

RELATÓRIO DE ATIVIDADES - 3º QUADRIMESTRE E ANUAL

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

2024

EIXO 1 - EQUIPAMENTOS DE DIFUSÃO CULTURAL.....	2
1.1 TEATRO SÉRGIO CARDOSO.....	2
A) SALA DIGITAL.....	2
B) SALA NYDIA LÍCIA.....	4
C) SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO.....	5
D) ESPAÇOS ALTERNATIVOS.....	6
1.2. TEATRO MAESTRO FRANCISCO PAULO RUSSO – TEATRO ESTADUAL DE ARARAS	8
1.3. MUNDO DO CIRCO.....	9
A) LONA PICOLINO.....	9
B) LONA MULTIUSO.....	10
C) PICADEIRO A CÉU ABERTO.....	11
EIXO 2: PROGRAMAS DE DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO CULTURAL...	13
2.1. PROGRAMA DE DIFUSÃO E DESCENTRALIZAÇÃO CULTURAL VIA EDITAIS.....	13
A) CIRCUITO SP.....	13
B) REVELANDO SP.....	16
C) DIFUSÃO CULT SP.....	24
D) OUTROS FESTIVAIS E APOIO A EVENTOS.....	25
2.2 FESTIVAIS ARTÍSTICOS E EVENTOS CULTURAIS.....	27
A) SEMANA GUIOMAR NOVAES.....	27
B) FESTIVAL DE CIRCO SP.....	29
C) FÉSTIVAL.....	30
D) FESTIVAL DO HIP HOP.....	33
E) JORNADA DO PATRIMÔNIO.....	34
2.3 CULT SP PLAY/ ACERVO SPCULT.....	35
2.4. DIVERSIDADE E CIDADANIA: AÇÕES DE PRODUÇÃO, DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO DE PROJETOS VOLTADOS À CULTURA LGBTI+...	38
2.5. TEIA: FÓRUM ESTADUAL – CULTURA VIVA 20 ANOS.....	40
EIXO 3 - FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA.....	41
3.1. FOMENTO, NOVAS INICIATIVAS, AÇÕES, ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA CRIATIVA.....	41
A) INICIATIVAS DE INTERATIVIDADE EM ARTE E TECNOLOGIA.....	41
B) ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS.....	43
C) MAIS GESTÃO SP.....	44
D) CONCURSOS E PRÊMIOS - PREMIAÇÕES DA CULTURA DE SÃO PAULO.....	45
EIXO 4 - FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES.....	46
4.1. FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES.....	46
4.2. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS.....	47
METAS CONDICIONADAS.....	53

APRESENTAÇÃO

Este relatório apresenta o resultado dos programas e ações apoiados pela Associação Paulista dos Amigos da Arte (APAA) no ano de 2024. O documento aborda o desempenho da instituição nesse período com base nas metas estabelecidas no 9º termo aditivo ao Contrato de Gestão 02/2022. Os programas são divididos em 4 eixos e cada programa foi analisado em relação às metas planejadas e aos resultados obtidos.

O Plano de Trabalho estabelecido para o 3º quadrimestre de 2024 contempla os equipamentos culturais Teatro Sérgio Cardoso, Teatro Maestro Francisco Paulo Russo e Mundo do Circo, os Programas de Difusão, Descentralização e Circulação Cultural (Circuito SP, Revelando SP, Difusão Cult SP e Outros Festivais e Apoio a Eventos), Festivais Artísticos e Eventos Culturais (Féstival), CultSP Play, Diversidade e Cidadania, Teia: Fórum Estadual, Fomento, Novas Iniciativas, Ações, Estudos e Pesquisas em Economia Criativa (Iniciativas de interatividade em arte e tecnologia e Estudos e pesquisas em economia e indústria criativas), Financiamento dos Programas/Atividades e Monitoramento e Avaliação de Resultados.

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

EIXO 1 - EQUIPAMENTOS DE DIFUSÃO CULTURAL

1.1 TEATRO SÉRGIO CARDOSO

A) SALA DIGITAL

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

As ações promovidas pelo programa tiveram início no 1º quadrimestre, com a disponibilização do espetáculo completo “Estudo para Fantasma, de Henrik Ibsen”. A peça esteve em temporada no Teatro Sérgio Cardoso (TSC), na sala Paschoal Carlos Magno, entre março e abril. Além das sessões presenciais, o espetáculo foi registrado e disponibilizado na plataforma CultSP Play.

No 2º quadrimestre, integraram a plataforma registros da apresentação de abertura do 22º Concurso Brasileiro de Canto Maria Callas, realizado no TSC, incluindo o Recital dos

Vencedores e o encerramento do concurso. Além disso, a apresentação do Coral Palavra Cantada, sob a regência de Eduardo Boletti e com a participação de Sandra Peres e Paulo Tatit, também foi disponibilizada.

O Teatro Sérgio Cardoso também foi palco do campeonato e premiação DMC Brasil 2024, uma competição anual organizada pelo Disco Mix Brasil (DMC). A versão nacional do prestigiado DMC World DJ Championships desafia DJs a criar sets originais e promove workshops e encontros.

A peça infantojuvenil “O Black Power de Akin” é um dos destaques do catálogo do TSC Digital, tanto pelo número de visualizações alcançadas (434) quanto pelo impacto que causa em crianças e adultos. A obra narra a história de um menino que reconhece sua ancestralidade, passando a se orgulhar de sua pele e de seu cabelo. O espetáculo é baseado no livro de Kiusam de Oliveira e acompanha Akin, um menino negro de 12 anos que, com a ajuda de seu avô, busca resgatar sua autoestima abalada pelas práticas racistas enfrentadas na escola.

No 3º quadrimestre foram disponibilizados 3 espetáculos completos na plataforma CultSP Play, sendo um de dança “Rastro” com a T.F. Cia de Dança e 2 peças infantis provenientes de uma parceria com a Sabesp, através da iniciativa do Palco Semente. Foram elas: “Dinossauros do Brasil – Pia Fraus” e “Momo e o Senhor do Tempo”.

O programa encerrou o ano com 10 novas produções audiovisuais de variados segmentos artísticos registrando peças teatrais, infantis, espetáculos de dança, competições musicais, registros esses advindos de apresentações que compuseram a programação do Teatro Sérgio Cardoso e que foram adaptadas ao formato digital para incorporar o CultSP Play. O resultado obtido na Sala Digital através dos conteúdos produzidos em 2024 somados aos conteúdos que já integram os materiais de acervo alcançaram resultados acima do esperado, ultrapassando a meta em mais de 129%.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
1	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais virtuais	1	Nº de novas produções	Meta – Produto	1º Quadri	2	1
					2º Quadri	7	6
					3º Quadri	1	3
					META ANUAL	10	10
					ICM %	100%	100,00%
		2	Nº de público virtual	Meta-Resultado	1º Quadri	2.000	6.437
					2º Quadri	7.000	8.074
					3º Quadri	1.000	8.423
					META ANUAL	10.000	22.934
					ICM %	100%	229,34%

Indicador 1: No 1º e no 2º quadrimestres, entregamos uma peça a menos do que o previsto por quadrimestre devido a questões de licenciamento das peças. Nem todas as companhias teatrais aceitaram licenciar seus espetáculos, especialmente as do projeto Palco Semente Sabesp. As que licenciaram, fizeram suas apresentações no final do 2º quadrimestre e não tivemos tempo hábil de pós-produção para publicá-las ainda nesse quadrimestre. No 3º quadrimestre, conseguimos compensar esse déficit, de forma a entregar a meta anual.

Indicador 2: Este foi o primeiro ano em que fizemos impulsionamento dos conteúdos nas plataformas de distribuição de vídeo. Como essa é uma forma nova de promover os conteúdos na plataforma CultSP Play, onde são difundidos os produtos do TSC Digital, ainda estamos testando a relação entre valores investidos e o alcance resultante. Por esse motivo, o resultado do número de visualizações foi maior do que o estabelecido em meta. No 3º quadrimestre, mesmo sem fazer nenhum investimento em impulsionamento, mantivemos o mesmo ritmo de visualizações do 2º quadrimestre. Isso indica que alcançamos um novo patamar de audiência orgânica para os conteúdos do TSC Digital, resultando em um número de visualizações acima da previsão inicial.

B) SALA NYDIA LÍCIA

A Sala Nydia Licia possui como característica a possibilidade de receber grandes espetáculos, prêmios e outras atividades, comportando estruturas de grande porte e público correspondente à demanda dessas produções. A sala dispõe de 827 lugares, e recebeu, durante o 3º quadrimestre, 79 atividades, atingindo 52.232 pessoas.

Um dos principais destaques da programação foi o espetáculo “Cantando na Chuva”, musical baseado no clássico filme de 1952. A peça se passa em Hollywood nos anos 20, apresentando a transição do cinema mudo para o cinema falado e todas as complicações que isso trouxe para Don Lockwood e Lina Lamont, famosos artistas de cinema. O elenco, já conhecido por participar de outros grandes espetáculos musicais, e os efeitos especiais, que trouxeram para o palco uma chuva com água de verdade, conquistaram um público de mais de 23 mil espectadores no 1º quadrimestre, apresentando uma média de 90% da taxa de ocupação da sala no período informado. Ao longo do 2º quadrimestre, o espetáculo promoveu mais 56 sessões para mais de 39,6 mil pessoas, garantindo 85,5% de ocupação de sala. Entre esse público, vale ressaltar a parceria com escolas da rede pública, que fez com que os alunos pudessem prestigiar a peça de maneira gratuita visando a formação de público.

Para além de grandes espetáculos, a Sala Nydia Licia recebeu atividades na linha de concursos e premiações: Prêmio Shell, tradicional premiação da cena teatral brasileira, a abertura oficial do Festival Callas, sendo essa a 22ª edição do concurso brasileiro de canto, o 1º Prêmio Jabuti Acadêmico, que surge como mais um reconhecimento com papel distintivo na divulgação e celebração da produção científica, técnica e profissional no Brasil, o prêmio APCA, um dos mais tradicionais e respeitados prêmios culturais do país

organizado pela Associação Paulista de Críticos de Arte, e o prêmio Arcanjo, chegando à sua 6ª edição com a missão de valorizar a diversidade dos artistas brasileiros que se destacam ao longo. Ao todo, esses eventos reuniram mais de 3,5 mil pessoas ao longo do ano.

Outro importante projeto realizado no Teatro Sérgio Cardoso foi o Palco Semente, programa inédito de formação de público para o teatro infantil, abrangendo desde a primeira infância até as juventudes e sendo a primeira temporada voltada ao teatro infantil totalmente gratuita nesse equipamento. Na Sala Nydia Licia, foram mais de 3 mil pessoas que prestigiaram os 9 espetáculos derivados desse projeto.

