

RELATÓRIO ANUAL DE 2020

ASSOCIAÇÃO PAULISTA DOS AMIGOS DA ARTE - APAA

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

ANO: 2020

UNIDADE: 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	03
QUADRO DE METAS	
Teatro Sérgio Cardoso.....	08
Teatro Maestro Francisco Paulo Russo.....	14
Centro de Cultura, Memória e Estudos da Diversidade Sexual.....	17
Virada SP.....	24
Circuito SP.....	27
Mapa Cultural Paulista.....	29
Semana Guiomar Novaes.....	29
Festival Paulista de Circo.....	31
Festival da Cultura Tradicional Paulista – “Revelando SP”.....	33
Apoio a Festivais Artísticos e Atividades Culturais.....	36
Encontro com Dirigentes Municipais de Cultura do Estado de São Paulo.....	36
Tradição SP.....	38
Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Lgbt+.....	40
Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Negra, Outras Etnias e Artes Urbanas.....	42
Prêmios e Medalhas de Incentivo à Cultura.....	44
Economia Criativa.....	45
Cultura em Casa.....	46
+ Gestão SP.....	48
Pesquisa para Preservação e Difusão do Patrimônio Material e Imaterial	49
Acessibilidade.....	50
Fomento	51
Metas Condicionadas.....	52
CONCLUSÕES E APONTAMENTOS.....	59
ANEXO – LISTAGEM DETALHADA DA PROGRAMAÇÃO	

APRESENTAÇÃO

A Associação Paulista dos Amigos das Arte (Amigos da Arte) é qualificada como Organização Social de Cultura no Estado de São Paulo, tendo como missão promover a difusão cultural de qualidade para diferentes plateias no litoral, na capital e no interior. Ao longo de 15 anos de atuação, a OS executou políticas públicas culturais direcionadas especialmente à difusão cultural e artística no Estado, compromisso renovado através do CONTRATO DE GESTÃO 007/2016, atualmente em execução junto à Secretaria Estadual de Cultura e Economia Criativa de São Paulo (SEC). Este relatório apresenta os resultados do 4º trimestre e anual de 2020, em atendimento às atividades previstas no Plano de Trabalho Anual estabelecidas no 13º aditamento ao Contrato.

O ano de 2020 apresentou um cenário bastante atípico para a execução dos programas culturais geridos pela organização social e para a atividade cultural em todo o mundo, tendo em vista a pandemia do COVID-19.

Em 6 de fevereiro de 2020 a Lei Federal nº 13.979 reconheceu a emergência de saúde pública de importância internacional e dispôs providências iniciais para o seu enfrentamento. Ainda no 1º trimestre, o Decreto Estadual nº 64.862, de 13 de março de 2020 propôs medidas temporárias e emergenciais de prevenção de contágio pelo COVID-19, incluindo a suspensão de eventos com público superior a 500 (quinhentas) pessoas. Por consequência, de imediato foi necessário reduzir a capacidade de atendimento da Sala Sérgio Cardoso do Teatro Sérgio Cardoso e o cancelamento de eventos presenciais. A suspensão de eventos com aglomeração de pessoas em qualquer número foi determinada poucos dias depois, através do Decreto nº 64.864, de 16 de março de 2020.

Com o reconhecimento do estado de calamidade pública no Estado de São Paulo através do Decreto nº 64.879, de 20 de março de 2020, que ampliou as medidas e providências, logo foi estabelecido o início da quarentena no território paulista pelo Decreto nº 64.881, de 22 de março de 2020, paralisando as atividades presenciais.

Foi a partir desse cenário que houve uma readequação, atualização e por fim, aprovação e celebração dos 11º, 12º e 13º termos aditivos ao Contrato de Gestão, com um Plano de Trabalho ajustado rapidamente atendendo aos novos desafios da atualidade. Foi necessário ajustar metas de ações e a expectativa de público, bem como adaptar os cronogramas de execução, para os programas sazonais e permanentes, com a inclusão de novas estratégias de ação que melhor atendessem às necessidades do setor. O Plano de Trabalho 2020 contemplou um conjunto significativo de atividades de difusão realizadas de forma digital com objetivo de disseminar conteúdos culturais, para ampliar o acesso da população à arte e criar novas oportunidades para os artistas.

Ainda na celebração do 11º aditamento, foi incluso no Plano de Trabalho da Amigos da Arte a gestão da plataforma digital de streaming e vídeo *on demand* #CulturaEmCasa, lançada em abril, que vai ao encontro das novas formas prioritárias de produção e consumo da cultura, com o objetivo de democratizar o acesso da população a conteúdos culturais e criativos de alta qualidade. A plataforma, de conteúdos artísticos e culturais gratuitos, sob a gestão da Amigos da Arte, abrigou o

#FestivalCulturaEmCasa, série de lives com apresentações de artistas, o #IntensivãuCulturaEmCasa, com aulas sobre cultura e economia criativa, e o #DiálogosNecessários, que reúne pensadores e profissionais de diversas áreas para reflexões plurais com abordagens diversificadas e antagônicas, todos com transmissão feita da casa dos convidados. A plataforma também disponibilizou diversos conteúdos digitais de 18 instituições culturais do Governo de São Paulo, além daqueles produzidos no âmbito dos demais programas da Amigos da Arte e outras parcerias de licenciamento, reunindo a difusão cultural paulista em sua ampla diversidade no conjunto de canais que compõem a plataforma - site, youtube, facebook, instagram e vimeo.

O #CulturaEmCasa atingiu ao longo do ano mais de 2,9 milhões de visualizações, 255 mil horas de visualizações, 1,1 milhão de usuários únicos, acesso de 130 países e 3000 cidades diferentes. Essa aderência evidencia a importância do programa no contexto atual de consumo de arte e cultura no mundo.

O 2º trimestre foi marcado por intensa estruturação do plano de retomada das atividades presenciais e protocolos sanitários da Amigos da Arte, em permanente atualização frente às regulamentações governamentais e recomendações dos órgãos de saúde. Foi possível, em conjunto com outras organizações sociais, a elaboração do protocolo setorial que envolve medidas administrativas, gestão de pessoas e de contratos de trabalho e de terceiros, melhorias de infraestrutura e manutenção (como a adaptação do sistema de ar condicionado dos equipamentos culturais integrantes do contrato), entre outras medidas para estabelecimento de procedimentos no que diz respeito a distanciamento, comunicação, orientações, treinamentos, limpeza, higiene e monitoramento. O mesmo foi apresentado no 3º trimestre à Prefeitura Municipal de São Paulo através da ABRAOSC (Associação Brasileira das Organizações Sociais).

A nova fase da quarentena foi iniciada em 1º de junho com o estabelecimento pelo Governo do Estado do “Plano São Paulo de Retomada Consciente”, em que setores da economia foram autorizados a funcionar a depender da fase da região, conforme critérios de análise da evolução da pandemia e da capacidade do sistema de saúde. Com a medida foi possível iniciar um novo ciclo das atividades culturais para difusão virtual, permitindo a gravação de shows, espetáculos e conteúdos culturais com qualidade técnica superior no Teatro Sérgio Cardoso, ainda sem a presença do público. Foi viabilizada desta forma a realização da série Teatro Sérgio Cardoso 40 anos, na qual compositores, músicos, cantores e atores foram convidados a se apresentar no palco do teatro vazio, sem plateia, com transmissões iniciadas em julho, além da Virada SP Online de Salto, em agosto, a 1ª das 10 Viradas SP Online realizadas no ano, com gravações no Teatro Sérgio Cardoso e nos municípios parceiros.

Em 09 de outubro, o Governador anunciou a antecipação da abertura dos teatros, cinemas e salas de espetáculo, condicionado à adoção das medidas estabelecidas por cada prefeitura municipal e estadual e a limitações de horário de funcionamento, entre outras medidas. Assim, no fim de outubro foi realizada a 43ª Semana Guiomar Novaes em São João da Boa Vista, com atividades presenciais e transmissão ao vivo na plataforma #CulturaEmCasa, retomando as atividades abertas ao público. A Amigos da Arte então reabriu, no fim do 4º trimestre, o Teatro Sérgio Cardoso e o Teatro Estadual de

Araras para público, com atividades pontuais, respeitando todas as determinações dos órgãos reguladores e ensaiando os procedimentos para intensificar as atividades presenciais nos equipamentos em 2021 com segurança. O Museu da Diversidade Sexual permaneceu com atividades virtuais e a sede fechada, considerando as limitações espaciais e de segurança sanitária de sua localização em galeria dentro do metrô República.

Ainda assim, seguiram influenciando a dinâmica das atividades presenciais a redução do período disponível para a realização de atividades regulares, a redução de capacidade de público dos espaços e equipamentos culturais, a possível reserva do público para retomar a prática do consumo cultural fora de casa, os cenários municipais voláteis e as dificuldades próprias das gestões locais, bem como dificuldades enfrentadas também pelas produções artísticas (com perda de patrocínios, perda de receitas de bilheteria, dificuldades para ensaios e montagem dos espetáculos, incertezas quanto a possíveis mudanças na restrição das atividades conforme o avanço da pandemia, desarticulação das equipes e inviabilidade de trabalhar com grandes elencos no mesmo palco). As atividades online seguiram tendo um papel fundamental e preponderante na difusão cultural.

No 3º trimestre houve o lançamento do programa Juntos Pela Cultura, com 8 chamadas públicas para a seleção de municípios parceiros e artistas interessados em integrar alguns dos principais programas de difusão cultural paulistas, 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 4 chamadas para municípios (Virada SP Online, Revelando SP Online, Programa de Capacitação Revelando SP e Tradição SP Online) e 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), chamadas estas integradas a 6 programas do Contrato de Gestão.

Uma 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.

O programa foi importante ação do Governo do Estado, com gestão e produção da Amigos da Arte, voltada para estimular o setor cultural e criativo no 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 municípios paulistas. Das 1165 propostas inscritas, oriundas de 190 municípios, foram selecionados 810 projetos de 148 municípios de 15 regiões administrativas do Estado, impactando diretamente cerca de 6.100 profissionais da cadeia produtiva da cultura. Dos contemplados, 169 projetos são da Capital e 641 são oriundos do interior, litoral e região metropolitana de São Paulo, garantindo a ampla descentralização dos investimentos.

As atividades selecionadas no 4º trimestre geraram conteúdos audiovisuais que passaram a integrar a grade de programação do #CulturaEmCasa, com transmissões ao vivo e de conteúdos gravados. Parte dos conteúdos produzidos em 2020 terão sua veiculação ainda no início de 2021. O Juntos Pela Cultura 2020 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.

Os concursos de viola, batalhas e piano realizados pelo Juntos Pela Cultura compõem o quadro inédito de estratégias de 2020. Os concursos tiveram participação ativa do público online e votação popular e finais transmitidas na Plataforma. A repaginação dos eventos favoreceu uma maior participação do público, provando ser um sucesso de engajamento.

Além da programação dos equipamentos culturais, dos programas integrantes das chamadas públicas Juntos Pela Cultura, da programação específica do programa CulturaEmCasa, outros programas garantiram a difusão cultural virtual diversificada. De julho a outubro, o SP Gastronomia proporcionou que chefs, nutricionistas e especialistas apresentassem aulas, receitas, histórias, curiosidades e debates sobre diversos temas relacionados à gastronomia de São Paulo, compondo uma grande vitrine da diversidade e da qualidade do setor. Também foram veiculadas 10 paradas-live de municípios contemplados em edital do +Orgulho, ação integrante do programa Apoio a Projetos Voltados para a Cultura LGBTQ+, que também produziu o registro de mais de 160 depoimentos de personalidades ligadas à comunidade LGBTQIA+ e que serão veiculados em 2021. E através do programa Apoio a Festivais Artísticos e Atividades Culturais foi realizado o apoio ao FLIV - 10º Festival Literário de Votuporanga, em dezembro, também com atividades virtuais transmitidas na plataforma #CulturaEmCasa

O 3º e 4º trimestres contaram ainda com o programa *+Gestão SP*, incluso através do 12º Termo Aditivo, que viabilizou o suporte técnico aos municípios de todo o território paulista para a implementação e utilização da Lei Federal n.º 14.017/2020 – Lei Aldir Blanc. A iniciativa auxiliou municípios para que pudessem implantar e operacionalizar este importante e inédito instrumento de socorro ao setor cultural e criativo, que está entre os mais prejudicados pela pandemia.

Ao longo de 2020 foram ainda realizadas algumas pesquisas sobre parte dos programas que compõem o contrato de gestão. Foi possível uma análise do perfil de público da Plataforma #CulturaEmCasa, respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados, de acordo com o Art. 7º da Lei nº 13.709, de 14 de Agosto de 2018 (Brasil, 2018). 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 60% de avaliação ótima e 77,4% acima da média. Sendo assim, novas pesquisas serão realizadas conforme a plataforma avance em tecnologia e conteúdo.

Outras pesquisas realizadas foram referentes ao Museu da Diversidade Sexual, analisando o perfil e interação do público nas ações educativas e expositivas. Houve também a conclusão de um estudo acerca do Programa Juntos Pela Cultura 2019, 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, que indicou 99% de avaliação ótima ou boa das ações realizadas. A íntegra dos estudos e pesquisas segue anexa à prestação de contas de 2020.

