataforma #CulturaEmCasa. Os conteúdos serão difundidos ao público no último quadrimestre.

Ainda no âmbito do programa, foram publicadas as chamadas públicas Programa de Capacitação Revelando SP e Concurso de Viola Caipira Revelando SP. O Programa de Capacitação recebeu 145 propostas de 67 municípios e selecionou 60 empreendedores, 37 artesãos e 23 culinaristas de 37 municípios, que também terão gestores municipais participando de atividades direcionadas. As ações de capacitação previstas para o último quadrimestre visam qualificar e colaborar para o desenvolvimento da atividade econômica e da sustentabilidade de artesãos e culinaristas responsáveis pela produção e comercialização de produtos de origem artesanal que valorizem as tradições culturais dos municípios e regiões do Estado de São Paulo.

Já o Concurso de Viola Caipira recebeu 155 inscrições de 91 municípios e selecionou 50 violeiros e violeiras de 34 municípios. Estes receberão o Prêmio Revelando Violeiros e ficam aptos a concorrer ao Prêmio do Público, mediante votação popular online. Dentre os 50 já foram escolhidos também os ganhadores do Prêmio Viola +50 e o Prêmio Violeira Revelando SP. Os 10 melhores colocados na primeira etapa de avaliação do Júri, já realizada, participarão de final presencial ao vivo prevista para novembro, na qual os 3 melhores violeiros receberão o Prêmio Revelando SP de Viola Caipira.

Os episódios do Revelando SP nos dois primeiros quadrimestres trouxeram especificidades das culturas tradicionais locais, 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. As atividades previstas para o próximo quadrimestre devem ampliar o alcance das ações.

Os conteúdos expostos pelo Revelando SP, atestam a capacidade das estratégias utilizadas no programa e 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 Indica dor	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			
					ANUAL	480	280		
					ICM%	100%	58,33%		
		29	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	28.160	28.947		
					2º Quadri	0	5.705		
					3º Quadri	19.298			
					ANUAL	47.458	34.652		
					ICM %	100%	73,02%		
		DADOS EXTRAS							
		28.A	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	-	66		
					2º Quadri	-	25		
					3º Quadri	-			
					ANUAL	-	75		
		29.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0		
2º Quadri	-				0				
3º Quadri	-								
ANUAL	-				0				
29.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	28.947				
			2º Quadri	-	5.705				
			3º Quadri	-					
			ANUAL	-	34.652				
Nº	Ação	Nº Indica dor	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado		
17	Capacitação de	30	Nº de	Meta de	1º Quadri	0	0		

	artesão e/ou culinaristas		participantes	produto	2º Quadri	0	0
					3º Quadri	48	
					ANUAL	48	0
					ICM%	100%	0,00%

4.1. TRADIÇÃO SP (TSP)

Não houve a execução das metas previstas para o 2º quadrimestre devido ao adiamento do lançamento do edital, realizado pela SEC, de abril para maio. Dessa forma, as ações previstas para esse quadrimestre ficaram para o 3º quadrimestre. O programa publicou neste quadrimestre chamada pública Juntos Pela Cultura, tendo selecionado 42 municípios e seus eventos de difusão online, que serão apoiados e realizados no último quadrimestre.

4.2. TRADIÇÃO SP (TSP)									
Nº	Ação	Nº Indica dor	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			
					ANUAL	32	0		
					ICM%	100%	0,00%		
		32	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri		0		
					2º Quadri	23.920	0		
					3º Quadri	71.760			
					ANUAL	95.680	0		
					ICM %	100%	0,00%		
		DADOS EXTRAS							
		31.A	Nº de municípios	Dado Extra	1º Quadri	-	0		
					2º Quadri	-	0		
					3º Quadri	-			

				ANUAL	-	0
	32.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	0
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	0
	32.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0
				2º Quadri	-	0
				3º Quadri	-	
				ANUAL	-	0

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

O 2º quadrimestre contou com a continuação da série Mais Orgulho Personalidades, com lançamento semanal de episódios produzidos a partir de conteúdos gravados pelas organizações selecionadas na chamada pública Mais Orgulho de 2020, realizada em conjunto com o Museu da Diversidade Sexual. Os depoimentos e entrevistas trazem relatos pessoais e intimistas de processos comuns à comunidade 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+ nos municípios. Foram disponibilizados 16 episódios na plataforma #CulturaEmCasa no 2º quadrimestre e os depoimentos na íntegra ficaram disponibilizados no canal do Youtube do Museu da Diversidade Sexual, totalizando 20 episódios no ano.