Em 2024, foram realizadas 225 ações na Sala Nydia Licia, que atraíram um público de mais de 150 mil pessoas, superando positivamente as metas anuais estabelecidas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
2	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	3	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	37	34
					2º Quadri	95	112
					3º Quadri	90	79
					META ANUAL	222	225
					ICM %	100%	101,35%
		4	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	15.000	24.728
					2º Quadri	25.000	73.770
					3º Quadri	30.000	52.232
					META ANUAL	70.000	150.730
					ICM %	100%	215,33%

Indicador 3: Foi possível chegar ao final do ano num valor bem próximo ao previsto, atingindo o objetivo e alcançando o cumprimento da meta.

Indicador 4: Os espetáculos programados obtiveram resultado positivo e atraíram bastante público, superando em muito as expectativas e a meta proposta. O espetáculo O Traidor, do Gerald Thomas com atuação de Marco Nanini, teve diversas sessões esgotadas, assim como os espetáculos de dança O Corpo e Benguelê, do Grupo Corpo.

C) SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO

A Sala Paschoal Carlos Magno é uma sala menor do Teatro Sérgio Cardoso e abriga, em grande parte, espetáculos infantis e projetos de cunho experimental, visando incentivar e difundir essas produções e desenvolver a cadeia produtiva regional. No 3º quadrimestre a sala recebeu 72 ações totalizando 6,3 mil em quantidade de público.

A Sala Paschoal também foi palco para atividades que compõem o projeto Palco Semente. Ao todo, foram 29 apresentações que reuniram um público de mais de 2,4 mil pessoas. Dentre essas ações, destacou-se o espetáculo “O Black Power de Akin”. Ao todo, 137 pessoas visitaram o Teatro para conhecer a história de Seu Dito Pereira, um avô amoroso que sabe esperar o momento exato de socorrer um neto em crise com o que há de mais importante na vida: a autoestima.

Para além do Teatro, as atividades musicais também tomaram conta da Sala Paschoal no ano de 2024. Foram 22 ações baseadas nessa linguagem artística que levaram 2,4 mil pessoas à plateia. Dentre as atividades propostas, a apresentação do Coral Câmara LGBT+ do Brasil com o espetáculo “Esperançar - Um convite à diversidade” foi um destaque da programação, reunindo um público de 146 pessoas.

Ao longo do ano, 191 ações foram realizadas na Sala Paschoal Carlos Magno que reuniram mais de 15 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
3	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	5	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	40	44
					2º Quadri	52	75
					3º Quadri	61	72
					META ANUAL	153	191
					ICM %	100%	124,84%
		6	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	3.000	3.592
					2º Quadri	5.000	5.557
					3º Quadri	7.000	6.317
					META ANUAL	15.000	15.466
					ICM %	100%	103,11%

Indicador 5: Neste exercício a Sala Paschoal Carlos Magno recebeu o projeto viabilizado através da Lei de Incentivo Federal, “Palco Semente SABESP”, voltado para o público infanto-juvenil. Esta ação gerou uma demanda intensa na agenda da sala, além da demanda inesperada no atendimento a parceiros, com as apresentações do “Projeto Espetáculo” (Catavento e Poiesis).

Indicador 6: O resultado superou o previsto porque a sala recebeu as apresentações gratuitas do projeto “Palco Semente SABESP”, voltado para o público infanto-juvenil, que apresentou resultados consistentes, além de demanda inesperada no atendimento às Fábricas de Cultura ao acolher as apresentações do “Projeto Espetáculo” (Catavento e Poiesis).

D) ESPAÇOS ALTERNATIVOS

A categoria “Espaços Alternativos” compreende uma ação de valorizar a realização de atividades em locais distintos das salas principais de espetáculos, a Nydia Licia e a Paschoal Carlos Magno. O foco desses espaços é a realização de atividades pequenas e médias, com montagens alternativas ao palco italiano, além de ações correlatas aos espetáculos em exibição nas duas salas. Foram 26 ações realizadas nesses espaços durante o 3º quadrimestre, reunindo um público de 7,1 mil pessoas.

O evento de maior público desta categoria foi a festa “Fica, vai ter bolo”, tradicional comemoração do aniversário da cidade de São Paulo realizada pela comunidade do bairro que voltou a acontecer depois de 4 anos de pausa. Essa confraternização aconteceu na rua Rui Barbosa, onde fica localizada a entrada do Teatro Sérgio Cardoso, e reuniu cerca de 5 mil pessoas.

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

Já em relação ao Palco Semente, foram 11 atividades que somaram um público de 1.245 pessoas. O destaque dessa programação ficou com espetáculo musical “Cavalo e Panda”, estrelando uma dupla de música instrumental “animal” com uma proposta diferente: levar além de música de qualidade, um espetáculo com encenação, comédia e interação com o público. Ao todo, foram 3 atividades que aconteceram no saguão do Teatro e reuniram 633 pessoas.

Foram 70 atividades sediadas nos Espaços Alternativos no ano de 2024 que atraíram um público de 20,9 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
4	Atividades multilinguagens em espaços alternativos do teatro e adjacências	7	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	10	14
					2º Quadri	20	30
					3º Quadri	31	26
					META ANUAL	61	70
					ICM %	100%	114,75%
		8	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	3.000	6.053
					2º Quadri	4.000	7.739
					3º Quadri	3.000	7.122
					META ANUAL	10.000	20.914
					ICM %	100%	209,14%

Indicador 7: Surgiram oportunidades importantes que receberam o apoio do equipamento

e da instituição, gerando uma superação na previsão de atendimento às referidas ações, assim como resultados proveitosos. Um exemplo é o Sarau do projeto Via Cultura Mix, que ocorreu no saguão do teatro, contando com quatro edições.

Indicador 8: As ações, em especial as realizadas nas adjacências, como a participação na Festa da Achiropita em 2024, geraram resultado de público surpreendente, superando as expectativas.

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

O Teatro Maestro Francisco Paulo Russo - Teatro Estadual de Araras, reúne sala de espetáculos, espaço para exposições e auditório, aptos a receberem atividades cênicas e musicais, entre outras. Considerado um equipamento cultural de referência na região, também possui reconhecido valor arquitetônico, tendo sido projetado por Oscar Niemeyer. O equipamento reuniu um público de 14,7 mil pessoas durante o 3º quadrimestre de 2024 com 55 atividades culturais oferecidas.

No 1º quadrimestre a atividade que reuniu maior número de público no equipamento foi o espetáculo infantil “Os 3 porquinhos”. O famoso clássico infantil foi apresentado pela Ceart Produtora no mês de março e reuniu 717 espectadores em 2 apresentações, chegando a atingir 100% de ocupação da sala em uma delas.

Já no 2º quadrimestre, a apresentação de Stand Up Comedy “Se é que você me entende” de Raphael Ghanem também ocupou a plateia em sua totalidade. Realizado no mês de agosto, o espetáculo conta com suas histórias de vida, suas análises de relacionamento, além de causos comuns a todos no dia a dia.

No último quadrimestre do ano, o XIX Festival de Dança Ararense realizou 3 apresentações no Teatro. Interpretando o espetáculo “Aladdin”, todas as apresentações da Associação Ararense atingiram uma taxa de ocupação da sala de 100% e reuniram, ao todo, um público de mais de 1,3 mil pessoas.

O Teatro Estadual de Araras sediou o total de 126 atividades durante o ano de 2024, atraindo um público de mais de 33 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
5	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais (sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)	9	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	20	26
					2º Quadri	44	45
					3º Quadri	44	55
					META ANUAL	108	126
					ICM %	100%	116,67%
		10	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	5.000	7.312

					2º Quadri	14.000	11.013
					3º Quadri	13.000	14.735
					META ANUAL	32.000	33.060
					ICM %	100%	103,31%

Indicador 9: O Teatro Maestro Francisco Paulo Russo registrou aumento acima do esperado na quantidade de apresentações no primeiro e no terceiro quadrimestres. As apresentações da Orquestra de Limeira, Orquestra de Salto, Orquestra de Piracicaba e Orquestra Descalvadense contribuíram para o aumento na quantidade de sessões ao longo do ano. É preciso observar se o fenômeno se repetirá no próximo exercício para avaliar se é um processo em consolidação, ou se foi um evento ocasional.

Indicador 10: A superação da previsão foi decorrência do aumento na quantidade de apresentações, o que impactou na média de ocupação do espaço. O espetáculo Os Três Porquinhos e as Orquestras supracitadas tiveram público expressivamente acima do esperado, contribuindo para extrapolar a meta.

1.3. MUNDO DO CIRCO

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

A) LONA PICOLINO

A Lona Picolino é destinada para apresentações de temporadas de espetáculos de circos itinerantes, mostras de números circenses, shows e outras atividades. Ao longo do 3º quadrimestre o espaço recebeu 102 atividades, atraindo um público de mais de 30,5 mil pessoas.

Durante o 1º quadrimestre, um dos destaques da programação foi o “Show Las Divas”, que contou com diversas modalidades de arte circense com apenas artistas mulheres no elenco. A apresentação ocorreu no dia 3 de março, atraindo um público de 478 pessoas.

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

Durante o mês de dezembro o clima natalino tomou conta do Parque da Juventude e do Mundo do Circo com o Natal no Mundo do Circo. Essa aventura circense e festiva proporcionou momentos inesquecíveis para pessoas de todas as idades com programação

especial que contou com espetáculos encantadores. Ao todo foram 41 ações realizadas na Lona Picolino que reuniram mais de 11,4 mil pessoas.

Em 2024 a Lona Picolino contou com 247 apresentações que atraíram um público de mais de 71,8 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
6	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	11	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	45	61
					2º Quadri	75	84
					3º Quadri	100	102
					META ANUAL	220	247
					ICM %	100%	112,27%
		12	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	13.500	13.542
					2º Quadri	30.000	27.810
					3º Quadri	22.000	30.529
					META ANUAL	65.500	71.881
					ICM %	100%	109,74%

Indicador 11: Seguimos a mesma estratégia bem-sucedida dos últimos dois quadrimestres, mantendo as apresentações às quartas, quintas e finais de semana para atender as excursões. Neste terceiro quadrimestre tivemos a semana do Dia das Crianças, intensificando as mídias com chamadas para essa semana. No mês de dezembro tivemos a premiação do Troféu Picadeiro e o Natal no Mundo do Circo que teve excelente repercussão nos fazendo fechar o ano com mais de 112% da meta batida.

Indicador 12: Demos um grande salto nos nossos números, devido um trabalho intensivo e de mudanças nas nossas abordagens da equipe do Educativo. Criamos controles e um fluxo de contatos para melhor apresentação do nosso projeto às escolas e Ong's no geral.

B) LONA MULTIUSO

A Lona Multiuso é um espaço dedicado para apresentações, oficinas e encontros de grupos, companhias, duplas e artistas individuais diversos. Durante o 3º quadrimestre o espaço recebeu 25,1 mil pessoas em 55 atividades.

No dia 16 de março aconteceu nessa lona uma oficina de Jogos Teatrais, constituída por meio do uso de dispositivos que visam a elaboração da presença teatral em relação com a cidade, mais especificamente no Carandiru/SP. Utilizando os Jogos Teatrais como ferramentas cênicas, a atividade buscou o desenvolvimento da escuta ativa, percepção de grupo no trabalho de coros e dinâmica da oratória pensada para a cena.