Os resultados de 2020 tiveram a ampla contribuição de mais de 200 instituições parceiras na produção e difusão de conteúdos, entre Organizações Sociais de Cultura, canais de TV, prefeituras municipais, associações da sociedade civil, produtores independentes e organismos internacionais, garantindo uma programação diversa na Plataforma #CulturaEmCasa, potencializando as redes culturais e tornando possível a ampla difusão ao público.

Ao longo de 2020 a equipe técnica da Amigos da Arte executou e geriu uma série de atividades digitais de difusão dos programas do Contrato de Gestão, garantindo uma oferta cultural de qualidade e diversa ao público. É objetivo da organização dar continuidade ao papel da política cultural do Estado para o setor artístico já tão impactado economicamente durante a pandemia. O resultado das ações já proporciona uma análise sobre a adesão da fruição da cultura no estado de São Paulo num formato digital e online.

As ações digitais viabilizadas permitiram a investigação e o aprimoramento das estratégias, técnicas e operações da ação cultural virtual. Além do avanço do conhecimento no campo da programação cultural e artística neste âmbito e da mobilização de recursos próprios da comunicação digital, a experiência motivou a discussão dos critérios e parâmetros para a mensuração das ações e respectivos públicos, pautada por novos desafios conceituais e operacionais, uma vez que não havia, anteriormente, referências objetivas e detalhadas para a aferição desses tipos de dados.

É prioridade desta organização junto à Secretaria de Cultura e Economia Criativa viabilizar medidas de socorro e de retomada de desenvolvimento econômico para o setor, o que vem sendo possível mediante a ampliação da difusão digital da produção cultural de forma complementar às ações presenciais, ainda reduzidas e limitadas. Mesmo em um cenário adverso, é importante que seja viabilizado o apoio e impulsionamento da economia criativa paulista, a elevação do acesso da população a bens e serviços culturais, assim como o fortalecimento e proteção, tão necessários nesse momento, da produção cultural independente e da cultura popular e tradicional paulista.

O presente relatório apresenta os resultados do 4º trimestre e do ano de 2020, neste contexto atípico de desafios colocados pela crise mundial de saúde, tendo a Amigos da Arte planejado e executado suas atividades para alcançar os melhores resultados, com a máxima eficiência, eficácia e economicidade. Segue o relato quantitativo e analítico a respeito da performance dos programas culturais geridos pela Amigos da Arte ao longo do 4º trimestre e ano de 2020, suas respectivas metas e indicadores de resultados. A listagem de cada uma das ações, com informações sobre locais e endereços eletrônicos, datas, horários, informações básicas de programação de cada um dos programas segue em anexo.

QUADRO DE METAS

I - EIXO I: EQUIPAMENTOS CULTURAIS

1.1. TEATRO SÉRGIO CARDOSO

1.1. TEATRO SERGIO CARDOSO (TSC)						
1.1.1. SALA SERGIO CARDOSO (SSC)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
1	Apresentações de espetáculos/Atividades Culturais	Número de apresentações /Atividades Culturais	1º Trim.		26	26
			2º Trim.		0	0
			3º Trim.		11	12
			4º Trim.		29	38
			ANUAL		66	76
			ICM%		100%	
			ICM ANUAL		115%	
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	4.333	4.518
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	2.750/ 11.000	25.888
			4º Trim.	Mínimo	7.250/ 29.000	60.502
			ANUAL	Mínimo	10.000/40.000	90.908
			ICM %		100%	
ICM ANUAL			227%			
2	Apresentações de espetáculos/Atividades Culturais	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
		Número de apresentações	1º Trim.		1	1
			2º Trim.		0	0

Culturais em parcerias	/Atividades Culturais	3º Trim.		4	6
		4º Trim.		2	2
		ANUAL		7	9
		ICM%		100%	
		ICM ANUAL		129%	
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
	Número total de público	1º Trim.	Mínimo	250	171
		2º Trim.	Mínimo	0	0
		3º Trim.	Mínimo	1.000/4.000	25.191
		4º Trim.	Mínimo	500/2.000	3238
		ANUAL	Mínimo	1.500/6.000	28.600
		ICM %		100%	
		ICM ANUAL		477%	

1.1.2. SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO (SPCM)

Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado	
3	Apresentações de espetáculos/Atividades Culturais	Número de apresentações /Atividades Culturais	1º Trim.	16	16	
			2º Trim.	0	0	
			3º Trim.	0	0	
			4º Trim.	0	0	
			ANUAL	16	16	
			ICM %	100%		
			ICM ANUAL	100%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	688	818
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0

			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	860/4.688	818	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		119%		
4	Apresentações de espetáculos/Atividades culturais em parcerias	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
		Número de apresentações /Atividades Culturais	1º Trim.	0		0	
			2º Trim.	94		94	
			3º Trim.	0		0	
			4º Trim.	1		1	
			ANUAL	95		95	
			ICM %	100%			
			ICM ANUAL	100%			
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado	
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	448.004	448.038	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	500	412	
			ANUAL	Mínimo	448.504	448.450	
ICM %	100%						
ICM ANUAL	100%						
1.1.3. ESPAÇOS ALTERNATIVOS (EA)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
5	Atividades multilinguagens em espaços alternativos do teatro e adjacências	Número de apresentações /Atividades Culturais	1º Trim.	11		13	
			2º Trim.	0		0	
			3º Trim.	0		0	
			4º Trim.	8		10	
			ANUAL	19		23	

			ICM %	100%		
			ICM ANUAL	121%		
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado	
	Número total de público	1º Trim.	Mínimo	352	431	
		2º Trim.	Mínimo	0	0	
		3º Trim.	Mínimo	0	0	
		4º Trim.	Mínimo	96	266	
		ANUAL	Mínimo	448	697	
			ICM %		100%	
		ICM ANUAL		156%		
6	Atividades multilinguagens em espaços alternativos do teatro e adjacências realizadas em parcerias	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
		Número de atividades	1º Trim.		0	0
			2º Trim.		0	0
			3º Trim.		0	0
			4º Trim.		0	0
			ANUAL		0	0
			ICM %		100%	
		ICM ANUAL		0%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	0	0
			ANUAL	Mínimo	0	0
ICM %			100%			

			ICM ANUAL	0
--	--	--	------------------	----------

O 4º trimestre foi marcado pela celebração dos 40 anos do Teatro Sérgio Cardoso e a reabertura gradual do espaço ao público. Um intensa programação especial foi veiculada via plataforma #CulturaEmCasa. Foram lives, entrevistas, depoimentos, música, teatro, ópera, circo, dança e mais para comemorar as 4 décadas de um dos mais icônicos teatros de São Paulo. Nomes como Claudia Raia, Elias Andreato, Nando Reis, Fafá de Belém, Bixiga 70 e João Carlos Martins, além de personalidades do Bixiga marcaram a programação intensiva realizada de 10 a 13 de outubro, adicionalmente à série de 24 episódios, transmitida de julho a dezembro, em que compositores, músicos, cantores e atores foram convidados a se apresentar no teatro vazio, trazendo também reflexões sobre o início de carreira, a relação com as artes, o processo criativo e o novo momento provocado pela pandemia.

Também integraram a programação especial a ópera “O Guarani”, comemorando também os 150 anos da obra de Carlos Gomes, realizada em parceria com a Cia Ópera São Paulo e o projeto Dança Hoje, da São Paulo Companhia de Dança, uma coleção de coreografias contemporâneas inéditas criadas especialmente para o suporte audiovisual a partir de um fino entrosamento entre música e movimento. A sala maior do Teatro Sérgio Cardoso, conhecida como Sala Sérgio Cardoso, foi rebatizada com o nome de Nydia Licia, ex-esposa de Sérgio Cardoso, tão importante para a história do teatro e muito admirada pela classe artística.

Em novembro houve a retomada das Aulas de Dança de Salão, projeto regular dos espaços alternativos do Teatro que havia sido suspenso durante a pandemia e que ganhou versão online.

As atividades abertas ao público presencial foram retomadas no final de novembro, marcando a abertura gradual do Teatro Sérgio Cardoso para o público com espetáculos pontuais. O Teatro seguiu e segue, todas as determinações da prefeitura e dos órgãos de vigilância sanitária. As diversas atividades culturais realizadas seguiram todos os protocolos sanitários, permitindo a adaptação do Teatro para o retorno.

A realização de 38 atividades na **Sala Sérgio Cardoso** (meta nº1), agora denominada Sala Nydia Licia, no 4º trimestre, rendeu um ICM trimestral de 131%, com 7 apresentações com a presença do público, além da programação especial da semana de aniversário e episódios da série TSC 40 anos. O incremento das atividades frente às previstas em meta foi viabilizado pela realização das atividades presenciais por produtores independentes, que se viabilizam com receitas de bilheteria, negociações estas de difícil antecipação no contexto da pandemia, bem como pelo investimento otimizado de recursos proporcionado pela programação intensiva ao longo de três dias por ocasião do aniversário. As atividades a mais executadas no 4º trimestre foram de importância para o marco da efeméride do programa. As atividades do trimestre impactaram o resultado anual de atividades culturais, que registrou um ICM de 115%.

A mensuração de público da sala atingiu um ICM de 208% no 4º trimestre, com uma superação significativa da meta mínima prevista, assim como no ICM anual, que ficou em 227%, resultado de um

total de 90.908 de público alcançado. O próprio 13º Termo Aditivo ao Contrato de Gestão previu tal possibilidade: "considerando tratar-se de indicativo de resultado poderá sofrer interferência póstuma a data de realização da estimativa haverá a possibilidade de superação das metas mínimas fixadas". A superação expressiva certamente é resultado do produto qualificado, bem acabado e pertinente para o meio digital, da presença de grandes artistas na programação e do acerto em sua divulgação. As apresentações do dia de aniversário - 13 de outubro, da Fafá de Belém e, ainda no 3º trimestre, da São Paulo Companhia de Dança e alguns episódios da série TSC 40 anos foram os principais responsáveis pela ampla superação da média mínima de 1.000 visualizações por apresentação.

A meta de apresentações de espetáculos/atividades culturais em parceria (meta nº2) alcançou o planejado para o trimestre, foram duas atividades em parceria realizadas. Em relação ao público ficou registrado um ICM de 161,90% no 4º trimestre, ou seja um total de 3238 de público participante, resultado de uma atividade em mais de 220% da média mínima prevista, em parceria com a SPCD. Tradicionalmente a companhia de dança obtém presencialmente bons resultados de público e sua atuação no ambiente online, sem precedentes, teve ótima repercussão à exemplo do que já ocorrera no 3º trimestre. A partir desse resultado é possível verificar o acerto na programação e estratégias de divulgação, bem como a relevância deste corpo estável do Estado para o interesse público. O resultado anual das atividades foi um ICM de 129%, resultado de atividades adicionais realizadas junto à SPCD no 3º trimestre sem onerar o orçamento. Já o público registrou um ICM anual de 477%. Ambas metas superadas alcançadas no ano de 2020 são resultados de uma programação qualificada e receptividade do público, além do ineditismo do formato não havendo série histórica acerca dos números que possa ter um teor comparativo.

Na **Sala Paschoal Carlos Magno**, não houve atividade prevista nem realizada no 4º trimestre (meta nº 3). O resultado anual de atividades da Sala Paschoal Carlos Magno foi atingido à risca mediante as atividades desenvolvidas no 1º trimestre, ficando a sala fechada na maior parte do ano em decorrência da pandemia e tendo sido priorizada a Sala Sérgio Cardoso para a realização de gravações e início das atividades presenciais, considerando o distanciamento social proporcionado por sua amplitude espacial. O público anual destas atividades foi de 818 pessoas. Por equívoco, a soma da meta anual de público foi registrada errada no 13º aditivo (860 pessoas), considerando que a única meta no ano foi de 688 pessoas no 1º trimestre. Desta forma, para o cálculo do ICM anual foi utilizado o mesmo número do 1º trimestre, garantindo um ICM de 119%.

O último trimestre contou apenas com 1 (uma) atividade realizada em parceria (meta nº4), com a gravação e transmissão do show da banda Aláfia em parceria com o festival Percpan - Panorama Percussivo Mundial, inaugurando assim o protocolo de uso presencial da sala. Adicionalmente à parceria com a Cia Ópera no 2º trimestre, realizada virtualmente com apresentações realizadas desde a casa dos participantes, a apresentação garantiu o cumprimento da meta anual, com ICM de 100%.

Assim, o público registrado na sala foi de 448.450 pessoas no ano, o que garantiu um ICM de 99,9%, considerando que a apresentação do Percpan registrou um público de 82% da meta prevista para a parceria. Ressalta-se que o público não cumprido refere-se a 1 (uma) apresentação artística e que, usualmente, resultados abaixo da meta são compensados por outros resultados acima da meta, o que

não foi possível por não haver no planejamento atividades adicionais na sala, tendo em vista o contexto da pandemia.

Acerca das metas dos **Espaços Alternativos**, com a retomada online das aulas de dança de salão, foi possível realizar 10 atividades no 4º trimestre gerando, um ICM de público de 277%, resultado de 266 pessoas participando das atividades ao longo do trimestre. Como trata-se de atividade de baixo custo, foi possível realizar as atividades adicionais mediante a economia de recursos, otimizando o calendário e ampliando a oferta. A retomada em formato online inédito registrou boa adesão do público frente a uma projeção conservadora, que considerou a ausência de histórico de mensuração anterior para o formato, o curto período de realização e a baixa quantidade de atividades previstas, o que implica em não haver margem significativa para correção de rumos em eventual baixa adesão ao programa. No resultado anual o ICM das atividades foi de 121% e de público 156%, resultado do engajamento do público em participar das atividades retomadas.