Houve ainda a exibição de 11 de projetos de programação virtual de visibilidade e valorização da cultura LGBTQIA+, selecionados no Juntos Pela Cultura 2021, oriundos dos municípios de Campinas, Sertãozinho, Rio Preto, São João Da Boa Vista, Fernandópolis, São José Dos Campos, Votuporanga, Bauru, Bebedouro, Vinhedo e Peruíbe.

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.

Ao todo foram disponibilizados para difusão no 2º quadrimestre 27 atividades, 5 a mais do que a previsão estabelecida em meta, garantindo um ICM quadrimestral de 122%. O resultado, se refere à antecipação de meta do 3º quadrimestre, onerando o orçamento correspondente e não implicando em despesas adicionais ao programa. Considerando que, nas ações referentes à chamada pública

2021, são as próprias organizações dos eventos apoiados que propõem o período de realização das atividades, a distribuição da meta entre os quadrimestres foi definida no Plano de Trabalho considerando uma estimativa.

Foi registrado um público de 24.536 visualizações, com ICM quadrimestral de 349%, de forma que o total da previsão anual já foi ultrapassado, ainda que tenham sido realizadas somente 60% das atividades previstas.

A meta do quadrimestre estabelecia previsão de realizar 5 eventos apoiados pelo Mais Orgulho SP 2021 e 17 episódios do Mais Orgulho Personalidades. A realização de 11 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 relevante 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 484 e 6464 visualizações. Descontados os eventos de São João da Boa Vista, "Drag Queen O Musical", e de Campinas, "21a. Parada do Orgulho LGBT de Campinas", que obtiveram respectivamente 6,4 mil e 2,7 mil visualizações, a média de público das atividades redonda em 1297 visualizações, resultado quase idêntico à média de 2020. Considerando, porém, a variedade significativa entre o 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-se a 145 visualizações por atividade. A média por atividade deste bloco também foi superior à prevista em cerca de 45%, mas cabe ressaltar a queda progressiva de engajamento ao longo dos meses, com os resultados de agosto representando somente 25% dos resultados verificados em maio. A superação justifica-se assim pelos bons resultados de engajamento do público no início do programa, mas com comportamento que ratifica o acerto da proposição de metas mínimas reduzidas.

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	27
					3º Quadri	25	

			ANUAL	51	31
			ICM%	100%	60,78%
34	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	580	720
			2º Quadri	7.015	24.536
			3º Quadri	15.100	
			ANUAL	22.695	25.256
			ICM %	100%	111,28%
DADOS EXTRAS					
34.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
			2º Quadri	-	0
			3º Quadri	-	
			ANUAL	-	0
34.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	720
			2º Quadri	-	24.536
			3º Quadri	-	
			ANUAL	-	25.256

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

Não há atividades previstas para esse quadrimestre. Registra-se que o programa teve duas chamadas publicadas 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** selecionou 32 batalhas paulistas para evento híbrido de disputa e premiação, a ser 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 suas propostas de murais de arte urbana e composição de galerias a céu aberto, executadas por artistas, grupos e coletivos de relevância no cenário cultural local e regional e que terá início no 3º quadrimestre.

4.4 APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS (ACNOE)								
Nº	Ação	Nº Indica dor	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		
					ANUAL	65	0	
					ICM%	100%	0,00%	
		36	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0	
					2º Quadri	0	0	
					3º Quadri	8.148		
					ANUAL	8.148	0	
					ICM %	100%	0,00%	
		DADOS EXTRAS						
		36.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	0	
		36.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	0	

4.5. ECONOMIA CRIATIVA (EC)

Não há atividades previstas para esse quadrimestre.

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		
					ANUAL	36	0	
					ICM%	100%	0,00%	
		38	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	0	0	
					2º Quadri	0	0	
					3º Quadri	6.600		
					ANUAL	6.600	0	
					ICM %	100%	0,00%	
		DADOS EXTRAS						
		38.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	0	
		38.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
3º Quadri	-							
ANUAL	-				0			

4.6. CULTURA EM CASA (CC)

No 2º quadrimestre do #CulturaEmCasa foi lançado o aplicativo para celular, marcando a nova fase da plataforma. O app ampliará ainda mais o acesso à programação da plataforma, que possui mais de 3 mil conteúdos, 5,6 milhões de visualizações em 3 mil conteúdos disponibilizados, atingindo 3.500 cidades e 157 países.