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

O espaço também recebeu no 3º quadrimestre 17 atrações referentes ao projeto Natal no Mundo do Circo, que reuniram cerca de 14 mil pessoas para prestigiar as atividades oferecidas.

Foram 89 atividades realizadas nesta lona ao longo do ano, atraindo um público de mais de 40 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
7	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	13	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	15	1
					2º Quadri	20	33
					3º Quadri	55	55
					META ANUAL	90	89
					ICM %	100%	98,89%
		14	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	1.500	30
					2º Quadri	2.000	14.977
					3º Quadri	13.000	25.151
					META ANUAL	16.500	40.158
					ICM %	100%	243,38%

Indicador 13 e 14: A Lona Multiuso segue dedicada (não exclusiva) às ações complementares aos espetáculos da Lona Picolino e, também neste terceiro quadrimestre, foi palco (literalmente) da nossa programação voltada ao público 60+, uma vivência de circo para a melhor idade que vem se desenvolvendo e tendo uma adesão bem positiva. Ela também recebeu nosso público na semana da Criança, foi nossa área VIP no Troféu Picadeiro e nosso Espaço Iluminado em dezembro no Natal, que era uma visita interativa e imersiva, onde o público acessava para fotos instagramáveis e conhecer nosso Papai Noel e Mamãe Noel. Todas essas ações contribuíram para o salto que vemos na meta.

C) PICADEIRO A CÉU ABERTO

O Picadeiro a Céu Aberto é um espaço externo às lonas, dedicado a espetáculos e números de rua, promovendo ações com palhaços, malabaristas, pernaltas, acrobatas, entre outros. As intervenções artísticas são espetáculos à parte que ocupam de forma lúdica os arredores e instalações do Mundo do Circo, despertando o riso e convidando a

todos para vivenciar a magia do circo. O Picadeiro recebeu mais de 29 mil pessoas, com 94 atividades no período do 3º quadrimestre.

Nesse espaço também se destacaram as apresentações no formato de intervenções circenses, performances artísticas que ocuparam de forma lúdica as instalações do Mundo do Circo com palhaços, malabaristas, pernaltas e acrobatas. Em 2024 foram 129 ações de intervenção realizadas, reunindo um público de mais de 61 mil pessoas.

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

Atividades externas às lonas aconteceram no Picadeiro a Céu Aberto durante o evento Natal no Mundo do Circo, como por exemplo cortejo circense natalino, papai noel gigante e articulado e o natal iluminado. Mais de 15 mil pessoas compareceram ao espaço para prestigiar as 41 atividades natalinas propostas.

As 184 ações realizadas no Picadeiro a Céu Aberto em 2024 atraíram um público total de 81 mil visitantes.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
8	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	15	Nº de ações	Meta-Produto	1º Quadri	28	42
					2º Quadri	28	48
					3º Quadri	58	94
					META ANUAL	114	184
					ICM %	100%	161,40%
		16	Nº de público	Meta-Resultado	1º Quadri	9.500	17.344
					2º Quadri	9.800	34.032
					3º Quadri	33.000	29.663
					META ANUAL	52.300	81.039
					ICM %	100%	154,95%

Indicador 15: Seguimos com o trabalho complementar aos espetáculos realizados nas lonas de apresentações artísticas, com números solos e pequenas intervenções (Receptivo Artístico), no espaço do Picadeiro a Céu Aberto e neste terceiro quadrimestre dobramos essas Intervenções, passando a acontecer antes das duas apresentações de quarta e quinta e seguindo com as de sábado e domingo antes dos espetáculos. Esse trabalho visa a captação de pessoas passeando sendo convidadas a assistirem ao espetáculo e

usufruírem da infraestrutura do equipamento, bem como interagir e divertir o público cativo que hoje já vem contando com essa etapa da atividade que tanto contribui com a programação – logo, com o aumento dos nossos números.

Indicador 16: O modo de contabilização das ações desse espaço, por serem realizadas ao ar livre, segue sendo pela contagem de público do pórtico e termos aumentado a quantidade de intervenções, seguiu contribuindo para o nosso excelente resultado.

EIXO 2: PROGRAMAS DE DIFUSÃO, DESCENTRALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO CULTURAL

2.1. PROGRAMA DE DIFUSÃO E DESCENTRALIZAÇÃO CULTURAL VIA EDITAIS

A) CIRCUITO SP

O Circuito SP é um programa de difusão artístico-cultural que visa à circulação descentralizada de espetáculos, atividades culturais e ações formativas em municípios do Estado de São Paulo. Realizado por meio de edital, o programa é destinado às prefeituras paulistas, que inscrevem suas propostas para receber a programação.

A programação tem como objetivo valorizar os equipamentos públicos municipais, selecionando profissionais de relevância comprovada no cenário cultural, conforme a qualificação técnica e operacional das equipes locais e a infraestrutura de cada município. Nas artes cênicas, a seleção de espetáculos busca formar público, atender às demandas locais e diversificar os gêneros, acolhendo diferentes experiências dramatúrgicas e ampliando o repertório cultural.

O Circuito SP também realiza parcerias com escolas nos municípios contemplados, por meio de agendamentos locais, para atingir o público infanto-juvenil. Além disso, o programa foca em atividades formativas, como bate-papos com artistas e equipe após as apresentações, workshops artísticos, palestras temáticas, e ações voltadas para as escolas.

A chamada pública iniciou-se em 5 de fevereiro e encerrou o recebimento de inscrições em 5 de junho. Ao todo, o programa recebeu 214 inscrições, de 184 municípios das 16 regiões administrativas do estado de São Paulo. Foram contemplados 75 municípios, que realizaram 279 atividades ao longo de 2024, atingindo cerca de 343 mil pessoas.

No 1º quadrimestre, o município de Pirapozinho abriu o programa com a atração musical Banda Makna, que atraiu 5 mil pessoas ao Parque do Povo.

No 2º quadrimestre, 47 municípios receberam atividades selecionadas para sua programação. Foram realizadas 89 atividades para mais de 189 mil pessoas. Pirapozinho

voltou a ser destaque de público, com os shows de Roberto e Leonel, Lorena Cristine e Cesinha & Matheus, que juntos atraíram cerca de 65 mil pessoas. As apresentações musicais integraram a 33ª edição da Fejuji, a tradicional Festa Junina da cidade. Em Boituva, as apresentações de Kiko Zambianchi e Jabez Lima somaram 4 mil pessoas. Atividades de dança, circo e teatro também compuseram a programação, alcançando mais de 15 mil pessoas e contribuindo para o sucesso do programa. Entre as atrações de dança, destacam-se a “Quadrilha Festa na Roça”, em Barra Bonita, e a apresentação de Hip Hop com a Cia Atmosfera de Dança, em São Vicente, que juntas reuniram mais de 5 mil pessoas. No circo, o Grupo Circo Palombar se apresentou em Botucatu para 1,5 mil pessoas, e a Rué La Companhia fez a apresentação “Truques e Trambiques” na Casa de Cultura de Guaíra, reunindo 500 pessoas. O espetáculo teatral “Mazzaropi, um certo sonhador” levou 700 pessoas ao Centro Cultural de Novo Horizonte.

O 3º quadrimestre concentrou a maior parte da programação, com 68% das atividades do programa realizadas nesse período, com destaque para as festividades de fim de ano. Exemplos incluem o musical “Magic Christmas” e a chegada do Papai Noel em Araçoiaba da Serra, para 4 mil pessoas, e o Natal Iluminado Solidário em Tremembé, com as atrações “O Bardo e o Banjo” e “Blue Beatles”, que reuniram 6 mil pessoas na Praça Padre Luiz Balmes. Outro destaque foi o Festival Cultural e Gastronômico di San Gennaro de Batatais, que promoveu 4 atrações musicais para um público total de 13 mil pessoas.

O Circuito SP, com sua programação diversificada e itinerante, ocupou cerca de 150 espaços distintos, incluindo praças, centros culturais e teatros, democratizando o acesso à cultura e fomentando a economia criativa. O programa beneficiou mais de 4,6 mil artistas e profissionais, gerando visibilidade e renda, através de atividades que abrangeram diversas linguagens artísticas, como circo, música, dança, cultura popular e teatro. Valorizando as diferentes manifestações culturais, o Circuito SP se consolida como um programa de grande relevância para a cultura paulista, promovendo a difusão e circulação cultural de forma gratuita, descentralizada e acessível a todos os cidadãos.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
9	Apresentações artísticas/ atividades culturais	17	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	14	1
					2º Quadri	126	88
					3º Quadri	140	190
					META ANUAL	280	279
					ICM %	100%	99,64%
		18	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	6.845	5.000
					2º Quadri	61.600	189.356
					3º Quadri	68.445	148.544
					META ANUAL	136.890	342.900
					ICM %	100%	250,49%

		19	Nº de municípios atendidos	Dado Extra	1º Quadri	5	1
					2º Quadri	30	46
					3º Quadri	35	28
					META ANUAL	70	75
					ICM %	100%	107,14%

Retificação 2º quadrimestre: Uma atividade não havia sido contabilizada no período, devido ao recebimento do relatório de execução ter sido após o fechamento do relatório do 2º quadrimestre. O município em questão é Mongaguá, com a atividade “Oi Lá, Inezita”. Essa atração reuniu um público de 300 pessoas, justificando assim a retificação das informações no quadro de metas de 87 para 88 ações, de 189.056 para 189.356 no nº de público e de 46 para 47 municípios atendidos no 2º quadrimestre.

Indicador 17: O programa respeita o calendário de ações proposto pelo município através de projeto enviado para sua participação no edital. Por 2024 ter sido um ano eleitoral nos municípios, muitos optaram por realizar as ações apenas após as eleições, pois antes estavam impedidos pela justiça eleitoral de usar as redes da prefeitura e dos centros culturais para informar aos munícipes sobre os eventos. Por este motivo as ações dos quadrimestres anteriores foram abaixo da meta e a do último quadrimestre superior a meta, pois as atividades ficaram todas para os últimos meses do ano. Em relação a meta anual, essa meta não conseguiu ser realizada em 100% devido a um cancelamento, por parte do município, uma semana antes da realização de evento já contratado para o dia 20/12. Sendo necessário de nossa parte fazer um distrato com o artista, pois por se tratar das últimas semanas no mês de dezembro não conseguimos alocá-lo em outro município, pois todos já haviam realizado suas quatro apresentações anuais, conforme edital.

Indicador 18: A diferença de público caracteriza-se por algumas apresentações do terceiro quadrimestre terem sido realizadas durante as festividades natalinas e de final de ano, somando-se a outras ações realizadas pelos municípios, gerando um número bem maior de público do que os demais eventos. Os números anuais foram bem superiores à meta, devido ao que já foi relatado anteriormente, muitos municípios inseriram as atividades da Circuito SP nas comemorações de aniversário da cidade e também devido ao fato da maioria das apresentações terem sido colocadas durante as festividades natalinas e de final de ano, ampliando assim a quantidade de pessoas atingidas nas ações.