Frente a situação pandêmica onde a grande maioria das atividades artísticas estão sendo realizadas de forma virtual, no cálculo das metas pactuadas de resultados de público, foram estimadas médias mínimas para o público de atividades presenciais e/ou virtuais, mesmo não havendo séries históricas mais amplas, o que justifica a superação majoritária das metas mínimas fixadas neste 4º trimestre para o Teatro Sérgio Cardoso.

Sob uma perspectiva anual, 2020 foi desafiante e exigiu da Amigos da Arte e sua equipe uma reformulação nos formatos da programação do Teatro Sérgio Cardoso. Para uma primeira experiência em ambiente online, com novos formatos de produção, redução de equipe entre outras adaptações, o resultado apresentado no referido programa é significativo. Ao decorrer do ano as metas de público foram amplamente superadas, mesmo na incerteza do que seria possível, as atividades propostas foram executadas virtuosamente. Foram quase 6800 pessoas em atividades presenciais e mais de 562 mil visualizações em atividades online, mesmo com a paralisação do uso dos espaços do equipamento durante período considerável do ano. O formato digital e online demonstrou-se possível e desejável, abrigando artistas, diversificando a programação, atingindo novos públicos e tornando possível a geração de renda no setor. 2020 foi desafiante, mas necessário para reinvenção dos formatos de se fazer e difundir a arte.

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

1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS (TEA)					
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado
7	Apresentações de espetáculos/Ati	Número de apresentações /Atividades	1º Trim.	4	4
			2º Trim.	0	0
			3º Trim.	3	0

8	vidades Culturais (Sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)	Culturais	4º Trim.		3	7	
			ANUAL		10	11	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		110%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral				Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	744	859	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	558/3.000	0	
			4º Trim.	Mínimo	558/3.000	175	
			ANUAL	Mínimo	1860/6.744	1.034	
	ICM %		100%				
	ICM ANUAL		55%				
	Apresentações de espetáculos/Atividades Culturais em parcerias (Sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral				Realizado
Número de apresentações /Atividades Culturais		1º Trim.		0	0		
		2º Trim.		0	0		
		3º Trim.		1	0		
		4º Trim.		3	5		
		ANUAL		4	5		
		ICM %		100%			
		ICM ANUAL		125%			
Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral				Realizado	
Número total de público		1º Trim.	Mínimo	0	0		
		2º Trim.	Mínimo	0	0		
		3º Trim.	Mínimo	186/1.000	0		
		4º Trim.	Mínimo	558/3.000 : 1.372	1.848		

		ANUAL	Mínimo	744/4.000: 1.558	1.848
		ICM %		100%	
		ICM ANUAL		118%	

No 4º trimestre houve uma retomada gradual no teatro. Dia 28 de novembro foi marcado pela retomada de espetáculos com público presencial no Teatro Maestro Francisco Paulo Russo, entrada gratuita e transmissão ao vivo pela plataforma #CulturaEmCasa. Todos os espetáculos seguiram os protocolos sanitários propostos pelos principais órgãos de saúde e as diretrizes do Governo do Estado de São Paulo e da Prefeitura Municipal de Araras.

Os destaques da programação foram a São Paulo Companhia de Dança (SPCD) que teve como convidada a Companhia Estável de Dança de Bauru, fazendo a estreia desta retomada. Em dezembro houve seis atividades gratuitas ligadas à companhia de Teatro Oficina Uzya Uzona, do dramaturgo José Celso Martinez. Foram duas apresentações do espetáculo, seguidas por bate-papo virtual com o público com o Zé Celso e duas oficinas. Houve uma programação infantil de espetáculo e três atividades em parceria com produção independente.

As atividades adicionais no 4º trimestre compensaram a não realização de atividades no 3º trimestre, garantindo um ICM anual de 110%, superando a meta anual estipulada, com 11 atividades. Em parceria foram realizadas 5 atividades, 1 (uma) a mais do que o planejado, gerando um ICM de 125% anual. A atividade adicional foi decorrente da transmissão online do espetáculo presencial da SPCD, otimizando a infraestrutura existente e não havendo oneração do orçamento para tal.

As atividades realizadas pela companhia Teatro Oficina, reconhecida internacionalmente pelo seu trabalho, tiveram, porém, pouca adesão do público no município, contrastando com o histórico de atividades do grupo em São Paulo em anos anteriores. Ainda que parte das atividades fossem compostas por bate-papos e oficinas, que de antemão tinham previsão de um público mais reduzido, foi surpreendente a baixa adesão do público, que, a despeito do público também reduzido por conta da pandemia, contrastaram com um resultado de público mais razoável das atividades em parceria. Por ocorrer no fim do ano, o público escasso da programação alternativa não pode ser compensado por melhores resultados em outras atividades, resultando, junto ao espetáculo infantil, em um ICM trimestral de 31% e um público anual de 55,59%, num total de 1034 pessoas.

O público de parcerias foi de 1848, cumprido em 118% sobretudo pela compensação do público virtual (num total de 1147 visualizações), já que a média dos demais espetáculos também ficou ligeiramente abaixo (94%) da meta por espetáculo de 186 pessoas, confirmando o cenário difícil para as atividades presenciais no município (total de 701 em 4 atividades), nitidamente decorrente da pandemia, se

considerarmos o bom desempenho histórico de apresentações de Stand Up e da SPCD no teatro, em anos anteriores.

Registra-se que, com a composição da meta por dois indicadores, uma para o público presencial (186 pessoas) e outra para o público virtual (1000 pessoas), para efeito de cálculo da meta e do respectivo ICM, foi somado o público virtual previsto para 1 (uma) atividade e o público presencial para as outras 3 atividades, totalizando o público mínimo de 1588 para as 4 atividades previstas no ano.

Vale ressaltar a necessidade de oferecer um repertório cultural diversificado ao público no município, prerrogativa de um teatro público, e a programação foi pensada com este objetivo, com oferta de produção de caráter alternativo, grande companhia consolidada como a SPCD e também programação de humor e produção de caráter mais comercial. Infelizmente, no contexto de pandemia e com poucas atividades realizadas, não foi possível equilibrar a variância de público entre as atividades.

Devido pandemia, o teatro ficou fechado no 2º e 3º trimestre, retomando suas atividades somente no 4º trimestre, com pouca adesão do público. No 1º trimestre, as metas foram superadas. Num resultado geral as metas de produtos foram todas alcançadas, sendo as de produto parcialmente alcançadas.

1.3. CENTRO DE CULTURA, MEMÓRIA E ESTUDOS DA DIVERSIDADE SEXUAL – MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL

1.3. MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL (MDS)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
9	Exposições Temporárias na sede CCDS/Exposições Virtuais	Número de exposições	1º Trim.		1	2
			2º Trim.		2	4
			3º Trim.		2	4
			4º Trim.		2	5
			ANUAL		7	15
			ICM %		100%	
		ICM ANUAL		214%		
			Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		1º Trim.	Mínimo	2.160	3.658	

	Número total de público	2º Trim.	Mínimo	720	6.878	
		3º Trim.	Mínimo	2.400	3.912	
		4º Trim.	Mínimo	2.400	2.428	
		ANUAL	Mínimo	7.680	16.976	
		ICM %		100%		
		ICM ANUAL		219%		
		10	Itinerâncias de exposições pelo interior e litoral de São Paulo	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral	
Número de itinerâncias	1º Trim.				2	2
	2º Trim.				0	0
	3º Trim.				0	0
	4º Trim.				0	0
	ANUAL				2	2
	ICM %			100%		
ICM ANUAL			100%			
Número de municípios atendidos	Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral			Realizado
	1º Trim.		Mínimo	2	2	
	2º Trim.		Mínimo	0	0	
	3º Trim.		Mínimo	0	0	
	4º Trim.		Mínimo	0	0	
	ANUAL		Mínimo	2	2	
	ICM %		100%			
ICM ANUAL			100%			
Número total de público	Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral			Realizado
	1º Trim.	Mínimo	200	250		
	2º Trim.	Mínimo	0	0		

			3º Trim.	Mínimo	0	0		
			4º Trim.	Mínimo	0	0		
			ANUAL	Mínimo	200	250		
			ICM %		100%			
			ICM ANUAL		125%			
11	Ações Educativas	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado		
		Número de atividades	1º Trim.	Mínimo	9	9		
			2º Trim.	Mínimo	1	1		
			3º Trim.	Mínimo	2	2		
			4º Trim.	Mínimo	2	5		
			ANUAL	Mínimo	14	17		
			ICM %		100%			
			ICM ANUAL		121%			
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado		
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	180	216		
			2º Trim.	Mínimo	20	25		
			3º Trim.	Mínimo	40	50		
			4º Trim.	Mínimo	40	164		
			ANUAL	Mínimo	280	455		
ICM %			100%					
ICM ANUAL			163%					
12	Ações Culturais	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado		
		Número atividades	1º Trim.		5	5		
			2º Trim.		3	5		
			3º Trim.		5	6		
			4º Trim.		5	7		

			ANUAL	18	23	
			ICM %	100%		
			ICM ANUAL	128%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	240	245
			2º Trim.	Mínimo	144	2.348.271
			3º Trim.	Mínimo	1.920	3.127
			4º Trim.	Mínimo	240	929
			ANUAL	Mínimo	2.544	2.352.572
			ICM %	100%		
			ICM ANUAL	92475%		
		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
13	Manutenção de reserva técnica	Número de catalogações/higienizações, acondicionamentos, reparos e/ou digitalização de obras de acervo	1º Trim.		25	25
			2º Trim.		0	289
			3º Trim.		165	836
			4º Trim.		705	560
			ANUAL		895	1710
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		191%	
		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
14	Disponibilização de plataforma de banco de dados - Portal de consulta - acervo próprio/cedido/ outros	Número de disponibilização de fichas catalográficas	1º Trim.		0	0
			2º Trim.		0	289
			3º Trim.		850	0
			4º Trim.		0	0
			ANUAL		850	289
			ICM %		100%	

		ICM ANUAL		34%	
		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado
15	Plano de adequação às normas SISEM	Elaboração e início de implementação de adequação às normas	1º Trim.	0	0
			2º Trim.	0	0
			3º Trim.	1	0
			4º Trim.	0	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	
			ICM ANUAL	100%	

No 4º trimestre o **MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL** foi contemplado pelo Selo Municipal de Direitos Humanos e Diversidade pelo projeto Visibilidades LGBTQIA+!, iniciado em 2019 com o objetivo de potencializar as importantes efemérides de orgulho, celebração e consciência com ações e atividades disponíveis ao público, promovendo o conhecimento da história LGBTQIA+ mediante programação específica ao longo das efemérides, intervenções de cunho educativo, intervenções visuais no espaço do Museu e publicações nas redes sociais. O Selo reconhece que o Museu promove boas práticas e ações de inclusão e promoção de direitos humanos e diversidade.

O **MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL** no 4º trimestre deu continuidade às exposições digitais iniciadas no 2º trimestre, totalizando 4 exposições, e realizou uma exposição adicional. A primeira exposição, *Queerentena*, foi disponibilizada a partir de 25 de maio no site do Museu. A partir de 14 de junho houve mais 1 (uma) exposição com 3 diferentes formas de visualização e disposição de seu conteúdo: *Queerentena*, *Queerentena Inspira* e *Queerentena Expira*, na plataforma Google Arts and Culture, com nova forma de apresentação, disponibilização de informações e navegação. Na mesma data foram disponibilizadas duas outras exposições: *Cartazes da Parada do Orgulho LGBT+* e *Orgulho Ocupa a Rua*, com fotografias da Parada LGBT, inspirada na mostra *Com Muito Orgulho!*, de 2018. E com inauguração em 28 de outubro foi realizada a exposição *A Luta Amada – Movimentos LGBTQIA+ desde Stonewall*, em parceria com o Goethe Institut. Esta última foi uma exposição realizada presencialmente no espaço do parceiro, vista a impossibilidade de realizá-la na sede do Museu, ainda fechada devido à passagem do Metrô República onde se localiza estar interditada devido à pandemia. Previa-se apenas a exposição de fotografias e a *Queerentena* através do site do Museu, mas os recursos tecnológicos e humanos disponibilizados pela parceria com o Google Arts And Culture possibilitaram a realização de duas exposições adicionais, e a parceria com o Goethe Institut viabilizou a exposição presencial, mediante a economia de recursos e recursos do parceiro, garantindo um ICM trimestral de 250% e anual de 219%.

As exposições apresentaram um bom resultado de visualizações ao longo do ano, com um ICM anual de 219%. É possível considerar que a ampla superação seja decorrente da manutenção de 4 exposições virtuais ao longo do 2º, 3º e 4º trimestres, além da exposição presencial aberta no 4º trimestre, frente às duas inicialmente projetadas. Sendo uma meta mínima de resultado, o aumento de público não exigiu recursos adicionais aos previstos, não onerando o cumprimento de outras metas.

Em relação às metas de **itinerâncias**, não houve atividades previstas nem realizadas no 4º trimestre, considerando o cenário imposto pela pandemia. O cumprimento da meta anual foi obtido mediante as atividades realizadas no 1º trimestre.