A plataforma é composta por site e redes sociais com programação exclusiva do programa, conteúdos digitais de outras instituições do Governo do Estado de São Paulo, parceiros como outras Secretarias Estaduais de Cultura e produtores independentes, além da disponibilização de conteúdos digitais produzidos pela Amigos da Arte no âmbito dos programas integrantes deste Contrato de Gestão, colocando-se como um canal central de disponibilização de conteúdo culturais digitais diversos.

O 2º quadrimestre de 2021 contou, também, com o lançamento dos primeiros podcasts da plataforma, o *Podcast “Intangível”*, sobre cultura, patrimônios e coletividades e “Mulheres e Justiça” sobre direito e gênero.

Diversas outras iniciativas animaram a Plataforma, como a rica programação do projeto de parcerias com governos estaduais “Ponte Aérea”, o “Festival #CulturaEmCasa” que incluiu em sua programação show do “Pato Fu”, “Wanessa Camargo”, “Forró de Rabeca”, “Mc Tha” entre outras atrações. Houve também a transmissão do “51º Festival De Verão E Inverno Campos Do Jordão”, a exibição da “Cerimônia de abertura do novo Museu da Língua Portuguesa” em parceria com o Museu. Também integrou a programação do #CulturaEmCasa exibições dos programas “Festival de Circo”, “Revelando SP” e retomada da “Virada SP” dos municípios selecionados na chamada do Juntos Pela Cultura de 2021. Há ainda mais 195 conteúdos de organizações sociais de cultura paulistas, estas não contabilizadas em meta, mas arroladas no anexo de atividades. São conteúdos que foram disponibilizados em canais das organizações sociais parceiras, integrando, portanto, suas metas, mas “embedados”, ou seja, com os links disponibilizados no site da plataforma e divulgados por estas.

No total, foram 638 atividades no quadrimestre resultando em um ICM de 271%.

O número de atividades amplamente superado é devido ao grande número de ações em parceria realizadas nesse 2º quadrimestre, somando a capacidade de otimização da produção técnica e a disponibilização desses conteúdos na Plataforma. 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.

São quase duas centenas de conteúdos em parceria com governos de outros estados e com organizações sociais do estado (estas transmitidas diretamente pelos canais do #CulturaEmCasa no Youtube ou Vimeo, diferentemente daquelas não contabilizadas em meta), além de dezenas de conteúdos produzidos em parceria com festivais, mostras e produtores independentes. 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.

O público total foi de 407.983 visualizações, resultando em um ICM quadrimestral de 578%.

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), 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 ou dobro do público das 100 primeiras atividades ocorridas nos três primeiros meses do ano somadas.

Houve ainda 65.521 visualizações de conteúdos disponibilizados no quadrimestre anterior, com destaque para os shows de Oswaldo Montenegro e os Gilsons no Festival #CulturaEmCasa, shows da Retrospectiva #CulturaEmCasa, especiais do Teatro Sérgio Cardoso, a conversa com Monja Cohen na mostra NAC Online, além de filmes da Mostra de Docs Indianos.

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.

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		
					ANUAL	525	866	
					ICM%	100%	164,95%	
		40	Nº de público	Meta mínima de resultado	1º Quadri	60.000	210.686	
					2º Quadri	70.500	407.983	
					3º Quadri	27.000		
					ANUAL	157.500	618.669	
					ICM %	100%	392,81%	
		DADOS EXTRAS						
		40.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	0	

				1º Quadri	-	210.686	
		40.B	Nº de público virtual	Dado extra	2º Quadri	-	407.983
					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	618.669

4.7 + GESTÃO SP (GSP)

Não há atividades previstas para esse quadrimestre. O programa realizou a chamada pública Mais Gestão - Capacitação em Economia Criativa para Municípios, no âmbito do Juntos Pela Cultura 2021. Foram selecionados 40 gestores públicos de 40 municípios das 16 regiões administrativas do estado de São Paulo para a participação em 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. Serão ainda oferecidas atividades adicionais para todos os 112 gestores municipais inscritos na Chamada Pública. As ações serão executadas no último quadrimestre.