Indicador 19: Esta diferença se deu pois alguns municípios geralmente realizam atrações para o público infantil e optaram por iniciar suas apresentações em julho, período de férias, pois em outubro (mês das crianças) ainda estavam em período eleitoral, o que dificultaria para eles a divulgação dos eventos. Por este motivo tivemos um número maior de municípios atendidos no segundo quadrimestre, conforme justificado anteriormente. Devido ao fato do edital informar que os municípios poderiam realizar “até quatro” atividades, tivemos certa defasagem no número de ações, portanto convidamos municípios que a princípio não estavam participando do programa para que pudessem ser contemplados, ajustando assim a quantidade de ações que realizamos no ano de 2024.

Dessa forma, aumentamos a quantidade total de municípios atendidos pelo programa.

B) REVELANDO SP

O Revelando SP é um grande festival tradicionalmente realizado na capital, com foco na salvaguarda dos fazeres e saberes tradicionais, e sua transmissão, para valorização do patrimônio imaterial de todas as regiões do Estado. O evento promove apresentações artísticas e a comercialização de produtos ligados à gastronomia e ao artesanato tradicional, além promover ações educativas, oficinas, debates e palestras, voltadas aos representantes de cada um dos municípios presentes. O evento se tornou, ao longo de décadas, a maior realização voltada para o segmento no país, proporcionando grande visibilidade e difusão da diversidade cultural e economia criativa do Estado. Possui cenografia especializada e um design de experiência voltado tanto para o melhor fluxo e conforto do público circulante, como melhor atendimento aos expositores e artistas. Os cuidados com a ambientação e o receptivo, em especial, foram responsáveis por uma percepção geral de melhoria e profissionalismo das operações. Além da programação voltada para o público em geral, também foram promovidas, mediante a viabilização de parcerias com o Sebrae, palestras com a intenção de incentivar o desenvolvimento da cadeia produtiva, através de capacitações e/ou mentorias, que ofereçam atividades formativas para representantes da cultura tradicional do Estado.

Em 2024, o festival foi ampliado e realizou 5 edições, nos municípios de Barretos (16 a 19 de maio), Iguape (13 a 16 de junho), São José dos Campos (4 a 7 de julho), Presidente Prudente (8 a 11 de agosto) e São Paulo (12 a 15 de setembro). Para representar as tradições no festival os participantes são selecionados mediante chamada pública. A chamada é voltada às prefeituras municipais paulistas, que inscrevem representantes de suas tradições, por meio da culinária, artesanato e manifestações da cultura tradicional. O edital ficou aberto de 11 de março a 8 de abril de 2024, recebendo propostas de 174 municípios e totalizando 769 inscrições: 316 de artesanato, 184 de culinária e 269 de manifestações artísticas. Ao final, 151 municípios foram selecionados para compor a programação, além de outras atividades viabilizadas por parcerias e ativações durante o festival.

No total, ocorreram 645 atividades, incluindo 195 de culinária, 259 de artesanato e 117 manifestações artísticas. A programação também contou com 28 ativações, como a Trupe Revelando SP, exposições em parceria com o Museu de Arte Sacra e Catavento Cultural, além das Turnês Fantásticas e Imaginárias. As edições também receberam 46 shows de grandes nomes da música brasileira, como Demônios da Garoa, Almir Sater, Sérgio Reis, Originais do Samba e Teodoro & Sampaio.

Total de atividades, municípios representados e público, por edição:

Edição	Período de Realização	Total de Atividades	Municípios Representados	Público
--------	-----------------------	---------------------	--------------------------	---------

Barretos	3 dias: 17 a 19/05	83	50	21.435
Iguape	3 dias: 14 a 16/06	98	41	31.364
São José dos Campos	4 dias: 04 a 07/07	148	63	100.897
Presidente Prudente	3 dias: 09 a 11/08	107	61	11.000
São Paulo	4 dias: 12 a 15/09	209	103	90.965
totais		645	151*	255.661

*Para calcular a quantidade de municípios representados, eliminamos as duplicidades, considerando apenas uma participação para os municípios que estiveram presentes em mais de uma edição.

Total de atividades de cada categoria por edição:

Edição	Artesanato	Culinária	Manifestações	Shows	Ativações
Barretos	26	25	14	11	7
Iguape	33	33	20	10	2
São José dos Campos	49	51	30	9	9
Presidente Prudente	55	32	12	6	2
São Paulo	96	54	41	10	8
total por categoria	259	195	117	46	28
total geral	645				

Na culinária, o Revelando SP sempre oferece uma infinidade de quitutes, com muitos preparos à base de milho, banana e amendoim, compotas, doces cristalizados, bolinhos, pastéis, queijos, sanduíches, galinhada, feijão tropeiro e pratos com nomes e histórias curiosas – que fazem valer uma prosa com os expositores para ter contato com as origens dessas tradições, caso da farofa de formiga içá, do rojão do balaio e da comida de lobisomem, entre tantos outros.

Os artesãos, por sua vez, levam ao festival objetos produzidos nos mais diversos materiais, entre arte sacra, tapetes, bolsas, entalhes, bordados, tecelagem, artes variadas em fibras, cipós, papel e palha, entre outros, levando ao público a arte produzida em todo o estado pelos sertanejos, caiçaras, povos originários e quilombolas.

As expressões artísticas, por fim, se fazem presentes por meio de modas de viola, congada, catira, folia de reis, jongo, fandango, cururu, moçambique, dança cigana, samba de bumbo, coral indígena, violeiros, música caipira, bonecões e muito mais.

Ativações durante o Festival

- Exposições

Três exposições, em parceria com o Museu de Arte Sacra, aproximaram as culturas tradicionais paulistas da fé: **“Catedral da Sé: 70 Anos”**, comemorando as sete décadas desse ícone arquitetônico e histórico de São Paulo; **“Arte Sacra para Ver e Sentir”**, com réplicas de imagens que podem ser tocadas pelos visitantes; e **“Olhares da Fé”**, com fotografias de Angelita Lot, feitas durante celebrações a Frei Galvão ao longo dos últimos 16 anos.

Duas outras exposições conectaram o público à cultura popular paulista por meio da estética. **“Rolando Boldrin - Um Causo Brasileiro”** presta reverência a esse grande divulgador dos saberes e costumes da nossa gente. A exposição **“Turnês Fantásticas e Imaginárias”**, realizada em parceria com a Catavento Cultural, exhibe cartazes de turnês inventadas de artistas sertanejos em locais inusitados, com muita criatividade.

- Jogos do Mundo

O Coletivo Lúdico apresenta os **“Jogos do Mundo”**, um acervo interativo de jogos de tabuleiro com peças originárias do terceiro milênio a.C. fundamentada em pesquisas arqueológicas, filosóficas e psicopedagógicas, realizadas pelo geógrafo e educador Christian Moraes, a coleção é um convite àqueles que desejam desenvolver habilidades de convívio e resiliência por meio de um ambiente divertido, educativo e fascinante. Por fazerem parte do desenvolvimento de diversos povos ao redor do mundo, esses jogos se configuram como patrimônio cultural da humanidade e estão entre as peças do acervo.

- Empório Vitrine

O espaço interativo **Empório Vitrine**, onde ficaram expostos produtos à venda nos stands e que receberam ao longo do evento mestres dos saberes, que contaram as histórias por trás das receitas de seus pratos, das técnicas e materiais utilizados na elaboração de seus artesanatos e da transmissão geracional do conhecimento acerca de danças, músicas e poesias, que garantem a preservação de suas culturas.

- Trupe Revelando

O Revelando SP também promoveu a atividade lúdico-cultural **Trupe Revelando SP**, na qual cinco artistas contam e cantam sobre as tradições paulistas. A trupe, composta por artistas de diversas linguagens como música, poesia, circo e dança, desempenha um papel didático com um enfoque lúdico e artístico. Vestidos com trajes que representam as tradições paulistas, os integrantes da Trupe convidam os visitantes a uma viagem pelos saberes e sabores do estado. A Trupe teve um papel importante na formação de público para **23 escolas, atingindo 2.824 alunos**. Abaixo, está o quadro das escolas parceiras e a

quantidade de alunos que acompanharam a Trupe e exploraram a cultura tradicional paulista.

Ação formativa - Revelando SP 2024 (participação de instituições de atendimento social, educativas, etc)

Barretos	Quantidade de alunos
EM Giuseppe Carnímeo	245
EM São Francisco	149
Cemei Célia Regina Aiello	150
E E Dr Antonio Olympio	100
Escola Estadual Coronel Antonio Luciano da Fonseca	25

Total: 669

Número de atividades: 2

Atividade: Trupe Revelando SP

Iguape	Quantidade de alunos
EE Clodonil Cardoso	100
PEI EE José Muniz Teixeira	100
EE Prof. Veiga Júnior	50
EE Prefeito Jofre Manoel	40

Total: 290

Número de atividades: 2

Atividade: Trupe Revelando SP

São José dos Campos	Quantidade de alunos
Fundhas	130

Total: 130

Número de atividades: 2

Atividade: Trupe Revelando SP

Presidente Prudente	Quantidade de alunos
E.E. Dr. José Foz	50
Programa Cidade Escola	150
Programa Cidade Escola	150

LBV	100
Sesi	96
Colégio Educar	63
Programa Cidade Escola	125
LBV	100
Programa Cidade Escola	150

Total: 984

Número de atividades: 4

Atividade: Trupe Revelando SP

São Paulo	Quantidade de alunos
Programa Einstein na Comunidade Paraisópolis	80
Politeia - Escola Democrática	155
Projeto Aprocima	100
Gimbernau Escola de Educação Infantil e Ensino Fundamental	27
Casa de Aprendizagem	206
EMEI armando de arruda Pereira EMEI Gabriel pestes	183
EMEI Monteiro Lobato	

Total: 751

Número de atividades: 6

Atividade: Trupe Revelando SP



Revelando SP - Edição São Paulo - Show Almir Sater



Revelando SP - Edição São Paulo - Foto por: Danilo Ferrara



Revelando SP - Edição São Paulo - Trupe Revelando Revelando SP - Edição São Paulo - Foto por: Danilo Ferrara

Conteúdos virtuais

Foram publicados 84 produtos resultantes das edições do Revelando SP. A série “Retratos” traz 21 minidocumentários que destacam artesãos, artistas da música e dos sabores, mestres das tradições dos interiores e litorais que são quem fazem o Revelando SP acontecer. Nos registros, os participantes compartilham suas trajetórias e suas conexões com as tradições que representam. Integraram também a plataforma o show da banda Barra da Saia, realizado em São José dos Campos, e da Fernanda Costa realizado em Iguape, que foram disponibilizados na íntegra no CultSP Play. Dos 61 produtos restantes, exceto as 3 músicas de Teodoro & Sampaio, todos são derivados desses 2 shows completos, sendo as músicas separadas e publicadas individualmente.

Capacitação dos participantes

A **Capacitação** dos participantes do Revelando SP também faz parte do programa e foi realizada nas edições de Iguape, Barretos e São Paulo, totalizando 163 participantes nas palestras. No primeiro dia dos eventos os expositores participaram de uma palestra presencial do SEBRAE, que abordou temas relacionados ao empreendedorismo, incluindo estratégias de internacionalização e produtos com potencial para exportação.