Ressalta-se a realização da parceria com o Memorial da Resistência, para a realização da exposição *“Orgulho e Resistências: LGBT na Ditadura”*, uma que mostra fez um recorte sobre as relações entre autoritarismo e diversidade sexual e de gênero para a qual o Museu da Diversidade Sexual realizou empréstimo de itens de seu acervo e auxiliou na curadoria, sem despesas para o Contrato de Gestão e não contabilizada em meta.

Em **Ações Educativas**, a meta para o 4º trimestre foi atingida, mediante a realização de 05 mediações virtuais integradas, entre mediações agendadas e a série *de atividades Chega Mais*, voltada para articulação, acolhimento, engajamento e reaproximação entre MDS e comunidades LGBTQIA+ diante do contexto de pandemia. O ICM trimestral de atividades foi de 250%, mediante eficiência e economia dos recursos do Museu. O público total foi de 164 pessoas, um ICM trimestral de 410%. O percentual de superação é significativo, mas por se tratar de atividade para poucas pessoas e a realização de mais do dobro de atividades previstas no plano de metas, resulta da participação de poucas pessoas a mais do que a previsão de 20 pessoas por atividade, sobretudo na mediação agendada. O ICM anual foi de 163%, garantindo um resultado satisfatório das ações em ambiente online.

Nas **Ações Culturais** do 4º trimestre houve 4 lives do *“Laboratório de memórias: Práticas de arquivos para pessoas LGBT+”*, em parceria com a Casa 1, a conversa +Orgulho 2020, com os organizadores de associações militantes da causa LGBTQIA+ em comemoração aos 72 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos, entre outras lives, totalizando 07 de ações culturais, duas a mais do que o previsto, totalizando um ICM trimestral de 140% e um ICM anual de 128%, com superação de meta viabilizada sempre mediante a otimização do trabalho da equipe e recursos do Museu, além do estabelecimento de parcerias.

Em relação ao público das Ações Culturais, o ICM do trimestre foi de 387% e 92.475% no ano. Todas as ações culturais virtuais tiveram público superior à média mínima por atividade projetada inicialmente, mas com variação significativa entre elas. No 4º trimestre essa variação ficou entre 57 e 402 visualizações, considerando ações focadas em públicos mais circunscritos, como as ações do Laboratório de Memórias, voltadas para pessoas interessadas na discussão dos arquivos lgbt, e ações envolvendo um público resultado de articulações mais amplas, como no caso da live MaisOrgulho2020, promovendo a intersecção entre o debate acadêmico, o ativismo e as políticas públicas. Vale ressaltar que as atividades virtuais foram iniciadas e testadas ao longo dos 3 trimestres de pandemia neste ano,

explorando os formatos, temas e públicos. Sendo a experimentação necessária, não era possível prever os ótimos resultados das atividades realizadas.

No ano, vale ressaltar ainda os ótimos resultados da programação especial do Mês da Visibilidade e Orgulho Lésbico, em agosto, com 2.475 visualizações em 5 atividades. Além do principal responsável pelo resultado anual extraordinário, a ação #Orgulho de Ser junto ao canal do Youtube da Google Brasil, que veiculou vídeo da ação que projetou imagens do acervo do MDS na cidade, celebrando o dia em que aconteceria a 24ª Parada LGBTQIA+ de São Paulo. O resultado foi condizente à representatividade do parceiro no cenário digital e da Parada LGBT de São Paulo, de representatividade mundial, sendo responsável por mais de 2,3 milhões de visualizações e 99% do resultado anual.

Em relação ao relatório do 3º trimestre, cabe retificar a informação apresentada. Foram 5 ações realizadas no 2º trimestre, totalizando um público de 2.348.271, tal como informado no 2º trimestre. O relatório do 3º trimestre equivocadamente mostrou resultados diferentes, omitindo o público virtual de uma das ações. A informação correta é retomada neste relatório.

Houve também a ampla superação da meta de **Manutenção de reserva técnica**, com 1710 ações de catalogação no ano de 2020, alcançando um ICM trimestral de 79% e resultando num ICM anual de 191%. O 3º trimestre já havia antecipado metas do 4º tri, por isso a realização mais baixa do que a meta neste trimestre. O incremento das ações no resultado anual deve-se à impossibilidade de ser cumprida a meta de disponibilização de fichas catalográficas ao público, além daquelas efetuadas no 2º trimestre, de forma que os esforços puderam se concentrar nesta atividade.

A meta de **Disponibilização de plataforma de banco de dados** não pode ser cumprida na integralidade. Prevista para terem ações realizadas no 3º e 4º trimestre, foram realizadas 289 disponibilizações ainda no 2º trimestre, no âmbito da disponibilização de obras no Google Arts and Culture. A intensificação da catalogação no 3º trimestre trouxe impeditivos técnicos para essa disponibilização das demais fichas ao público, não previstos inicialmente, devidos à necessidade de checar a autenticidade dos documentos e seus direitos autorais, se precavendo ao ônus de direitos autorais que poderiam ser causados. Desta forma, fez-se necessário seguir na catalogação do arquivo existente para, no futuro, desenvolver esse trabalho técnico adicional já com um conjunto mais amplo de obras, tendo mapeadas as dificuldades impostas, visando a disponibilização de dos itens à sociedade civil, em uma descrição mais minuciosa da documentação salvaguardada pelo Museu da Diversidade Sexual. De forma que a superação em uma das metas decorre, de certa forma, do não atingimento de outra, dado o foco do trabalho da equipe.

A partir das exigências e recomendações para serem seguidas, foi possível dar início ao **Plano de adequação às normas SISEM**. Dentro do plano de ação traçado pela instituição para o atendimento a meta de elaboração e início de implementação de adequação às normas do SISEM, houve a ampliação do corpo funcional do Museu, com a contratação de profissional exclusivo para o trabalho com acervo, além da contratação, em modo de consultoria, de museóloga, que vem desenvolvendo justamente o trabalho de mapeamento e soluções para as adequações necessárias ao SISEM, como o

desenvolvimento do regime interno, a elaboração da política de acervos, o plano de segurança para os acervos e a atualização dos inventários do patrimônio museológico da instituição. Logo, o ICM correspondente a meta do trimestre é de 100%.

Apesar do ano desafiador, o **MUSEU DA DIVERSIDADE SEXUAL** conseguiu integrar-se ao ambiente virtual de forma satisfatória. 2020 foi percebido pelo Museu da Diversidade Sexual como uma oportunidade de expandir para além das paredes do Museu, invadiu as telas com uma programação variada, ampliando alcance de público e pautando o ano todo as ações, discussões acerca do movimento LGBTQIA+.

II - EIXO 2: DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO CULTURAL

2.1. VIRADA SP

2.1. VIRADA SP (VSP)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
16	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações /Atividades Culturais	1º Trim.	Mínimo	27	27	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	14	55	
			4º Trim.	Mínimo	126	150	
			ANUAL	Mínimo	167	232	
			ICM %		100%		
		ICM ANUAL		139%			
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral				Realizado
		Número de municípios participantes	1º Trim.	Mínimo	1	1	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	1	1	
			4º Trim.	Mínimo	9	9	

		ANUAL	Mínimo	11	11
		ICM %		100%	
		ICM ANUAL		100%	
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
	Número total de público	1º Trim.	Mínimo	38.205	38.500
		2º Trim.	Mínimo	0	0
		3º Trim.	Mínimo	14.000	100.000
		4º Trim.	Mínimo	75.600	311.889
		ANUAL	Mínimo	127.805	450.389
		ICM %		100,00%	
		ICM ANUAL		352%	

O 4º trimestre foi marcado pelo resultado da Chamada Pública para municípios para o programa ViradaSP Online e pela realização de 06 viradas, contemplando 09 municípios. As edições da Virada SP Online resultaram de parcerias estabelecidas entre a Secretaria de Cultura e Economia Criativa, a Amigos da Arte e os municípios selecionados.

Após a Virada SP de Ilha Solteira, selecionada na chamada pública de 2019 e realizada presencialmente em março, houve a realização da Virada SP Online de Salto, em agosto, município também selecionado em 2019, transferindo para o ambiente virtual o evento que foi cancelado à véspera em março, devido ao estado de calamidade pública. Com a impossibilidade de realizar o evento presencialmente, a Amigos da Arte junto à SEC reformularam a Virada SP para o formato virtual, de modo a manter o evento em 2020 e celebrar a força da cena cultural do interior do estado de São Paulo, promover a difusão cultural para o público dos municípios locais e fortalecer a cadeia produtiva da cultura.

O 4º trimestre iniciou com a ViradaSPOnline Vale do Futuro, com uma edição especial realizada em parceria com os municípios de Iporanga, Registro, Apiaí e Eldorado, selecionados em 2020 a partir de chamada pública específica para a região lançada em dezembro de 2019. Seguiram-se então a realização de outros 5 eventos em parceria com os municípios de Marília, Rio Grande da Serra, Santa Bárbara D'Oeste, Araçatuba e Caraguatatuba, estes todos já selecionados na chamada pública 2020.

A chamada de 2020 obteve a inscrição de propostas de 34 municípios e selecionou ao todo 16 destes, automaticamente reconhecidos como Capital Cultural e integrantes da Rede de Capitais Culturais do Estado de São Paulo. Os 11 municípios não contemplados com eventos em 2020 terão a realização no 1º trimestre de 2021.

Valorizando os aspectos culturais de cada município, a #ViradaSPOnline apresenta artistas, personagens, peculiaridades e pontos turísticos das cidades, além de uma programação artística de peso.

Houve também a final do Concurso de Viola Caipira do programa Revelando SP, transmitida ao vivo do Teatro Sérgio Cardoso, dentro da programação da #ViradaSPOnline realizada em parceria com o município de Santa Bárbara D'Oeste. E na #ViradaSPOnline de Caraguatatuba foi realizada a final do Concurso de Batalhas de Rima, integrante do programa Apoio à Cultura Negra, Outras Etnias e Artes Urbanas, também transmitida a partir do Teatro Sérgio Cardoso. Estas atividades estão contabilizadas apenas nos seus respectivos programas, mas integraram e valorizaram a programação da #ViradaSPOnline. A experiência da integração de outros programas na #ViradaSPOnline potencializou o público, a visibilidade e a audiência de todos os programas, veiculados na plataforma #CulturaEmCasa. Foi relevante para a experiência dos participantes dos concursos compartilhar o palco e o evento com grandes nomes da música.

O 4º trimestre foi encerrado desta forma com todas as metas alcançadas, tendo sido o público amplamente superado. No que diz respeito ao número de apresentações/atividades culturais, foram realizadas 150 atividades frente a uma meta de 126, resultado proporcionado pela otimização de recursos e pela produção de conteúdos locais como entrevistas a personalidades. Em relação à meta de público, com um número total de mais de 311 mil visualizações, o resultado do ICM trimestral foi de 412%, impulsionado sobretudo pela #ViradaSPOnline Vale do Futuro, que sozinha foi responsável por 232 mil visualizações. Com os recursos previstos para 4 municípios, uma programação de peso e dotada de ineditismo e uma divulgação regional intensificada, este evento por si só superou amplamente a média dos demais eventos online do 4º trimestre, tendo um público quase 2,8 vezes maior do que as visualizações somadas dos 5 demais eventos.

O resultado anual de público, com um ICM de 352%, foi assim amplamente influenciado pelo resultado da Virada do Vale e também da de Salto, em decorrência do caráter ineditismo da ação em ambiente online e também do volume de investimento, em padrão estabelecido pelas chamadas de 2019 superior às chamadas de 2020. Vale ressaltar que não havia série histórica anterior para o público online, próprio do programa, para que seja possível traçar um perfil adequado comportamento do público. E nota-se também que houve eventos com resultado de público mais próximo da meta mínima estabelecida, com pouco mais de 10 mil pessoas, não ultrapassando 127%. Sendo meta de resultado, a superação também não implicou em despesas adicionais às previstas no programa.

Apesar do cenário atípico que resultou numa reformulação do programa, inaugurando-o em um ambiente totalmente digital e online, a #ViradaSPOnline conseguiu criar condições para um acesso ampliado da população a bens e processos artísticos culturais, ampla difusão da produção artística dos municípios selecionados, contribuiu para a formação do público e o incremento do repertório artístico-cultural, promoveu impacto positivo para o desenvolvimento social, humano e econômico das regiões

e municípios do Estado de São Paulo, contemplou municípios com portes populacionais e econômicos diversificados e promoveu a divulgação do município e sua cultura no ambiente digital. Dessa forma, os resultados apresentados do ano de 2020 que diz respeito a esse programa foram satisfatórios.

2.2. CIRCUITO SP

2.2. CIRCUITO SP (CSP)								
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado		
17	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações /atividades culturais	1º Trim.	Mínimo	6	6		
			2º Trim.	Mínimo	0	0		
			3º Trim.	Mínimo	24	0		
			4º Trim.	Mínimo	37	73		
			ANUAL	Mínimo	67	79		
			ICM %			100,00%		
			ICM ANUAL			118%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado		
		Número de municípios	1º Trim.	Mínimo	6	6		
			2º Trim.	Mínimo	0	0		
			3º Trim.	Mínimo	24	0		
			4º Trim.	Mínimo	15	45		
			ANUAL	Mínimo	45	46		
			ICM %			100,00%		
			ICM ANUAL			102,22%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado		
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	1.710	2.718		
			2º Trim.	Mínimo	0	0		
			3º Trim.	Mínimo	0	0		
			4º Trim.	Mínimo	1.830	1631		

		ANUAL	Mínimo	3.540	4.349
		ICM %		100,00%	
		ICM ANUAL		123%	

No 4º trimestre após uma reformulação do programa o Circuito SP e ampla negociação com os municípios parceiros, foi possível migrar sua programação para o ambiente digital e cumprir as metas estabelecidas no 13º aditivo, estas já adequadas à impossibilidade de realização de atividades em parceria por parte dos 60 municípios selecionados em chamada de 2019 para a realização de eventos presenciais em 2019 e 2020.