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		
					ANUAL	32	0	
					ICM%	100%	0,00%	
		DADOS EXTRAS						
		41. A	Nº de municípios atendidos	Dado Extra	1º Quadri	-	0	
					2º Quadri	-	0	
					3º Quadri	-		
					ANUAL	-	0	

ACESSIBILIDADE

Foram 144 atividades de acessibilidade em diversos programas integrantes do Contrato de Gestão, alcançando um ICM de 400%. A previsão inicial era de realização de Libras somente nas atrações da Virada SP Online. Com a otimização de recursos dos programas, foi possível realizar 58 ações na Virada SP, 11 no Teatro Sérgio Cardoso, 16 no Museu da Diversidade Sexual, 38 no FLIV - Festival Literário de Votuporanga, 21 em Apoio LGBT.

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	144
					3º Quadri	144	
					ANUAL	414	395
					ICM%	100%	95,41%

FINANCIAMENTO E FOMENTO

No 2º quadrimestre de 2021 a Amigos da Arte realizou 02 (duas) inscrições de projetos. Houve 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 (Acnoe). A outra inscrição foi referente ao projeto Revelando SP na chamada do Instituto Cultural Vale 2021.

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. A situação, compartilhada com outras Organizações Sociais paulistas e diversas 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.

O 2º quadrimestre não contava com previsão de inscrição de projetos, mas houve a antecipação de atividades previstas para o 3º quadrimestre, alcançando assim um ICM anual de 66%.

FINANCIAMENTO E FOMENTO							
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado

		dor					
25	Inscrição de projetos em programas de captação de recursos (editais públicos e/ou privados, leis de incentivo e emendas parlamentares)	43	N° de ações	Meta de produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	2
					3º Quadri	3	
					ANUAL	3	2
					ICM%	100%	66,67%

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 orçamento antecipados. 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	
					ANUAL	1	1

						ICM%	100%	100,00%		
DADOS EXTRAS										
	44.A	N° de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0				
				2º Quadri	-	0				
				3º Quadri	-					
				ANUAL	-	0				
	44.B	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0				
				2º Quadri	-	13.667				
				3º Quadri	-					
				ANUAL	-	13.667				
Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado			
27	Teia Virtual	45	N° de apoios	Produção técnico artística	1º Quadri	0	0			
					2º Quadri	0	0			
					3º Quadri	1				
					ANUAL	1	0			
					ICM%	100%	0,00%			
		DADOS EXTRAS								
		45.b	N° de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0			
					2º Quadri	-	0			
					3º Quadri	-				
					ANUAL	-	0			

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

Não há atividades previstas para esse quadrimestre.

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 Indica dor	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	
					ANUAL	1	0
					ICM%	100%	0,00%
		46.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	0
		46.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	
ANUAL	-				0		

4.6. ECONOMIA CRIATIVA (EC)

Não há atividades previstas para esse quadrimestre. Conforme solicitação da SEC, foi contratado estudo de impacto econômico do programa Juntos Pela Cultura 2021. O estudo, em desenvolvimento será concluído e entregue no próximo quadrimestre.

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

					ICM%	100%	0,00%
--	--	--	--	--	------	------	-------

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

Não há atividades previstas para esse quadrimestre.

EIXO 5: PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL							
5.1 PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL (PPPMI)							
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	
					ANUAL	1	0
					ICM%	100%	0,00%
		48.A	Nº de público presencial	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	
					ANUAL	-	0
		48.B	Nº de público virtual	Dado extra	1º Quadri	-	0
					2º Quadri	-	0
					3º Quadri	-	
ANUAL	-				0		

CONCLUSÃO

Concluído o 2º quadrimestre de 2021, marcado pela continuidade das medidas de emergência e de isolamento devido ao Covid-19, mas com abertura gradual, no último ano deste Contrato de Gestão, a Amigos da Arte, juntamente com a Secretaria de Estado da Cultura e Economia Criativa de São Paulo, segue debruçada sobre a execução e aprimoramento permanente das estratégias e mecanismos de alcance das políticas públicas.

Foram cumpridas de maneira satisfatória as principais metas de atividades previstas para o quadrimestre, com superações pontuais, 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 foi possível neste 2º quadrimestre 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 passa a ser discutida no âmbito deste contrato sobretudo através da plataforma #CulturaEmCasa, que introduziu a ênfase das 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.