Já nas edições de São José dos Campos e Presidente Prudente, embora essa ação não tenha sido contabilizada como resultado na meta, vale destacar que um representante do SEBRAE visitou os estandes para sensibilizar os expositores e identificar potenciais produtos para exportação na área de comidas sem preparo. Como parte dessa abordagem, os expositores foram convidados a participar posteriormente de uma capacitação online sobre internacionalização.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
10	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	20	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	208	407
					3º Quadri	59	238

					META ANUAL	267	645
					ICM %	100%	241,57%
		21	Nº de ações virtuais	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	16	80
					3º Quadri	4	4
					META ANUAL	20	84
					ICM %	100%	420,00%
		22	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	128.000	164.696
					3º Quadri	40.000	90.965
					META ANUAL	168.000	255.661
					ICM %	100%	152,18%
		23	Nº de público virtual	Meta - Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	80.000	227.914
					3º Quadri	60.000	33.765
					META ANUAL	140.000	261.679
					ICM %	100%	186,91%
		24	Nº de municípios representados	Dado Extra	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	204	119
					3º Quadri	104	32
					META ANUAL	308	151
					ICM %	100%	49,03%
		25	Nº de municípios sede	Dado Extra	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	4	4
					3º Quadri	1	1
					META ANUAL	5	5
					ICM %	100%	100,00%
	Capacitação dos participantes	26	Nº de participantes capacitados	Dado Extra	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	36	115
					3º Quadri	0	48
					META ANUAL	36	163
					ICM %	100%	452,78%

Retificação do N° de ações presenciais do 2º quadrimestre: Houve a necessidade de revisar e atualizar o relatório das ações do 2º quadrimestre porque algumas atividades não haviam sido registradas inicialmente. Essas atividades aconteceram por meio de parcerias feitas com os municípios que sediaram o Revelando SP, o que possibilitou a inclusão de representantes das tradições locais na programação.

Retificação do N° de ações virtuais do 2º quadrimestre: Ao contrário do que informamos anteriormente, foram 80 o total de ações virtuais do 2º quadrimestre (e não 79). O erro ocorreu porque esquecemos de computar o vídeo “Jesuel Fernandes e os brinquedos de madeira (Américo Brasiliense)”, publicado em 9 de agosto de 2024. O erro foi corrigido.

Indicador 20: O aumento do número de ações pode ser atribuído à ampliação da programação artística e cultural no evento do Revelando SP, possibilitada por parcerias estratégicas e maior adesão de grupos culturais. O aumento significativo no 3º quadrimestre reflete a otimização de recursos e o fortalecimento do engajamento com os municípios participantes, garantindo uma oferta diversificada e abrangente de atividades culturais. Foi realizada uma parceria com os municípios-sede e eles trouxeram expositores locais, além dos contemplados no Edital. Apenas em Presidente Prudente, tivemos 109 expositores com este caráter.

Indicador 21: Este foi o primeiro ano em que tivemos uma meta estabelecida para o número de produções audiovisuais de divulgação virtual do Revelando SP. Por essa razão, não tínhamos uma noção quantitativa anterior para basear nosso esforço de produção e preferimos errar para mais. Mesmo assim, dos 84 produtos publicados, 22 são de fato “autônomos”: 20 minidocumentários da série “Retratos” e 2 shows na íntegra (Fernanda Costa e Barra da Saia). Dos 62 produtos restantes, afora 3 músicas de Teodoro & Sampaio, todos são derivados dos 2 shows na íntegra, isto é, são as músicas separadas e publicadas individualmente. A natureza da difusão na internet demanda que determinados produtos audiovisuais, para atingir diferentes audiências, sejam empacotados tanto na íntegra quanto decupados dessa forma.

Indicador 22: O número de público também superou a meta estabelecida. Esse crescimento pode ser justificado pelo reforço na divulgação do evento, pelo aumento das atividades culturais e pelo impacto positivo da realização em diferentes localidades. O 3º quadrimestre, em especial, registrou um público significativamente maior do que o previsto, demonstrando o sucesso da estratégia de promoção e acessibilidade adotada ao longo do ano.

Indicador 23: Em 2024, a quantidade total de visualizações foi 87% acima do previsto. Como foi a primeira vez que publicamos e impulsionamos conteúdo do Revelando SP, não tínhamos bons parâmetros para estimar o impacto dos valores investidos no resultado final. No 2º quadrimestre, chegamos em poucos dias em resultado quase o triplo do previsto e então encerramos a campanha de impulsionamento. No 3º quadrimestre, diminuimos bastante o investimento em impulsionamento, a fim de convergir para a meta anual. Mesmo assim, e demonstrando uma boa construção de audiência orgânica, ficamos acima da meta anual. São muitas variáveis que determinam o alcance de visualizações e ainda estamos calibrando a relação entre investimento e resultados.

Indicador 24: Esse resultado se deve, em grande parte, a desafios logísticos enfrentados por algumas cidades, dificuldades de mobilização local e alterações na disponibilidade de grupos culturais interessados em participar do evento. Apesar da redução na quantidade

de municípios participantes, a diversidade cultural foi mantida, garantindo a representatividade de diferentes regiões do estado.

Indicador 25: A meta atingiu 100% do estabelecido. Esse desempenho reflete o planejamento estratégico do evento, que priorizou localidades capazes de receber a estrutura necessária e maximizar o impacto cultural e econômico do Revelando SP.

Indicador 26: No 3º quadrimestre, não havia meta prevista para a realização da capacitação. No entanto, em parceria com o Sebrae, foi possível promover uma palestra com a mesma temática das edições anteriores, destinada a representantes dos municípios contemplados, com a participação de 48 pessoas na edição do Revelando São Paulo. A meta anual foi amplamente superada, especialmente porque, nas edições de Iguape e Barretos, não houve limitações físicas para a participação, permitindo que mais pessoas assistissem à palestra. Esses 48 participantes, que não estavam inicialmente previstos, também contribuíram para o resultado acima do esperado.

C) DIFUSÃO CULT SP

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

As inscrições foram feitas através do sistema de editais da APAA, com projetos podendo receber até R\$ 20 mil em apoio financeiro. A APAA apoia os municípios selecionados com contratação e pagamento do cachê de atividades artístico-culturais e/ou contratação e pagamento de infraestrutura. Em 2024, a chamada recebeu ao todo 811 inscrições de 534 municípios e contemplou 507 municípios.

Uma característica do 3º quadrimestre é que muitas ações selecionadas ao longo do ano ocorreram nesse período. Isso fica nítido com a diferença entre a quantidade de projetos aprovados e realizados no período (especialmente festividades de Dia das Crianças, de Natal e de Fim de Ano). Partindo dessa premissa, no terceiro quadrimestre as cidades realizaram inúmeras festividades de Natal em variados formatos e linguagens, além de ações infantis, de Réveillon e de cultura local. A cultura urbana também esteve presente com festivais de Hip Hop. Música foi a linguagem mais demandada, com 105 atividades, incluindo a Mostra Autoral de Mairiporã, e festas de Cultura Sertaneja.

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

11	Apoio a eventos / ações culturais municipais	27	Nº de apoios	Meta – Produto	1º Quadri	12	34
					2º Quadri	215	199
					3º Quadri	235	275
					META ANUAL	462	508
					ICM %	100%	109,96%
		28	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	24.000	122.870
					2º Quadri	430.000	552.090
					3º Quadri	470.000	834.060
					META ANUAL	924.000	1.509.020
					ICM %	100%	163,31%
		29	Nº de municípios	Dado Extra	1º Quadri	12	34
					2º Quadri	215	199
					3º Quadri	235	274
					META ANUAL	462	507
					ICM %	100%	109,74%

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

Indicador 28: A meta de público foi ultrapassada devido a uma combinação de fatores. O crescimento do interesse da população pelas atividades oferecidas, somado à execução de um planejamento de divulgação, contribuiu para a maior presença de participantes. A realização do programa em uma época com boas condições climáticas também favoreceu o comparecimento, assim como a regularidade das iniciativas promovidas. O terceiro trimestre também agrega proporcionalmente mais ações do que outros momentos do ano por conta das datas comemorativas (Natal, Réveillon e Dia das Crianças), quanto pelo fato de que as cidades tiveram o ano todo para inscrever e aprovar ações neste período.

Indicador 29: O número de municípios atendidos também superou a meta, chegando a 507 frente à previsão de 462, esse resultado positivo decorre do fortalecimento da articulação institucional e da busca ativa por municípios interessados no programa, garantindo um impacto cultural mais abrangente e descentralizado em todo o estado.

D) OUTROS FESTIVAIS E APOIO A EVENTOS

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

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

No **1º quadrimestre**, 3 atividades foram realizadas nesse programa: o “XXXVII Encontro Nacional de Companhias de Santos Reis”, em Brodowski, o “Festival Inhana de Música 2024”, em Araras, e a Reinauguração do Teatro com o evento Thiago Canta Milton, em São Caetano do Sul. Ao todo, essas atividades reuniram um público de 6,9 mil pessoas. O “Encontro Nacional de Companhias de Santos Reis” se classifica como um dos eventos mais tradicionais da cidade, realizado há 36 anos, evidenciando a tradição, o folclore e a manifestação de fé para os moradores de cidades da região. Já o “Festival Inhana da Canção de Araras” tem como objetivo promover a diversidade e a riqueza da música regional brasileira, em seus ritmos e estilos, incentivando compositores e intérpretes de todo o país, incorporando, inclusive, o Festival Sertanejo que foi realizado há alguns anos na cidade.

No **2º quadrimestre**, destacam-se três grandes eventos que, além de promoverem a cultura e o desenvolvimento local, alcançaram sucesso de público e envolvimento em suas últimas edições. O Festival Literário de Votuporanga (FLIV), em sua 14ª edição em 2024, é um dos maiores e mais consolidados eventos multiculturais do Brasil, com atividades gratuitas voltadas à literatura, artes e cultura. O festival oferece bate-papos com escritores, oficinas, cinema, teatro, música e exposições. Além disso, conta com uma programação inclusiva, promovendo a participação ativa de pessoas com deficiência. Neste ano, o FLIV recebeu 85 mil visitantes, reafirmando sua importância cultural na região. Cabe destacar o Festival Capital da Música “Maestro Antônio Carlos Neves Campos”, realizado em Tatuí, que reuniu 58 mil pessoas. O evento oferece uma programação musical diversificada e de alta qualidade, com a participação de cerca de 28 agrupamentos musicais de diversos gêneros, o festival destaca a presença especial de grupos do Conservatório de Tatuí e do Projeto Guri. A Feira Empreendedora Cananéia Sustentável oferece um espaço dinâmico para a exposição de produtos artesanais, gastronomia, apresentações culturais, rodas de conversa e oficinas de capacitação. O evento celebra a cultura, o empreendedorismo e a sustentabilidade em Cananéia, e reuniu 18 mil pessoas.