No 4º trimestre foram gravados os conteúdos de 73 apresentações culturais junto a 45 municípios, com transmissão iniciada na plataforma #CulturaEmCasa em 2020, com 11 conteúdos, privilegiando os artistas e/ou espaços locais como forma de valorizar e difundir a produção cultural da região e mantendo as prefeituras como partícipes na realização das atividades do Circuito SP. Os demais conteúdos serão transmitidos no início de 2021. Também no início de 2020 poderão, à critério da SEC, e condicionada à viabilidade do parceiro, ser atendidos os demais municípios que não puderam realizar as atividades em 2020. Ressalta-se que destas 73 atividades, 5 foram gravadas a partir de apresentações abertas ao público, ainda com presença bastante tímida, de 36 pessoas em média.

No geral, as metas anuais foram atingidas ou superadas. No 4º trimestre, um número de apresentações e municípios maior do que o previsto aconteceu sobretudo em decorrência da pendência do 3º trimestre, explicando o ICM trimestral de 197% e 300% respectivamente. A realização de algumas atividades adicionais em relação ao previsto foram possíveis mediante o empenho das prefeituras parceiras, viabilidade no contexto da pandemia não garantida no momento do estabelecimento das metas e otimização de recursos do programa. O ICM anual de atividades foi de 118% e de municípios 102%, havendo portanto variações positivas e dentro de margem razoável.

O ICM trimestral de público ficou em 89%, sendo necessário ressaltar o ineditismo da ação online e a consequente inexistência de série histórica de resultado, além do fato de que parte das veiculações de conteúdo foram transferidas para 2021 para o melhor aproveitamento da difusão e disponibilização ao público. Apesar desse resultado trimestral, ainda assim o ICM anual foi de 123%, superando a meta, resultado do bom desempenho de público no 1º trimestre. O público previsto em meta para o primeiro trimestre considerou a média das atividades realizadas em 2019 com redução de margem de 5%. De forma que o resultado acima do previsto para o trimestre pode ser explicado pelo porte dos municípios atendidos (predominantemente acima de 100 mil habitantes, perfil que no quadro geral dos 60 municípios que participam do programa responde por apenas 27% do total de municípios frente a 47% dos municípios com menos de 20 mil habitantes), bem como pelo porte das ações que iniciaram a programação do ano, todas com grande apelo de público.

O programa atingiu seu objetivo no ano quanto à difusão artístico-cultural descentralizada no estado de São Paulo, por meio da circulação de apresentações diversificadas, de artistas e grupos com comprovada relevância em municípios de todas as macrorregiões, com portes populacionais e econômicos diversificados, em parceria com as prefeituras municipais.

2.3. MAPA CULTURAL PAULISTA

Não houve atividades previstas em 2020.

III - EIXO 3 – FESTIVAIS ARTÍSTICOS E APOIO A EVENTOS CULTURAIS

3.1. SEMANA GUIOMAR NOVAES

3.1 SEMANA GUIOMAR NOVAES (SGN)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
18	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações /Atividades artísticas selecionadas	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	20	0
			4º Trim.	Mínimo	0	47
			ANUAL	Mínimo	20	47
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		235%	
		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	20.000	0

			4º Trim.	Mínimo	0	61.564	
			ANUAL	Mínimo	20.000	61.564	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		308%		
		Indicativo de Resultados	Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral		
19	Apresentações artísticas/Atividades Culturais para estudantes	Número de apresentações /atividades culturais para estudantes	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		0%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral				Realizado
		Número total de estudantes	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0		
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100%	0	
			ICM ANUAL		0%	0	

A Semana Guiomar Novaes de 2020 teve um formato diferenciado, previu o desenvolvimento majoritário de suas atividades a partir de um Concurso de Piano, estabelecido mediante chamada pública. A chamada ficou aberta para inscrição de 09/09/2020 a 06/10/2020 e previa a seleção e premiação de pianistas do Estado de São Paulo. As performances selecionadas integraram a programação da 43ª Semana Guiomar Novaes, que aconteceu presencialmente no Theatro Municipal de São João da Boa Vista, de 24 a 31 de outubro de 2020 e com transmissão ao vivo na Plataforma #CulturaEmCasa.

Para participar o pianista enviou um vídeo contendo performance solo, nas categorias piano erudito ou piano popular, demonstrando sua capacidade e qualidade técnica enquanto instrumentista, além das informações e documentações solicitadas na inscrição online. Foram selecionados 20 pianistas, 10 em cada categoria, que receberam uma primeira premiação e ficaram aptos a participar de votação popular online, na qual o vídeo do pianista mais votado em cada categoria recebeu o prêmio do público, além da final durante a 43ª Semana Guiomar Novaes, no qual foram premiados os três melhores pianistas do Estado de São Paulo em cada categoria, por júri especializado.

Foram 102 artistas de 48 municípios e de 11 regiões administrativas inscritos, sendo 37 inscritos da Capital e 65 inscritos de fora da Capital do Estado de São Paulo.

A 43ª Semana Guiomar Novaes cumpriu com as 20 atividades selecionadas previstas na meta e teve, em decorrência, 40 apresentações, sendo estas a apresentação na final presencial e a apresentação gravada para a votação popular, sendo, portanto, duas por candidato. Além destas, foram realizadas outras 7 apresentações, entre dança, coral e outras apresentações musicais. A meta considerou apenas os 20 selecionados, mas a Semana já previa recursos para a dupla apresentação destes, além da programação adicional, sendo desta forma lançadas as 47 apresentações no quadro de resultados, e implicando em um ICM trimestral de 235% sem qualquer impacto orçamentário para o programa.

O público presencial foi de 1.176 pessoas e o virtual de 60.378 visualizações, garantindo um ICM de 308%. Considerando-se o público total o resultado das 47 atividades realizadas, o resultado de público efetivamente registraria um percentual de 130% da meta se fossem projetadas 1.000 visualizações por atividade. A votação popular demonstrou ser um importante instrumento de mobilização do público, sendo responsável por quase 60% das visualizações e impactando significativamente a superação da meta.

A superação da meta não impactou a programação orçamentária prevista. De forma satisfatória prova o sucesso do formato presencial e online e a estratégia adotada com o concurso, que repaginando o evento, potencializou o engajamento do público.

3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO

3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
20	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações /Atividades culturais (Apresentações realizadas pela APAA -	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	140	198
			ANUAL	Mínimo	140	198

	exclui as apresentações para estudantes)	ICM %		100%		
		ICM ANUAL		141%		
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado	
	Número total de público (público apresentações /atividades culturais APAA - exclui público de apresentações para estudantes)	1º Trim.	Mínimo	0	0	
		2º Trim.	Mínimo	0	0	
		3º Trim.	Mínimo	0	0	
		4º Trim.	Mínimo	0	0	
		ANUAL	Mínimo	0	0	
		ICM %		100%		
		ICM ANUAL		0%		
	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
	Número de Oficinas culturais, Palestras e Workshops	1º Trim.	Mínimo	0	0	
		2º Trim.	Mínimo	0	0	
		3º Trim.	Mínimo	0	0	
		4º Trim.	Mínimo	50	67	
		ANUAL	Mínimo	50	67	
		ICM %		100%		
		ICM ANUAL		134%		
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado	
	Número total de participantes	1º Trim.	Mínimo	0	0	
		2º Trim.	Mínimo	0	0	
		3º Trim.	Mínimo	0	0	
		4º Trim.	Mínimo	0	0	
		ANUAL	Mínimo	0	2.646	
		ICM %		100%		
21	Oficinas culturais, Palestras e Workshops para estudantes e afins	Indicativo de Resultados			Realizado	
	Número total de participantes	1º Trim.	Mínimo	0	0	
		2º Trim.	Mínimo	0	0	
		3º Trim.	Mínimo	0	0	
		4º Trim.	Mínimo	0	0	
		ANUAL	Mínimo	0	2.646	
		ICM %		100%		

			ICM ANUAL	-
--	--	--	------------------	---

O Festival Paulista de Circo em 2020 também teve seu formato repaginado para a adaptação ao ambiente virtual. A partir de uma chamada pública para artistas circenses que obteve 383 propostas artísticas de 54 municípios e de 11 regiões administrativas, foram selecionados 272 números, oficinas, e espetáculos de companhias de repertório e circos itinerantes para o desenvolvimento de conteúdos audiovisuais para o festival.

Tendo havido 3 desistências de participação entre os selecionados nas categorias companhias de repertório, circos e itinerantes e números, foram gravadas 198 apresentações, gerando um ICM de 141%. Foram ainda realizadas a gravação de 67 oficinas, tendo tido 4 desistências entre os selecionados, proporcionando um ICM trimestral e anual de 130%. A superação em ambos os indicadores se deveu sobretudo às poucas desistências de participação, previstas em maior número considerando o ineditismo dessa forma audiovisual como produto cultural para o setor e as dificuldades impostas pela pandemia. Não houve impacto no orçamento, considerando que este foi planejado em consideração ao número de selecionados, havendo saldo na rubrica de programação do programa em decorrência das desistências.

Não houve meta de público prevista para o programa, considerando a realização da transmissão e disponibilização ao público dos conteúdos produzidos somente em 2021. Mas foi possível realizar, em 21 de dezembro de 2020, uma transmissão de lançamento do Festival de Circo Online de São Paulo na Plataforma #CulturaEmCasa, com mostra de 10 das atividades produzidas. O público atingido diretamente nesta transmissão foi de 2646 visualizações. Não houve impacto na execução orçamentária do programa, tendo sido a transmissão realizada mediante a otimização dos recursos existentes.

3.3. FESTIVAL DA CULTURA TRADICIONAL PAULISTA – “REVELANDO SP”

3.3. REVELANDO SP (RSP)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
22	Atividades no Festival	Número de apresentações /exposições/oficinas/cursos/mentorias etc. selecionadas.	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	288	412
			ANUAL	Mínimo	288	412

			ICM %	100%		
			ICM ANUAL	143%		
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		Realizado	
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	0	36.001
			ANUAL	Mínimo	0	36.001
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		0	
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número de municípios inscritos	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	103	0
			4º Trim.	Mínimo	0	138
			ANUAL	Mínimo	103	138
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		134%	
23	Municípios participantes					

Com o imperativo de adaptação para o ambiente digital deste tradicional encontro da cultura popular paulista, o Revelando SP em 2020 desenvolveu suas atividades a partir de três chamadas públicas: Revelando SP Online, Programa de Capacitação Revelando SP e Concurso de Viola Caipira Revelando SP. Lançadas pela Secretária de Cultura e Economia Criativa em 09 de setembro, tiveram inscrições até o dia 06 de outubro de 2020.

O **Revelando SP Online** obteve 335 propostas de 79 municípios e de 15 regiões administrativas, com 302 selecionados, todas as inscrições foram de municípios de fora da Capital do Estado de São Paulo. O programa consiste em uma programação de vídeos em que os municípios paulistas se fazem representar através suas tradições culturais, com registros documentais de artesãos, culinários, mestres e manifestações populares. Foram produzidos 293 vídeos, tendo em vista 9 desistências de

participação. Não houve meta de público prevista para o programa, considerando a realização da transmissão e disponibilização ao público dos conteúdos produzidos somente em 2021. Mas foi possível realizar, em 20 de dezembro de 2020, uma transmissão de lançamento do RevelandoSP Online na Plataforma #CulturaEmCasa, com mostra de 12 das atividades produzidas, com um público de 1197 visualizações. As demais atividades serão veiculadas na plataforma #CulturaEmCasa a partir de janeiro de 2021.

Já o **Programa de Capacitação Revelando SP** recebeu 66 propostas de 28 municípios e de 12 regiões administrativas, tendo sido selecionadas 60 propostas. Com atividades no período de 01 a 11 de dezembro de 2020, teve a participação de 55 artesãos e culinharistas em mentorias e 3 palestras, visando qualificar e colaborar para o desenvolvimento da atividade econômica e da sustentabilidade de seus negócios. Esses agentes são responsáveis pela produção e comercialização de produtos de origem artesanal que tem como base a valorização e promoção das tradições culturais dos municípios e regiões do Estado de São Paulo. 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 ofereceu uma palestra para gestores, realizada no dia 07 de dezembro. Ao todo, as 4 palestras, disponibilizadas na plataforma #CulturaEmCasa, tiveram 856 visualizações.

O **Concurso de Viola Caipira Revelando SP** teve 128 inscrições de 75 municípios e de 14 regiões administrativas. Para participar, cada violeiro enviou um vídeo contendo uma performance solo que demonstrasse a sua capacidade e qualidade técnica enquanto instrumentista. Foram selecionados 50 violeiros, que receberam uma primeira premiação e ficaram aptos a participar da votação popular online, na qual o vídeo do violeiro mais votado recebeu o prêmio do público. Os 10 violeiros mais bem pontuados participaram, adicionalmente, de um evento final, no qual foram premiados os três melhores violeiros do Estado de São Paulo por júri especializado. A final ocorreu no palco do Teatro Sérgio Cardoso, com transmissão online na plataforma #CulturaEmCasa durante a ViradaSPOnline de Santa Bárbara D'Oeste, totalizando 3.000 visualizações. Os vídeos da votação popular totalizaram 30.948 visualizações, mostrando ser um sucesso de engajamento e mobilização de público.

Para efeito de contabilização total das 412 atividades no programa, foram consideradas os 293 vídeos do Revelando SP Online, as 4 palestras e 55 mentorias do Programa de Capacitação, os 50 vídeos da votação popular e as 10 apresentações finais dos melhores violeiros na final do Concurso de Viola Caipira Revelando SP. A meta havia considerado uma margem de desistência entre os selecionados, o que não ocorreu e garantiu os bons resultados e a ampla superação da meta de atividades do programa, que registrou um ICM de 143%.

Ao todo foram 138 municípios participantes do programa, seja mediante a parceria no Revelando SP Online e Programa de Capacitação, seja mediante um violeiro inscrito através de chamada para artistas, garantindo uma ampla capilaridade das ações e um ICM de 134%, superando a meta de 16% do total de municípios paulistas alcançados. A composição das três diferentes estratégias, mediante distintas chamadas públicas, para atendimento aos objetivos do programa, certamente influenciou no resultado, sobretudo se consideradas as dificuldades de inscrição dos municípios nas chamadas em

setembro, com a sobrecarga de trabalho imposta pela implantação da Lei Aldir Blanc pelas prefeituras, o cenário político volátil do período eleitoral e as limitações impostas pela pandemia.

O novo formato do Programa deixou marcas importantes no ano de 2020, tornando possível a continuação de apoio e fomento à cultura popular paulista de forma qualificada, mesmo no ambiente digital.

3.4. APOIO A FESTIVAIS ARTÍSTICOS E ATIVIDADES CULTURAIS

3.4. APOIO À FESTIVAIS ARTÍSTICOS E ATIVIDADES CULTURAIS (AFA)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
24	Apoio a atividades culturais e/ou festivais artísticos	Número de apoios à Festivais e/ou atividades apoiadas	1º Trim.	0	0	0
			2º Trim.	0	0	0
			3º Trim.	0	0	0
			4º Trim.	0	0	0
			ANUAL	0	0	0
			ICM %	100%		
			ICM ANUAL	0		

O programa foi incluído em 2020 no conjunto de metas condicionadas e será tratado mais abaixo.

IV - EIXO 4 - AÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO CULTURAL E PARA O FORTALECIMENTO DAS IDENTIDADES E DIVERSIDADES CULTURAIS E ECONOMIA CRIATIVA

4.1. ENCONTRO COM DIRIGENTES MUNICIPAIS DE CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO

4.1. ENCONTRO COM DIRIGENTES MUNICIPAIS DE CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO (EDC)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
25	Encontro com Dirigentes	Número de encontros	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0

Municipais de Cultura	3º Trim.	Mínimo	0	0	
	4º Trim.	Mínimo	0	0	
	ANUAL	Mínimo	0	0	
	ICM %		100%		
	ICM ANUAL		0		
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
	Número de regiões administrativas visitadas	1º Trim.	Mínimo	0	0
		2º Trim.	Mínimo	0	0
		3º Trim.	Mínimo	0	0
		4º Trim.	Mínimo	0	0
		ANUAL	Mínimo	0	0
		ICM %		100%	
		ICM ANUAL		0%	
	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado
	Número de municípios participantes	1º Trim.	Mínimo	0	0
		2º Trim.	Mínimo	0	0
		3º Trim.	Mínimo	0	0
		4º Trim.	Mínimo	0	0
		ANUAL	Mínimo	0	0
		ICM %		100%	
ICM ANUAL		0%			

Não houve atividades previstas nem realizadas no programa neste ano.

4.2. TRADIÇÃO SP

4.2. TRADIÇÃO SP (TSP)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
26	Apresentações artísticas e/ou apoios estruturais a eventos municipais	Número de atendimentos para eventos	1º Trim.	Mínimo	0	1	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	12	0	
			4º Trim.	Mínimo	16	36	
			ANUAL	Mínimo	28	37	
			ICM %			100%	
			ICM ANUAL			132%	
		Indicativo Resultados	Previsão Trimestral			Realizado	
		Número de municípios selecionados	1º Trim.	Mínimo	0	1	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	12	0	
			4º Trim.	Mínimo	28	40	
			ANUAL	Mínimo	40	41	
			ICM %			100%	
			ICM ANUAL			103%	
		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			Realizado	
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	1.000	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	2.400	0	
			4º Trim.	Mínimo	3.200	174.950	
			ANUAL	Mínimo	5.600	175.950	
ICM %			100%				

			ICM ANUAL	3141%
--	--	--	------------------	--------------

Em 09 de setembro de 2020 foi lançado o edital Tradição SP 2020 que teve inscrições abertas até o dia 06 de outubro. 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 pode fomentar e fortalecer a entrada dos municípios no universo digital a partir de conteúdos culturais locais. Com a pandemia uma série de atividades que sempre tiveram caráter presencial não seriam realizadas no ano de 2020, com o apoio do Tradição SP foi possível a realização desses eventos e atividades, assim como a criação de oportunidades de geração de renda para profissionais do setor, difusão dos calendários municipais e a promoção de impactos positivos para o desenvolvimento social, humano e econômico que foram tão abalados ao longo de 2020 com a pandemia do covid-19.

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. A execução das propostas inscritas foi estabelecida para acontecer até 31 de janeiro, tendo havido prorrogações de prazo pontuais autorizadas pela UDBL até fevereiro.

Foram selecionados 40 municípios, de 15 Regiões Administrativas. Destes 4 desistiram de relizar seus projetos tendo em vista as dificuldades impostas pela pandemia. Considerando a realização de 1 apoio no 1º trimestre, conforme solicitação da SEC, o programa totalizou desta forma 37 atendimentos, atingindo um ICM anual de 132%. A superação decorreu da flexibilidade da SEC e da OS com relação aos prazos de execução e em um empenho em construir juntos aos municípios as melhores soluções frente às adversidades, visando o atingimento dos objetivos da política pública. O calendário de lançamento da chamada, estabelecido junto à SEC inviabilizou que as ações fossem iniciadas ainda no 3º trimestre, mas o resultado anual pode ser garantido.

Os projetos receberam o apoio no valor de até R\$ 25.000 e dessa forma foram viabilizadas a realização de 231 atividades artísticas e culturais integrantes de festivais online de cultura popular, caipira, caçara, afro-brasileira e indígena, de teatro, de samba, mostras culturais diversas, autos de Natal, documentários sobre tradições locais, portais online de feiras, entre outros.

Já a meta de público foi amplamente superada, com um ICM anual de 3141%. As ações tiveram grande variação de público, indo de algumas dezenas (principalmente em casos de disponibilização de conteúdos de caráter mais perene no ambiente online, sendo que o envio de relatório de visualizações da ação logo após sua publicação não pôde contabilizar seu sucesso posterior) até dezenas de milhares de pessoas. O programa, inédito em sua versão virtual e abrigando iniciativas bastante diversificadas de cultura no ambiente digital, demonstrou ter grande sucesso, apoiando iniciativas relevantes junto ao público local, o que não podia ser previsto inicialmente em um âmbito de planejamento. Dado se tratar de programa cuja execução depende de um parceiro, não havendo influência da Amigos da Arte

na programação ou estrutura do projeto, vale ressaltar a necessidade de trabalhar com metas mínimas de público conservadoras e a possibilidade de ultrapassagem dessas metas mínimas.

Mais um ano, o Tradição SP, mesmo em novo formato, mostrou-se essencial no incentivo à difusão da cultura paulista. Numa análise do programa no ano, apesar do formato inédito, a mensuração dos resultados foi extremamente positiva, apontando um formato possível no meio digital do programa.

4.3. APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT+

4.3 - APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT+ (APLGBT+)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado		
27	Eventos/Ações para a cultura LGBT+	Número de eventos, ações e/ou apoios realizados	1º Trim.		0	0	
			2º Trim.		0	1	
			3º Trim.		0	0	
			4º Trim.		25	27	
			ANUAL		25	28	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		112,00%		
		Indicativo de resultados	Previsão Trimestral		Realizado		
			1º Trim.		Mínimo	0	0
		Número de municípios atendidos	2º Trim.		Mínimo	0	1
			3º Trim.		Mínimo	0	0
			4º Trim.		Mínimo	25	27
			ANUAL		Mínimo	25	28
			ICM %		100,00%		
			ICM ANUAL		112,00%		
			Indicativo de resultados	Previsão Trimestral		Realizado	
		1º Trim.		Mínimo	0	0	
		Número total de público	2º Trim.		Mínimo	0	2.075

		3º Trim.	Mínimo	0	0
		4º Trim.	Mínimo	5.000/74.000	36.002
		ANUAL	Mínimo	5.000/74.000	38.077
		ICM %		100,00%	
		ICM ANUAL		762%	

A principal estratégia adotada para o programa foi a realização do MaisOrgulho de apoio a Paradas LGBT do interior e litoral paulistas. Com edital de seleção de paradas lançado em 2019 e concluído em 2020, foi necessária ampla rediscussão das estratégias adotadas, em conjunto com os selecionados, frente a impossibilidade de realização dos eventos presenciais, visando adaptar o programa para o ambiente digital.

Com exceção da atividade realizada no ambiente da plataforma digital Cultura em Casa por ocasião da celebração da Parada de São Paulo do Orgulho LGBTQ+ no 2º trimestre, as atividades foram viabilizadas somente no 4º trimestre. O novo formato desenhado consistiu em lives das Paradas e gravação de vídeo-depoimentos de personalidades relacionadas à história e à comunidade LGBTQ local.

No total foram 10 lives das Paradas dos municípios Araçatuba, Araraquara, Santos, São Joaquim da Barra, Sertãozinho, Catanduva, São José dos Campos, Bebedouro, São José do Rio Preto e Vinhedo, além de 161 depoimentos coletados junto a um total de 27 municípios.

O ICM trimestral e anual de eventos foi de 112%, cumprindo com o pactuado em termos de apoio a projetos voltados para a cultura LGBTQIA+. Já em relação ao público, o ICM trimestral foi de 720%. A expressiva superação do público é devida ao ineditismo da ação e à ausência de histórico de indicadores, bem como ao sucesso significativo da parada de Araçatuba, que sozinha obteve mais de 20 mil visualizações frente à meta média mínima de 200 visualizações por atividade. As paradas reproduzidas no formato live tiveram um número significativo de público e apesar do engajamento variado entre uma parada e outra, o público total foi expressivo.

Com um número de atendimentos e municípios próximo do projetado, o resultado anual do programa foi amplamente superado em público, com atividades com quantitativo excepcional de visualizações, resultado de uma programação assertiva, parceiros e público engajados para as ações apresentadas em ambiente digital.

4.4. APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS

4.4. APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA, OUTRAS ETNIAS E ARTES URBANAS (ACNOE)						
Nº	Ação	Previsão Trimestral		Realizado	Realizado	
28	Execução ou Apoio a eventos voltados para a cultura negra, outras etnias e artes urbanas	Número de eventos, apoios ou encontros realizados	1º Trim.		0	0
			2º Trim.		0	0
			3º Trim.		0	0
			4º Trim.		1	1
			ANUAL		1	1
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		100%	
		Indicativo de resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número municípios atendidos (selecionados/ inscritos)	1º Trim.		0	0
			2º Trim.		0	0
			3º Trim.		0	0
			4º Trim.		31	31
			ANUAL		31	31
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		100%	
		Indicativo de resultados	Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	51.000/54.000	13.689
			ANUAL	Mínimo	51.000/54.000	13.689
ICM %			100%			

			ICM ANUAL		25%
--	--	--	------------------	--	------------

O programa de Apoio a Projetos Voltados para Cultura Negra, Outras Etnias e Artes Urbanas teve suas ações, em 2020, estruturadas através do Concurso de Batalhas de Rima de São Paulo, mediante Chamada Pública. O concurso teve como objetivo a seleção e premiação das batalhas de freestyle mais relevantes do Estado de São Paulo, bem como a premiação dos vencedores de competição organizada entre rimadores e rimadoras indicados pelas batalhas mais bem pontuadas.

A chamada pública ficou aberta para inscrições entre os dias 09 de setembro e 06 de outubro. O concurso foi realizado em três etapas. Cada batalha enviou materiais referentes à sua existência e histórico de realizações no município de origem, no Estado de São Paulo, além das informações e documentações solicitadas na inscrição online. Foram 74 batalhas inscritas de 42 municípios e de 14 regiões administrativas, tendo sido selecionadas por um júri especializado 50 batalhas, oriundas de 31 municípios, que receberam o Prêmio Melhores Batalhas de SP e passaram para a segunda fase do concurso.

As 50 batalhas selecionadas, ficaram aptas a participar da segunda etapa, que consistiu em votação popular online, por meio do envio de um vídeo artístico que relatasse o histórico da batalha. O vídeo mais votado recebeu o prêmio do público.