No **3º quadrimestre** foram realizadas 172 ações para cerca de 652 mil pessoas. Entre eles, o 1º Festival de Folclore de Planalto, um evento que envolve principalmente as escolas e a comunidade local na valorização da cultura tradicional paulista, os tornando protagonistas das atrações da festa. A programação inclui apresentações de Folia de Reis, Catira, Moda de Viola, Bumba Meu Boi, Capoeira e outras manifestações populares, além de shows musicais e barracas com comidas típicas. Mais de 6 mil pessoas estiveram presentes nos 3 dias de festival. Outro destaque do período é o tradicional Festival de MPB de Ilha Solteira, que em sua 48ª edição, levou mais de 9 mil pessoas à Praça da Integração.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
12	Apresentações artísticas / atividades culturais	30	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	8	18
					2º Quadri	62	175
					3º Quadri	175	172
					META ANUAL	245	365
					ICM %	100%	148,98%
		31	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	16.000	6.900
					2º Quadri	165.000	313.236
					3º Quadri	457.200	652.054
					META ANUAL	638.200	972.190
					ICM %	100%	152,33%

Indicador 30: A meta anual foi superada, com 365 ações realizadas frente à previsão de 245. Esse desempenho se deve à ampliação das atividades culturais apoiadas e ao fortalecimento das parcerias com municípios e produtores culturais. O aumento significativo no 2º quadrimestre foi impulsionado pela maior adesão a eventos e festivais do estado de São Paulo, potencializando a difusão cultural por meio das Emendas Voluntárias, como o Summer Beats e Expo Católica.

Indicador 31: O número de público também superou a meta estabelecida, atingindo 972.190 pessoas em comparação com a previsão de 638.200. O crescimento no 2º quadrimestre foi impulsionado pelo sucesso dos eventos apoiados, que registraram um aumento significativo na adesão do público, principalmente devido à divulgação mais estratégica e focada. Além disso, eventos como o Summer Beats mobilizam grande quantidade de público.

2.2 FESTIVAIS ARTÍSTICOS E EVENTOS CULTURAIS

A) SEMANA GUIOMAR NOVAES

A 47ª **Semana Guiomar Novaes**, realizada entre os dias 13 e 22 de setembro, em São João da Boa Vista, promoveu 39 atividades para mais de 9,6 mil pessoas. O evento que acontece anualmente e já é esperado na região, celebra a arte em diversos espaços da cidade. As apresentações de música integram a maior parte da programação, com uma diversidade sonora que vão do popular ao erudito, reunindo também atrações de dança, teatro, ópera, circo, dentre outras. A curadoria é sempre realizada pela Amigos da Arte, em parceria com a Prefeitura de São João da Boa Vista, visando englobar os demais espaços e equipamentos públicos do município, com a participação de artistas locais, regionais, nacionais e internacionais, e a integração entre as expressões artísticas entendidas como eruditas e populares.

No primeiro dia do evento, a abertura contou com a apresentação da Banda Mais Bonita da Cidade, que se apresentou no Teatro Municipal para 622 pessoas. No dia seguinte, outros segmentos artísticos foram difundidos em outros cantos da cidade, como as apresentações teatrais “Notas da Alma” da Cia. Artes Insanes realizado no Teatro da Estação, “Teatro Portátil Bichos do Brasil” da cia Pia Fraus na Praça José Oscar Matiello, o espetáculo de dança “ELO”, uma oficina de dança e em seguida o “Piano Solo – Les Ensembles”, todos promovidos no Fonteatro.

As orquestras também atraíram um público significativo. A “Orquestra Sinfônica Villa Lobos – Uma Noite de Piazzolla”, apresentação que traz a dramaticidade do tango e as notas do violino, do piano e do cello dão o tom para a interpretação de composições do célebre Astor Piazzolla, levando ao Teatro Municipal 700 pessoas. A “Orquestra Brasileira Inclusiva”, uma iniciativa pioneira no Brasil, a orquestra, fundada pelo músico Carlos Henrique Toni, é composta por pessoas com deficiência e promove interação social, terapia e expressão artística. A apresentação reuniu 356 pessoas no Teatro Municipal.

No último dia do evento, o “Duo Piano e Violino” de Ariel Sanches e Marcos Aragoni ofereceram um espetáculo que mescla jazz com música erudita. A seguir, a “Jazz Sinfônica de São João da Boa Vista”, formada por 40 músicos, mescla obras eruditas, temas de filmes, clássicos do rock e até música sertaneja. Contando com a regência do maestro Agenor Ribeiro Netto, o repertório traz Villa-Lobos, Pink Floyd e Queen. O espetáculo teatral “O Menino Maluquinho” foi apresentado para 583 pessoas no Teatro Municipal. Encerrando as atividades da Semana, o show da banda “Xaxado Novo”, realizado no Fonteatro, atraiu um público de 854 pessoas.

A tradicional Semana Guiomar Novaes foi planejada para ser acessível a toda população, com todas as atividades gratuitas e em sua maioria de classificação indicativa livre. Mais de 300 artistas e profissionais foram envolvidos na realização do evento.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
13	Apresentações artísticas / atividades culturais	32	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	37	39
					META ANUAL	37	39
					ICM %	100%	105,41%
		33	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	7.400	9.686
					META ANUAL	7.400	9.686
					ICM %	100%	130,89%

Indicador 32: A equipe de produção do projeto fez negociações eficientes, o que possibilitou agregar mais duas ações além do previsto. A ação “Uma Noite de Piazzolla”, da Orquestra Villa-Lobos (com repertório popular e conhecido pelo público), Ana Cañas, A Banda Mais Bonita da Cidade e Lucinha Lins e Claudio Lins, além do espetáculo “O Veneno do Teatro”, com Osmar Prado e Maurício Machado, por exemplo, cobraram cachê inferior ao previsto, permitindo otimizar recursos e contratar mais ações. As negociações ocorreram por meio de comunicação mais direta entre a produção da APAA e os artistas, facilitando a negociação. A logística também foi otimizada com a contratação de cachê colocado, sem necessidade de contratação de itens logísticos para os artistas.

Indicador 33: A programação eficiente e de qualidade conquistou receptividade junto à população da cidade. Aliada a um esforço adicional na divulgação, a soma de fatores resultou num aumento significativo na previsão de público. O impacto de público também se deu pelo convite a escolas públicas da região, que puderam comparecer com exclusividade na primeira semana, com duas sessões a cada dia. É importante informar que as condições climáticas também contribuíram para o sucesso de público do evento, já que a não ocorrência de chuvas favoreceu a presença do público nas diversas atividades executadas ao ar livre. Os espetáculos de Ana Cañas e da Banda Mais Bonita da Cidade contaram com a presença de ônibus de fãs-clubes de cidades próximas, contribuindo para o aumento do público presente.

B) FESTIVAL DE CIRCO SP

A 17ª edição do **Festival de Circo** aconteceu de 9 a 17 de novembro no Mundo do Circo, localizado no Parque da Juventude, na zona norte de São Paulo. Com mais de 15 anos de história, o evento promove o encontro de grupos e artistas circenses, valorizando as diversas expressões dessa arte no estado.

O festival destacou a potência do circo paulista com 43 atrações de 17 municípios, sendo 35 dessas ações selecionadas por meio de chamada pública. A programação reuniu grandes nomes do circo tradicional e contemporâneo, com apresentações abertas ao público e sessões especiais para crianças de escolas públicas e instituições assistenciais, ampliando o acesso cultural a esse público em situação de vulnerabilidade.

Entre as atrações, houve espetáculos de palhaçaria, números aéreos, acrobacias, malabarismo, equilibrismo, ilusionismo e o famoso Globo da Morte. O festival foi apresentado por Luis Ricardo, conhecido por interpretar o palhaço Bozo. As atividades ocorreram em três espaços: o Picadeiro a Céu Aberto, a Lona Arrelia e a Lona Picolino.

No Picadeiro a Céu Aberto, companhias como Circo Show e Barnabôque, além do Globo da Morte, encantaram o público. Na Lona Picolino, destacaram-se os espetáculos YoYo, do argentino Sebastián Godoy, e Um Conto Chamado Circo, do Circo de Histórias. Já na Lona

Arrelia, Entre Truques e Poemas, da Casca Trupe de Circo e Variedades Espetaculares, e Quiproquó, da Trupe Koskowisck, foram os destaques.

O festival teve 9 dias de programação e atraiu cerca de 15 mil pessoas, com um público de 3 mil no último dia. Ao todo, 86 artistas participaram das apresentações e intervenções.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
14	Apresentações artísticas / atividades culturais	34	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	35	43
					META ANUAL	35	43
					ICM %	100%	122,86%
		35	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	9.500	14.949
					META ANUAL	9.500	14.949
					ICM %	100%	157,36%

Indicador 34: A programação racional e equilibrada, elaborada pela experiente equipe do Festival, favoreceu o crescimento das ações contratadas para o evento. Pela disponibilidade de tempo na programação e de verba de produção, foi possível contratar mais ações para o Festival.

Indicador 35: Nesta edição, o evento foi realizado no equipamento “Mundo do Circo”, localizado na capital do Estado de São Paulo. Tal fato, somado ao esforço da equipe de produção em captar público e na divulgação do projeto, resultou em números superiores aos previstos. A divulgação foi um fator importante na superação da meta, com uma abordagem mais criativa e focada nas redes sociais. Também houve parceria com escolas públicas municipais e ONGs, que trouxeram crianças para ver a programação em sessões exclusivas durante a semana, destinando os fins de semana para a população em geral.

C) FÉSTIVAL

O FÉstival, evento que une expressões culturais cristãs, com entrada gratuita, é uma realização do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas, com gestão e produção da Associação Paulista dos Amigos da Arte.

Em abril, o festival ocorreu no dia 20, às 16h, na Usina Santa Bárbara. A programação incluiu um espaço interativo de vivência cristã, explorando o simbolismo das principais árvores mencionadas na Bíblia. A árvore cenográfica permitiu aos visitantes coletar mensagens de fé, enquanto um painel exibiu os principais milagres realizados por Jesus Cristo, como a transformação da água em vinho, a grande pesca, entre outros. Para o público infantil, o evento ofereceu atividades recreativas durante toda a programação, com mesinhas, cadeiras, material de desenho e pintura disponíveis para inspirar as crianças a produzirem obras baseadas na fé e na cultura. Os shows começaram às 17h, com a apresentação do cantor e compositor Clebão de Paula. Em seguida, o evento contou com o espetáculo musical "O Jardim do Inimigo", da Cia Nissis, e apresentações musicais de Jefferson e Suellen, Em Prol do Reino, André e Felipe, Rodrigo Ito, encerrando com Bruna Karla. Todas as atividades foram acompanhadas por intérpretes de libras. Ao todo, o evento proporcionou uma experiência única para um público diversificado de aproximadamente 8 mil pessoas, mobilizando 96 artistas e 245 profissionais.