As 32 batalhas mais bem pontuadas entre as 50 vencedoras do Prêmio Melhores Batalhas SP indicaram um(a) rimador(a) representante, que concorreu ao 1º, 2º e 3º lugar do Prêmio Campeã(o) do Freestyle SP. A Seletiva ocorreu em 6 de dezembro ao vivo na plataforma #CulturaEmCasa e selecionou 8 rimadores e rimadoras entre os 32 indicados(as). A Final aconteceu no dia 19 de dezembro de 2020, diretamente do Teatro Sérgio Cardoso, durante a programação da #ViradaSPOnline de Caraguatatuba, também com transmissão ao vivo.

O público do programa, de 13.689 visualizações foi constituído de 6.920 visualizações na Seletiva, 1.200 visualizações na Final e 5.569 visualizações na Votação Popular. Apesar de apresentar um público por live significativamente superior à média mínima aplicada ao longo do Plano de Trabalho 2020, de 1.000 visualizações, bem como um resultado bastante superior ao realizado no programa em anos anteriores (com 18.000 pessoas em 2018 e 7.000 pessoas em 2019) a meta não foi atingida, resultando em um ICM de 25%.

O resultado da votação popular contrasta com os outros dois concursos realizados (a votação popular do Concurso de Viola Caipira teve 30.948 visualizações e a do Concurso de Piano 36.651 visualizações), mostrando que o engajamento de artistas para a votação em performances individuais teve mais sucesso do que no vídeo de histórico de coletivos, como no caso do Concurso de Batalhas.

Ainda assim, neste caso, de fato a projeção do público em meta parece ter se equivocado ao considerar um público de 1.000 pessoas para cada uma das 50 batalhas. O cálculo faria sentido se de fato tivesse

vido projetado um evento ao vivo para cada batalha, o que não foi o desenho do concurso definido na chamada pública junto à SEC.

Caso fosse aplicado o cálculo de 200 visualizações para cada um dos 50 conteúdos gravados (votação popular) e 1.000 visualizações para cada uma das duas lives realizadas (Seletiva e Final), tal como o critério estabelecido majoritariamente como memória de cálculo para as metas integrantes do Plano de Trabalho 2020, seria o resultado considerado satisfatório com um total de 13.689 visualizações realizadas frente a uma projeção de 12.000 visualizações, garantindo um percentual de 114%.

O não atingimento da meta neste caso justifica-se pelo próprio equívoco em sua projeção, claramente identificado quando confrontado com metas dos demais programas.

4.5. PRÊMIOS E MEDALHAS DE INCENTIVO À CULTURA

4.5. PRÊMIOS E MEDALHAS DE INCENTIVO À CULTURA (PMIC)					
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado
29	Realizar a produção técnico artística dos Prêmios Governador do Estado de São Paulo, Medalha Mário de Andrade e Medalha Tarsila do Amaral	Pré-produção	1º Trim.	0	0
			2º Trim.	0	0
			3º Trim.	0	0
			4º Trim.	0	0
			ANUAL	0	0
			ICM %	100%	
			ICM ANUAL	0,00%	

O programa foi incluído em 2020 no conjunto de metas condicionadas e será tratado mais abaixo.

4.6. ECONOMIA CRIATIVA

4.6. ECONOMIA CRIATIVA (EC)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado		
30	Execução e/ou Apoio a ações/eventos	Apoio/Auxílio Técnico/Atividades Culturais	1º Trim.		0	0	
			2º Trim.		0	0	
			3º Trim.		0	51	
			4º Trim.		68	17	
			ANUAL		68	68	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		100%		
		Número total de público	Indicativo de resultados		Previsão Trimestral		Realizado
			1º Trim.		Mínimo	0	0
			2º Trim.		Mínimo	0	0
			3º Trim.		Mínimo	0	33.302
			4º Trim.		Mínimo	29.920	7.201
			ANUAL		Mínimo	29.920	40.503
			ICM %		100%		
ICM ANUAL		135%					

No 4º trimestre houve a continuação da programação #SPGastronomia. A edição online do evento, que é gerido pela Amigos da Arte desde 2019, foi iniciada em 6 de julho, com lives de segunda a quinta, sempre às 21h30 na plataforma #CulturaEmCasa. Participaram chefs, nutricionistas e especialistas com aulas, receitas, histórias, curiosidades e debates sobre diversos temas relacionados à gastronomia de São Paulo, garantindo uma grande vitrine da diversidade e da qualidade do setor.

Com 17 atividades e um público total de 7.201 no 4º trimestre, o ICM trimestral abaixo de 100% é resultado da antecipação da realização de metas no 3º trimestre. Dessa forma, no ano de 2020, o ICM anual de público foi superado com 135%, sobretudo em decorrência de visualizações dos conteúdos nos meses posteriores ao de disponibilização, responsáveis por 8.506 visualizações, sinalizando que o formato permanece atrativo para o público mesmo passado o seu lançamento.

4.7. CULTURA EM CASA

4.7. CULTURA EM CASA (CC)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado	
31	Apresentações em plataformas virtuais	Número de Atividades apresentadas	1º Trim.		0	0
			2º Trim.		90	132
			3º Trim.		95	95
			4º Trim.		81	59
			ANUAL		266	286
			ICM %		107,52%	
			ICM ANUAL		107,14%	
		Indicativo de resultados	Previsão Trimestral			Realizado
			1º Trim.	Mínimo	0	0
		Número total de público	2º Trim.	Mínimo	18.000	853.994
			3º Trim.	Mínimo	51.800	412.414
			4º Trim.	Mínimo	61.000	87.273
			ANUAL	Mínimo	130.800	1.353.681
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		1035%	
		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
			1º Trim.		0	0
		Licenciamentos de conteúdo	2º Trim.		0	0
			3º Trim.		70	37
			4º Trim.		70	125
			ANUAL		140	162

			ICM %	100%
			ICM ANUAL	115,71%

No 4º trimestre o #CulturaEmCasa continuou com uma diversa programação através dos especiais Festival CulturaEmCasa, composto por lives de artistas renomados; o Intensivão CulturaEmCasa, com aulas e palestras de profissionais de arte e cultura; e a série Diálogos Necessários, que reúne pensadores e profissionais de diversas áreas para reflexões plurais com abordagens diversificadas ou antagônicas de grandes temas contemporâneos. Foram 59 atividades veiculadas, com lives musicais de grande público, como a de Anelis Assunção, Renato Teixeira e Nando Reis, apresentações de Artes Cênicas, aulas e palestras, além de conversas sobre grandes temas contemporâneos, como vacinas e pandemia, Enem, política, além de temas da produção artística e cultural, gerando um ICM trimestral de 72,84%. O ICM de atividades abaixo de 100% no trimestre é justificável pelo planejamento anual previsto para o Programa. Nota-se que o ICM anual foi de 107%, cumprindo assim a meta estabelecida previamente e equilibrando a oferta de conteúdo no tempo.

Além desta programação com produção própria da Amigos da Arte, foram veiculados conteúdos licenciados, como aqueles integrantes do projeto Ponte Aérea Cultural, ação de parceria entre a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, plataforma #CulturaEmCasa e as Secretarias de Cultura estaduais de outros estados, sendo um dos destaques dessa ação conjunta o Festival Cinema Negro em Ação, em parceria com o Governo do Rio Grande do Sul. Somente neste festival foram veiculados 79 dos 125 conteúdos licenciados disponibilizados no 4º trimestre. No trimestre também houve a exibição do filme “Chega de Fiu-Fiu”, com duas lives de debate para refletir sobre importunação sexual.

Com estes conteúdos licenciados viabilizou-se o cumprimento da meta, com um ICM trimestral de 178%, compensando meta pendente do trimestre anterior e resultando em um ICM anual de 115,71%

O final de ano teve ainda uma extensa programação de parcerias com instituições culturais vinculadas à Secretaria de Cultura e Economia Criativa, não contabilizadas em meta. A OSESP Express, em parceria com a Fundação Osesp, trouxe uma série de pocket concertos no horário do almoço, com intuito de agilizar a fruição e buscar maior abrangência de público com esse horário pouco usual para concertos de música clássica. Entre outras atividades, houve também a Mostra Latino-Americana de Curtas, em parceria com o Memorial da América Latina, cuja proposta foi a exibição de curtas metragens dos países latino-americanos para promover a divulgação da produção cinematográfica contemporânea da região. Cada noite da Mostra se dedicou a um país latino-americano, com a exibição de até cinco títulos por país.

A meta de público foi amplamente superada, com ICM trimestral e anual de 143% e 1035%, respectivamente. O resultado de mais de 1,3 milhão de visualizações, computa somente as atividades realizadas diretamente pela Amigos da Arte. Vale considerar que as projeções das metas estão fixadas em médias mínimas de público, logo o resultado sofreu interferência póstuma à data de realização da estimativa, o que possibilitou a superação das metas mínimas fixadas, como já previsto no Plano de

Trabalho pactuado no 13º TA. O amplo número verificado no indicador demonstra o acerto na programação e estratégias de divulgação, bem como a relevância para o interesse público.

Vale ressaltar que o amplo sucesso é devido principalmente ao resultado das atividades do 2º trimestre, ainda no início da pandemia, no contexto de lockdown no Estado, quando a Amigos da Arte rapidamente colou a plataforma no ar, sendo a plataforma #CulturaEmCasa pioneira na oferta de conteúdo cultural virtual. Com a progressiva flexibilização da quarentena e retomada das atividades econômicas e sociais, bem como a diversificação da oferta de conteúdo cultural digital, viu-se o público cair sucessivamente nos dois trimestres posteriores, mas ainda num patamar significativamente satisfatório, se considerado o ICM trimestral. A ampla superação da meta trimestral ficou por conta das grandes lives musicais já citadas, mas a grande maioria das demais atividades também superaram as 1.000 visualizações previstas por ação do Festival e as 200 visualizações previstas em média para cada atividade do Intensivão e Diálogos.

Sendo assim, no quadro de metas apresentado, verifica-se o cumprimento da meta de atividades culturais anuais, com ligeira redistribuição das atividades entre os trimestres, além de ampla superação de público, garantindo os bons resultados para o programa e a consolidação da plataforma #CulturaEmCasa no cenário da oferta cultural digital gratuita.

O #CulturaEmCasa programa criado em meio a pandemia e que a partir do 12º Aditivo começou a compor o escopo desse contrato gestão provou que é possível novas formas de fruição de cultura no estado de São Paulo com amplitude internacional. Foi um desafio que tornou possível a viabilização de várias ações e tornando um dos principais canais de distribuição de conteúdo cultural do país.

4.8. + GESTÃO SP

4.8 + GESTÃO SP (GSP)								
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado		
32	Suporte técnico aos municípios para implantação da Lei Aldir Blanc	Implantação/realização sistêmica de atendimento e suporte técnico	1º Trim.	Mínimo	0	0		
			2º Trim.	Mínimo	0	0		
			3º Trim.	Mínimo	1	1		
			4º Trim.	Mínimo	1	1		
			ANUAL	Mínimo	2	2		
			ICM %			100%		
			ICM ANUAL			100,00%		

No 4º trimestre de suporte técnico de consultoria jurídica referente a implantação da Lei Aldir Blanc, destinada, exclusivamente, a gestores públicos municipais do Estado de São Paulo, foi realizado o atendimento a 75 consultas, a elaboração de 17 minutas de edital e 6 minutas de decretos para um total de 46 municípios. Sendo que, por consultas, entende-se os questionamentos formulados que deram ensejo a resposta de conteúdo jurídico, ou ao encaminhamento de minutas de decretos, ou editais. Outros atendimentos com dúvidas não pertinentes ao escopo da consultoria, não estão registrados nos dados acima apresentados.

A consultoria iniciou-se em 21 de setembro de 2020 através de plataforma help desk, que permitiu que os gestores municipais inserissem os dados de seu município e formularsem suas consultas.

Além de responder aos questionamentos formulados, a Consultoria elaborou um documento intitulado “Banco de Definições e Conceitos” e sete minutas de editais, com as seguintes tipologias: 1.1. Prêmio – Pessoa Física; 1.2. Prêmio – Coletivos Culturais; 1.3. Prêmio – Pessoa Jurídica; 1.4. Prêmio – Espaços Culturais; 2. Atividades Online; 3. Aquisição de Ingressos; 4. Edital de Projetos. Também foi elaborada uma minuta de decreto municipal, acompanhada de parecer jurídico sobre a necessidade de observância dos preceitos da Lei nº 8.666/93 nos regulamentos municipais.

Em um resultado anual a meta foi 100% atingida com a implantação/realização sistêmica de atendimento e suporte técnico ao longo de 2 trimestres.

V - EIXO 5 – PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL

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

5.1 PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMONIO MATERIAL E IMATERIAL (PPPMI)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
33	Pesquisa para preservação, valorização e difusão do patrimônio material e imaterial	Número de apoios aos eventos realizados	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	0	0
			ANUAL	Mínimo	0	0
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		-	

Integrante do conjunto de metas condicionadas à demanda da SEC, não tendo havido definições pela Pasta, não foram realizadas atividades em 2020.