No 2º quadrimestre, o festival aconteceu em julho, no município de Guaratinguetá. Ao todo, foram 13 atrações com um público de mais de 6 mil pessoas que compareceram para celebrar a fé cristã. Entre as principais atrações musicais presentes no festival estava a banda Rosa de Saron, que apresentou um show com uma mistura de fé, rock e poesia. Também se apresentaram no evento os cantores Gabriel Guedes, Dunga, Adriana Gil, Artur e Banda e as bandas Expresso HG, FHop Music, Casa de Filhos Music e Semear Worship, que utilizaram louvores para evangelizar e encorajar. Assim como na primeira edição do ano, além dos shows, o FÉstival ofereceu um espaço imersivo com instalações temporárias, que, juntas, promoveram uma vivência da fé cristã. Essa área aborda o simbolismo das principais árvores citadas na Bíblia. Uma árvore cenográfica ofereceu, como frutos, mensagens de fé, que puderam ser levadas pelos visitantes.

Durante o 3º quadrimestre ocorreram 2 edições do festival. A primeira, em setembro, foi integrada ao Summer Beats, o maior festival de música católica do Brasil. O Campo de Marte recebeu atividades recreativas infantis com pintura facial e desenho. Para além disso, aconteceram também intervenções teatrais durante o evento. Ao todo, foram 4,5 mil pessoas que participaram dessas ações. A última edição do ano aconteceu em Votuporanga e contou com 8 ações, sendo elas recreação infantil, vivência cristã, circo e shows de música cristã. Um público total de 5,5 mil pessoas compareceu para prestigiar a programação proposta.

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

O FÉstival representa um papel crucial na valorização de diversas frentes culturais e, especialmente, de regionalização. O evento não apenas fomenta a cultura local, mas também impulsiona o desenvolvimento econômico e social da região onde é realizado.

Além disso, a expansão do projeto para outras regiões do Estado demonstra o quanto esse movimento tem potencial criativo, sustentável e socioeconômico.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
15	Apresentações artísticas / atividades culturais	36	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	9
					2º Quadri	11	13
					3º Quadri	4	12
					META ANUAL	15	34
					ICM %	100%	226,67%
		37	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	8.000
					2º Quadri	10.000	6.150
					3º Quadri	28.000	10.000
					META ANUAL	38.000	24.150
					ICM %	100%	63,55%
		38	Nº de público virtual	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	4.000	8.630
					3º Quadri	0	66
					META ANUAL	4.000	8.696
					ICM %	100%	217,40%
		39	Nº de municípios	Dado Extra	1º Quadri	0	1
					2º Quadri	2	1
					3º Quadri	2	2
					META ANUAL	4	4
					ICM %	100%	100,00%

Indicador 36: O aumento significativo no número de atividades culturais foi impulsionado pelo interesse crescente dos municípios neste programa e pela ampliação da programação, permitindo um alcance maior do público e uma maior diversidade de apresentações. Além disso, tivemos o apoio de emendas e optamos por realizar os eventos em cidades que já possuíam atividades consagradas na temática cristã.

Indicador 37: O número de público atingido foi inferior à meta anual. Esse desempenho pode ser explicado por fatores como limitações de capacidade em alguns eventos, condições climáticas adversas e desafios logísticos que impactaram a adesão do público em determinadas atividades. No Festival de Guaratinguetá, ocorrido em julho, enfrentamos mau tempo e chuvas.

Indicador 38: Em 2024, a quantidade total de visualizações foi cerca do dobro do previsto. Como foi a primeira vez que publicamos conteúdo do gênero e a primeira vez que impulsionamos, não tínhamos bons parâmetros para estimar o impacto dos valores

investidos no resultado final. No 2º quadrimestre, chegamos ao resultado em poucos dias e encerramos a campanha de impulsionamento. A baixa visualização no 3º quadrimestre mostra que não há ainda uma audiência orgânica para esse tipo de conteúdo, ao contrário de outros que publicamos na plataforma CultSP Play. São muitas variáveis que determinam o alcance de visualizações e ainda estamos calibrando a relação entre investimento e resultados.

Indicador 39: A meta anual de municípios participantes foi atingida, com um total de 4 municípios contemplados. Esse resultado reflete a estratégia de descentralização dos festivais e o compromisso em garantir acesso equitativo a eventos culturais em diferentes regiões.

D) FESTIVAL DO HIP HOP

O Festival do Hip Hop é voltado ao movimento musical urbano que completou 50 anos de história no Brasil no último ano, reunindo artistas, ativistas, grupos e coletivos da capital, interior e litoral do Estado de São Paulo para apresentações, batalhas musicais, trocas de experiências, debates e homenagens, realizado em Campinas, interior de São Paulo.

A arte do Movimento Hip Hop consolida-se como ferramenta de valorização da juventude negra e periférica por meio da expressão, representação e transformação social e política dos grupos envolvidos, bem como da sociedade. Tendo São Paulo como seu principal polo de expressão cultural desse movimento no país, o festival neste ano pretende descentralizar sua realização da capital, fortalecendo a cena do Hip Hop na cidade de Campinas, no interior de São Paulo, onde o Hip Hop torna-se cada vez mais expressivo.

Os dois dias do festival contaram com 13 shows musicais e reuniram um público de 18 mil pessoas que puderam prestigiar artistas da cena Hip Hop como Tasha e Tracie, MC Luanna, DMN, DJonga, Rael, Duquesa, Kyan, Dexter, entre outros.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
16	Apresentações artísticas / atividades culturais	40	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	12	13
					META ANUAL	12	13
					ICM %	100%	108,33%
		41	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	10.000	18.000
					META ANUAL	10.000	18.000
					ICM %	100%	180,00%

Indicador 40: Considerada a programação do Festival do Hip Hop, a meta foi superada, uma vez que foi realizada uma ação a mais do que o previsto: o Mc Gregory se apresentou em duas ocasiões - uma a mais do que o planejado.

Indicador 41: A recepção do Festival do Hip Hop se mostrou muito positiva, gerando um aumento de mais de 50% da meta pretendida de público presente nos dois dias de evento. Este fato se explica pela alta qualidade da programação e pelo potencial dos artistas convidados em atrair público (pelo fato de serem, em sua maioria, artistas já consolidados na cena do Hip Hop). Para além disso, o apoio foi realizado em um evento já consagrado na região, sendo a 11ª edição do Campinas Hip-hop Festival.

E) JORNADA DO PATRIMÔNIO

A Jornada do Patrimônio 2024 tem como tema principal o Patrimônio Ferroviário Paulista e foi realizada em duas etapas. A primeira, ocorrida nos dias 2, 3 e 4 de agosto, promoveu atividades gratuitas em 41 municípios, resgatando a memória do sistema ferroviário paulista. A segunda etapa, o Fórum de Conselhos Municipais de Patrimônio Cultural, aconteceu no dia 4 de dezembro, no Teatro Sérgio Cardoso, na sala Paschoal Carlos Magno, contando com a presença de 80 participantes.

No 2º quadrimestre, foram promovidas 46 atividades, incluindo palestras, exposições, ações educativas, passeios turísticos de maria-fumaça, visitas e caminhadas mediadas ao patrimônio, museus e centros históricos, além de apresentações de maracatu, capoeira e banda marcial infantil.

As cidades de Botucatu, Cubatão e Taubaté receberam a Feira do Patrimônio Imaterial, proporcionando ao público uma imersão nas tradições e manifestações culturais. A feira reuniu artistas, artesãos, culinaristas e músicos locais e regionais, destacando a riqueza do artesanato, com criações feitas por técnicas ancestrais, e da culinária tradicional, com pratos autênticos preparados a partir de receitas e ingredientes locais. O preparo da comida caipira, caçara e tropeira, carregado de memórias afetivas, é um elemento essencial do nosso patrimônio cultural imaterial.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		
17	Apresentações artísticas / atividades culturais	42	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	40	46
					3º Quadri	0	1
					META ANUAL	40	47
					ICM %	100%	117,50%
		43	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	1.700	3.119
					3º Quadri	0	80

					META ANUAL	1.700	3.199
					ICM %	100%	188,18%

Indicador 42: Em 2024, a realização da Jornada do Patrimônio passou a incluir o II Fórum de Conselhos Municipais de Patrimônio Cultural, agregando mais uma ação ao evento. Além disso, 41 municípios foram contemplados, um a mais que em 2023, o que por si só já representa um aumento em relação à meta estipulada. Outro fator relevante é que, em alguns municípios, foram realizadas mais de uma apresentação.

Indicador 43: A realização do II Fórum de Conselhos Municipais de Patrimônio Cultural 2024 contribuiu para o aumento do total de pessoas atendidas, pois o público presente no evento foi incorporado ao cálculo, resultando na diferença em relação à previsão do 3º quadrimestre. Em 2024 o tema da Jornada do Patrimônio foi o Patrimônio Ferroviário Estadual, por este motivo, as ações foram realizadas em locais que tinham ligação com o tema, incluindo assim estações ferroviárias que ainda apresentam movimento. Com isso, foi possível alcançar um público maior do que o previsto, pois, em parceria com os municípios, as atividades foram programadas para coincidir com os horários de chegada e partida dos trens.

2.3 CULT SP PLAY/ ACERVO SPCULT

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

No 1º quadrimestre, a plataforma recebeu novos conteúdos, incluindo material audiovisual do Festival de Circo SP, com performances de malabarismo, bicicletas escalo-fóbicas, Globo da Morte e mágica. A série documental "Por dentro dos Museus" adicionou três novos episódios, explorando os acervos da Casa Guilherme de Almeida, Pina Estação e Memorial da Resistência. O Festival Callas - Concurso Brasileiro de Canto Maria Callas teve sua 22ª edição registrada, com apresentações da Orquestra Experimental de Repertório e dos vencedores. Além disso, estreou o podcast "Cria Mulher! Cultura e Protagonismo", destacando a trajetória e o protagonismo de mais de 30 mulheres em várias áreas culturais, apresentando histórias inspiradoras que exploram o impacto das mulheres na cultura, com Vivian Barbour como apresentadora.

No 2º quadrimestre, foram incorporados novos conteúdos, como a performance do Duo Roda Cyr no Festival de Circo SP, que alcançou 16,7 mil visualizações. A Feira Preta foi transmitida ao vivo e adicionada ao acervo da plataforma, incluindo a performance do Bloco Afro Ilú Obá De Min, que recebeu a Banda Feminina Didá em um show celebrando a cultura preta. Também foram registradas as apresentações do Coral Palavra Cantada no Teatro Sérgio Cardoso, que atraíram mais de 13 mil visualizações.

No 3º quadrimestre, as principais publicações vieram dos projetos Clipe da Quebrada, Rockphonic e Mulheres do Samba.

O Clipe da Quebrada disponibilizou 17 vídeos, entre eles "Red Wine – R.E.D.", que ultrapassou 11 mil visualizações, e "Pra te pedir de volta", de LP e Julia Luiza, com 9,7 mil visualizações.