VI - ACESSIBILIDADE

ACESSIBILIDADE								
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado		
34	Ações/apresentações com adaptações comunicacionais e/ou de acessibilidades	Número de ações/apresentações realizadas	1º Trim.	Mínimo	27	0		
			2º Trim.	Mínimo	0	8		
			3º Trim.	Mínimo	9	40		
			4º Trim.	Mínimo	144	211		
			ANUAL	Mínimo	180	259		
			ICM %			100%		
			ICM ANUAL			144%		

No 4º trimestre foram realizadas 211 atividades com acessibilidade comunicacional nos programas integrantes do Contrato de Gestão, garantindo um ICM trimestral de 146% e anual de 144%. Foram realizadas 39 ações com Libras no Teatro Sérgio Cardoso, audiodescrição de obras de exposições do Museu da Diversidade Sexual, Libras em toda a programação das 7 Viradas SP Online, incluindo as finais dos concursos de Viola Caipira e Batalhas de Rima, e em conteúdos licenciados e de instituições parceiras.

Não há rubrica destacada no orçamento para essa meta e os recursos destinados são oriundos dos próprios programas. Com a otimização dos mesmos, foi possível o aumento do número de ações acessíveis sem o comprometimento de outras metas. Sendo assim, a meta anual foi alcançada e superada neste 4º trimestre e também no ano, resultado sobretudo do amplo volume de atividades da #ViradaSPOnline.

Cabe retificar que o Relatório do 3º Trimestre se equivocou quanto às atividades de trimestres anteriores. De forma que segue válido os números apresentados nos Relatórios de cada trimestre para o trimestre em exercício. Os números corretos são: 40 ações no 3º trimestre, 8 ações no 2º trimestre e 0 (zero) ações no 1º trimestre, totalizando 48 ações. Corrigido assim, neste presente relatório.

VII - FOMENTO

FINANCIAMENTO E FOMENTO								
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado		
35	Inscrever projetos em programas de captação de recursos incentivados	inscrições de projetos em editais públicos e/ou privados, leis de incentivo e emendas parlamentares	1º Trim.	Mínimo	0	0		
			2º Trim.	Mínimo	1	0		
			3º Trim.	Mínimo	1	1		
			4º Trim.	Mínimo	1	3		
			ANUAL	Mínimo	3	4		
			ICM %			100%		
			ICM ANUAL			133%		

No 4º trimestre foi realizada a inscrição de dois projetos na Chamada Vale de Patrocínios Culturais e a submissão do projeto #NACOnline para a plataforma #CulturaEmCasa, via emenda parlamentar ao orçamento da Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo. Assim, foi atingida a meta trimestral e anual em 133%, devido às oportunidades apresentadas no ano. Os projetos para a Chamada Vale não foram selecionados, mas teve sucesso o projeto de emenda parlamentar, tendo sido celebrado Termo de Fomento junto à SMC. As ações do projeto integrarão a programação do #CulturaEmCasa no 1º trimestre de 2021.

No 3º trimestre foi realizada também a inscrição do Plano Anual 2021 da Amigos da Arte na Lei Federal de Incentivo à Cultura, com o número PRONAC 333818. O projeto teve autorização para captação homologada e segue para análise para autorização da Execução.

Vale registrar que o Plano Anual 2020, apresentado em 2019, teve extraordinária demora em sua análise, não tendo sido homologada sua execução em 2020 apesar de ter sido o projeto aprovado, inviabilizando o principal instrumento de captação de recursos da entidade bem como a execução do saldo de captação de 2019, afetando diretamente os resultados.

O ano foi desta forma pautado pela dificuldade de estabelecer parcerias de financiamento, devido às dificuldades encontradas com a Secretaria Especial da Cultura do Governo Federal, bem como à ampla reformulação de programas devido à pandemia, o que inviabilizou a oferta dos produtos culturais ao mercado com antecedência e certeza de resultados.

As perspectivas para o próximo continuam incertas e condicionadas principalmente à viabilização dos instrumentos de captação com incentivo fiscal, mas entende-se que a consolidação das experiências de 2020 permitirá um planejamento mais assertivo de ações que poderá colaborar para melhores resultados.

VIX - METAS CONDICIONADAS

2.1. VIRADA SP (VSP)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
36	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações/atividades culturais	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100,00%		
			ICM ANUAL		0%		
		Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral			Realizado
		Número de municípios participantes	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100%		
			ICM ANUAL		0%		
		Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100,00%		
			ICM ANUAL		0%		

Não houve metas condicionadas previstas para 2020.

2.2. CIRCUITO SP (CSP)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
37	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações/atividades culturais	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100,00%		
			ICM ANUAL		0%		
		Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral			Realizado
		Número de municípios	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
			ICM %		100,00%		
			ICM ANUAL		0%		
		Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral			Realizado
		Número total de público	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	0	
			ANUAL	Mínimo	0	0	
ICM %			100,00%				
ICM ANUAL			0%				

Não houve metas condicionadas previstas para 2020.

3.2. FESTIVAL PAULISTA DE CIRCO (FPC)					
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado

38	Apresentações artísticas/Atividades Culturais	Número de apresentações/atividades culturais (Apresentações realizadas pela APAA - excluídas as apresentações para estudantes)	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	0	0
			ANUAL	Mínimo	0	0
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		0%	
			Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral	
		Número total de público (público apresentações/atividades culturais APAA - excluído público de apresentações para estudantes)	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	0	0
			4º Trim.	Mínimo	0	0
			ANUAL	Mínimo	0	0
			ICM %		100%	
ICM ANUAL			0%			
39	Apresentações Artísticas/Atividades culturais para estudantes		Indicativo de Produtos		Previsão Trimestral	
		Número de apresentações/atividades	1º Trim.	Mínimo	0	0

	culturais para estudantes	2º Trim.	Mínimo	0	0
		3º Trim.	Mínimo	0	0
		4º Trim.	Mínimo	0	0
		ANUAL	Mínimo	0	0
		ICM %		100%	
		ICM ANUAL		#REF!	
		Indicativo de Resultados		Previsão Trimestral	
	Número total de estudantes	1º Trim.	Mínimo	0	0
		2º Trim.	Mínimo	0	0
		3º Trim.	Mínimo	0	0
		4º Trim.	Mínimo	0	0
		ANUAL	Mínimo	0	0
		ICM %		100%	
		ICM ANUAL		0%	

Não houve metas condicionadas previstas para 2020.

3.4. APOIO A FESTIVAIS ARTÍSTICOS E ATIVIDADES CULTURAIS (AFA)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado	
40	Apoio a atividades culturais e/ou festivais artísticos	Número de apoios à Festivais e/ou atividades apoiadas	1º Trim.	0	0	
			2º Trim.	0	0	
			3º Trim.	0	0	
			4º Trim.	1	1	
			ANUAL	1	1	
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		100%	
				Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral	
		Disponibilizaçã	1º Trim.	0	0	

		o de plataforma streaming para inserção de conteúdos do Projeto Teia Digital	2º Trim.	0	0
			3º Trim.	0	0
			4º Trim.	1	0
			ANUAL	1	0
			ICM %	100%	
			ICM ANUAL	0%	

No âmbito do programa de Apoio a Festivais, foi demandado pela SEC e executado pela Amigos da Arte o apoio à 10ª 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 10 e 13 de dezembro. A Amigos da Arte ainda foi responsável pela participação de Rashid em roda de conversa com mediação de Daniel Minchoni e por show com Zeca Baleiro. O público registrado na FLIV-Online foi de 23.728 visualizações. Dessa forma cumprimos a meta condicionada estabelecida, com um ICM anual e trimestral de 100%.

A outra Meta Condicionada do programa, referente à disponibilização de plataforma de streaming para inserção de conteúdos 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, caso lhe fosse assim solicitado.

4.5. PRÊMIOS E MEDALHAS DE INCENTIVO À CULTURA (PMIC)					
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado
41	Realizar a produção técnico artística dos Prêmios Governador do Estado de São Paulo, Medalha Mário de Andrade e	Pré-produção - parte de roteirização	1º Trim.	0	0
			2º Trim.	0	0
			3º Trim.	0	0
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	

	Medalha Tarsila do Amaral		ICM ANUAL	100%
--	---------------------------	--	-----------	-------------

Foi iniciada no 4º trimestre a pré-produção técnico artística dos Prêmios Governador do Estado de São Paulo, Medalha Mário de Andrade e Medalha Tarsila do Amaral, sendo portanto uma meta cumprida. Ao final do 4º trimestre de 2020, foi definido o cenógrafo, o teatro foi reservado e iniciada a roteirização, que aguarda diretrizes da SEC para finalização e realização do evento em 2021.

4.7. CULTURA EM CASA (CC)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado	
42	Apresentações em plataformas virtuais	Número de Atividades apresentadas	1º Trim.		0	
			2º Trim.		0	
			3º Trim.		0	
			4º Trim.		0	
			ANUAL		0	
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		0%	
		Indicativo de resultados	Previsão Trimestral			Realizado
			1º Trim.	Mínimo	0	
		Número total de público	2º Trim.	Mínimo	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	
			4º Trim.	Mínimo	0	
			ANUAL	Mínimo	0	
			ICM %		100%	
			ICM ANUAL		0%	
		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
			1º Trim.		0	
Licenciamentos de conteúdo	2º Trim.		0			

	Pré-produção Revista de Arte Moderna	3º Trim.	70	
		4º Trim.	70	
		ANUAL	140	
		ICM %	100%	
		ICM ANUAL	0%	
	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		Realizado
	Pré-produção Revista de Arte Moderna	1º Trim.	0	
		2º Trim.	0	
		3º Trim.	0	
		4º Trim.	1	
		ANUAL	1	
		ICM %	100%	
		ICM ANUAL	0%	

Não houve metas previstas para apresentações e público da plataforma #CulturaEmCasa. Quanto às metas de Pré-produção da Revista de Arte Moderna, a SEC não deu andamento ao projeto, estando a Amigos da Arte preparada para realizar o projeto, incluindo o pedido no plano de trabalho. Não tendo sido definidas as ações pela SEC, a meta não pode ser cumprida.

4.8 + GESTÃO SP (GSP)						
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado
43	Suporte técnico à SCEC para implantação da Lei Audir Blanc	Gerenciament o sistêmico de estratégia e resultados para implantação e execução da Lei Aldir Blanc	1º Trim.	Mínimo	0	0
			2º Trim.	Mínimo	0	0
			3º Trim.	Mínimo	1	1
			4º Trim.	Mínimo	1	1
			ANUAL	Mínimo	2	2

		nos Editais da SCEC	ICM %	100%
			ICM ANUAL	100%

O programa foi realizado mediante a meta 32, tendo sido mantida no quadro de condicionadas por erro material no 13º Aditamento.

5.1 PESQUISA PARA PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DO PATRIMÔNIO MATERIAL E IMATERIAL (PPPMI)							
Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral			Realizado	
44	Pesquisa para preservação, valorização e difusão do patrimônio material e imaterial	Número de apoios aos eventos realizados	1º Trim.	Mínimo	0	0	
			2º Trim.	Mínimo	0	0	
			3º Trim.	Mínimo	0	0	
			4º Trim.	Mínimo	1	0	
			ANUAL	Mínimo	1	0	
			ICM %			100%	
			ICM ANUAL			0%	

A meta, condicionada à determinação da SEC, não foi realizada por não terem sido definidas as estratégias e ações pelo órgão.

CONCLUSÕES E APONTAMENTOS

Concluído o 4º trimestre de 2020, marcado pela continuidade das medidas de emergência e de isolamento devido ao Covid-19, no penúltimo 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 as adaptações necessárias dos mecanismos de alcance das políticas públicas frente a um cenário atípico.

A ênfase em inovação, tecnologia e criatividade é imperativa e passa a ser discutida no âmbito deste contrato sobretudo através da plataforma Cultura Em Casa, 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 e fortalecer o diálogo com a sociedade.

Foram cumpridas de maneira satisfatória as principais metas de atividades previstas para o trimestre e ano. Apesar das dificuldades já reportadas, ressalta-se que as alterações de cronograma e programas foram realizadas de forma articulada à Secretaria de Cultura e Economia Criativa. Ainda assim, foi apresentado um resultado que garantiu o atendimento das expectativas alinhadas. O público registrado, de forma geral, superou amplamente as metas e médias por atividade projetadas, tendo havido tão somente resultados de público não atingidos, em decorrência do formato inédito das ações, da ausência de séries históricas consistentes, bem como pelas dificuldades impostas pela pandemia.

A partir da sólida exploração no campo digital consolidada em 2020, a execução do Plano de Trabalho nesse ano foi pautada pela ampliação, aprimoramento e novas realizações ainda no contexto de pandemia, considerando que novas formas de interação com o público preveem importantes adaptações sobre as formas de fazer e consumir cultura. Com a tecnologia, a inovação e a parceria como grandes aliadas nesse cenário que impacta a economia criativa, a Amigos da Arte executou com excelência os programas, fortalecendo as políticas municipalistas e a difusão dos bens culturais paulistas. A Amigos da Arte está certa de seguir buscando os seus objetivos sempre alinhada com os valores da Política Cultural do Governo do Estado de São Paulo.

A partir dos resultados e análises preliminares apresentadas neste relatório, a Amigos da Arte assegura e reitera o compromisso de extrair as melhores práticas, bem como atentar para o permanente incremento e aperfeiçoamento de sua performance, eficiência, economicidade, transparência e, sobretudo, a máxima excelência e qualidade técnica e artística, bem como o aprofundamento da difusão cultural, da democratização do acesso, da descentralização e circulação permanente da cultura de qualidade por todo o Estado de São Paulo.