O festival Rockphonic, realizado na capital e em Itanhaém, gerou três registros audiovisuais:

- DJ Bruno (4,3 mil visualizações)
- "Que vês? (Tinhuna)" – Banda Makna + Egypcio + Vitor Kley + Orquestra Rockphonic (5,1 mil visualizações)
- "Tropa de Elite (Tinhuna)" – Banda Makna + Egypcio + Vitor Kley + Orquestra Rockphonic (7,5 mil visualizações)

O projeto Mulheres do Samba é um espetáculo musical com duração de 90 minutos, com um repertório das mulheres pretas que colaboraram para a construção da história do samba e resultou em 22 materiais audiovisuais, incluindo:

- Luana Bayô – "A Deusa dos Orixás" (1 mil visualizações)
- Raquel Tobias – "Ilha de Maré" (623 visualizações)

O programa também inclui como meta a concessão de conteúdos para canais fechados. No 1º quadrimestre, o podcast Cria Mulher, com 14 episódios desenvolvidos ao longo de 2023 e 2024, foi disponibilizado para o tocador de podcasts Spotify. No 2º quadrimestre, houve a disponibilização do conteúdo Samba Paulistano, da série Raízes Black, para o canal Music Box. Embora a meta não tenha sido atingida nesse período, já havia um viés de cumprimento para o quadrimestre seguinte, considerando que os trâmites de licenciamento estavam em andamento.

No 3º quadrimestre, a meta não apenas foi atingida, mas superada, compensando o déficit anterior. Foram disponibilizadas 35 obras audiovisuais, em parcerias com a Music Box e o Arte1:

Série Raízes Black (Music Box) – 11 episódios: Funk, Raga, Raízes do Rap Nacional, Rap Du Bom, Reggae, Ribah Nascimento, Samba de Raiz, Samba Rock: Originais do Samba, Sons do Quilombo, Street Soul e Voz Negra.

Série Teatro Sérgio Cardoso – 3ª temporada (Arte1) – 8 episódios: Prettos, Marina Peralta, O Guarani, Leela, Personalidades do Bixiga I, Personalidades do Bixiga II, Dexter e São Paulo Companhia de Dança.

Série Outras Vanguardas – (Arte1) - 16 episódios: Arrigo Barnabé + Ian Uviedo + Banda Isca de Polícia, Metá Metá, Tulipa Ruiz e Gustavo Ruiz + Luiz Chagas + Suzana Salles,

Pascoal da Conceição, Cida Moreira, Passoca, Premeditando o Breque, Língua de Trapo, Banda Isca de Polícia + part. Andrea Dias + part. Paulo Barnabé, Tetê Espíndola, Zé Celso (in memoriam) Rei da Vela, Luiz Tatit, José Carratu, Evoé'22!, Inocentes + Ariel Uliana + Tina Ramos (in memoriam) e Paulinho Boca de Cantor canta Novos Baianos.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
18	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	44	Nº de ações - ações produzidas	Meta – Produto	1º Quadri	50	55
					2º Quadri	50	54
					3º Quadri	4	44
					META ANUAL	104	153
					ICM %	100%	147,12%
		45	Nº de ações - disponibilizaçã o para canais fechados	Meta – Produto	1º Quadri	10	14
					2º Quadri	15	1
					3º Quadri	1	35
					META ANUAL	26	50
					ICM %	100%	192,31%
		46	Nº de público virtual - visualizações de acervo	Meta – Resultado	1º Quadri	128.814	54.924
					2º Quadri	141.695	410.443
					3º Quadri	66.305	177.807
					META ANUAL	336.814	643.174
					ICM %	100%	190,96%

Indicador 44: Enquanto no 1º e no 2º quadrimestres, entregamos um volume apenas ligeiramente maior de produtos do que o previsto (12% e 8% a mais, respectivamente), no 3º quadrimestre tivemos um volume muito maior que o previsto (11 vezes mais). Em parte, isso se deve ao fato de que mantivemos um volume parecido de entregas (44 produtos no 3º quadrimestre contra 56 e 54 nos quadrimestres anteriores), o que mudou foi que a previsão de entregas caiu muito (de 50 para 4 por quadrimestre). No 3º quadrimestre, os resultados de duas parcerias com recursos de emendas parlamentares foram responsáveis pelo volume de publicação de ações culturais maior que o esperado: o projeto “Clipe da Quebrada” (com 17 videocliques lançados no período) e o projeto “Mulheres do Samba” (com 21 músicas e a apresentação na íntegra). O volume de ações gerado por essas duas parcerias explica 39 dos 40 vídeos publicados acima do esperado no 3º quadrimestre.

Indicador 45: A superação da meta no 3º quadrimestre ocorreu por dois motivos. Primeiro, a previsão de disponibilização de 15 conteúdos no 2º quadrimestre não se concretizou devido à demora no trâmite de licenciamento, resultando na disponibilização desses conteúdos apenas no início do 3º quadrimestre. Além disso, durante o processo de efetivação das parcerias, houve um interesse por parte dos parceiros (Arte1 e Music Box)

em conteúdos adicionais além dos inicialmente previstos, o que possibilitou a ampliação do número de ações e, conseqüentemente, a superação da meta estabelecida.

Indicador 46: Este foi o primeiro ano em que fizemos impulsionamento de vídeos pelo Google Ads. Como essa é uma forma nova de promover os conteúdos na plataforma CultSP Play, ainda estamos testando a relação entre valores investidos e o alcance resultante. Por esse motivo, o resultado do número de visualizações foi maior do que o estabelecido em meta. No 1º quadrimestre tivemos um resultado abaixo do esperado, pois estávamos contando apenas com a audiência orgânica da plataforma. No 2º quadrimestre, iniciamos as campanhas de impulsionamento e rapidamente conseguimos superar os números previstos. Diminuímos o volume investido no 3º quadrimestre para fazer o resultado anual convergir para a meta. Mesmo assim, tivemos um resultado 90% acima do esperado devido à dificuldade em prever quais conteúdos terão mais apelo de público. O investimento no impulsionamento também resultou em um aumento do número de visualizações orgânicas auferidas pela plataforma em relação ao 1º quadrimestre, o que ajuda a explicar o resultado acima do esperado.

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

O programa dedicado à cultura LGBTQIA+ abrange um conjunto de atividades e projetos realizados pela OS nessa temática, destacando-se o apoio a iniciativas de difusão artístico-cultural. O Mais Orgulho, parte do programa, busca celebrar a diversidade, promover direitos humanos, combater a discriminação e incentivar a produção cultural. O edital visa apoiar as Paradas do Orgulho LGBTQIAP+ realizadas no Estado de São Paulo, exceto na capital, no ano de 2024. Ao longo do 3º quadrimestre, aconteceram o total de 17 eventos apoiados pelo edital em diferentes municípios, reunindo mais de 56 mil pessoas em diversas partes do Estado.

O Bloco "Será que é?", em sua edição "Perdi foi Tudo!", foi uma iniciativa da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo, com gestão da Associação Paulista Amigos da Arte. O bloco retornou à Rua do Orgulho - a Rua Augusta e suas travessas - no dia 3 de fevereiro, iniciando a concentração às 13h e saindo às 14h. Este ano, as atrações incluíram o DJ Rodrigo Borro, um dos mais conhecidos e renomados DJs da cena LGBTQIA+ de São Paulo, e Cris Negrini, um homem transexual e DJ Open-Format com uma década de experiência. Também marcaram presença Dimmy Kieer e Karol Conká. O evento atraiu um total de 50 mil pessoas e teve a participação de 8 artistas, além de outros 85 profissionais envolvidos em sua realização.

No mês de junho, aconteceu em Campinas a Parada do Orgulho LGBT da cidade. Cerca de 70 mil pessoas compareceram para celebrar a diversidade no município, além de 50 artistas e 30 profissionais envolvidos na execução do evento. Em sua 24ª edição, a parada

foi o evento com maior público no 2º quadrimestre entre os municípios selecionados, sendo Campinas o mais populoso, com mais de 1 milhão de habitantes. Em contrapartida, o edital também apoiou paradas pioneiras em municípios menores. A cidade de Mococa, que possui cerca de 67 mil habitantes, por exemplo, sediou em julho sua 1ª Parada do Orgulho LGBTQIAPN+, que reuniu um público de cerca de 800 pessoas. Nesse evento também compareceram 11 artistas e 6 profissionais que ficaram responsáveis pela programação da atividade.

Durante o 3º quadrimestre o grande destaque da programação do Mais Orgulho foi a 15ª Parada do Orgulho LGBT em São Vicente. Essa foi a ação que mais atraiu público no período abordado, de 15 mil pessoas para a atividade. No mesmo período, foram sediadas paradas pioneiras nos municípios de Ferraz de Vasconcelos e Caragatatuba, que juntas atraíram um público de mais de 4 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
19	Apoio a eventos/ações voltados para a cultura LGBTI+ (paradas)	47	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	15	18
					3º Quadri	20	17
					META ANUAL	35	35
					ICM %	100%	100,00%
		48	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	75.000	213.300
					3º Quadri	100.000	56.900
					META ANUAL	175.000	270.200
					ICM %	100%	154,40%
	Apoio a eventos/ações voltados para a cultura LGBTI+ (bloco de carnaval na capital)	49	Nº de municípios atendidos	Dado extra	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	15	18
					3º Quadri	20	17
					META ANUAL	35	35
					ICM %	100%	100,00%
		50	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	1
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	1	1
		51	Nº de público	Meta – Resultado	ICM %	100%	100,00%
					1º Quadri	50.000	50.000
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	50.000	50.000

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

Indicador 47: A meta foi plenamente atingida, com 35 ações realizadas ao longo do ano. O sucesso do programa pode ser atribuído ao fortalecimento da articulação com grupos e instituições representativas da cultura LGBTI+, permitindo a execução planejada das atividades previstas no edital.

Indicador 48: O crescimento expressivo decorre do aumento do alcance das paradas e eventos culturais LGBTI+, potencializados por estratégias de comunicação e engajamento digital.

Indicador 49: A meta foi integralmente atingida, com 35 municípios contemplados. Esse resultado reflete o compromisso com a descentralização das ações culturais voltadas à comunidade LGBTI+, promovendo maior diversidade e acessibilidade em diferentes regiões do estado.

Indicador 50: A ação foi realizada a contento e chegou a 100% da meta.

Indicador 51: A ação foi realizada a contento e chegou a 100% da meta.

2.5. TEIA: FÓRUM ESTADUAL – CULTURA VIVA 20 ANOS

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

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

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

Os objetivos do encontro são:

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

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

Indicador 52: A meta estabelecida no 1º quadrimestre foi registrada incorretamente, conforme já justificado no relatório do período. A Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo solicitou a realização do Encontro Estadual Cultura Viva 20 Anos – SP nos dias 22 e 23 de junho de 2024, cuja execução foi relatada no 2º quadrimestre. Nesse período, o resultado obtido esteve alinhado à meta estabelecida. Embora o resultado anual indique que a meta não foi atingida, na prática, ela foi cumprida, pois a meta real correspondia a uma única ação para todo o ano de 2024.

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

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

A) INICIATIVAS DE INTERATIVIDADE EM ARTE E TECNOLOGIA

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

da programação da cidade, as categorias de eventos disponíveis e a opção de criar uma conta no site para cadastrar eventos na agenda.

Em agosto, o site teve seu lançamento oficial para o público final e a equipe responsável pelo desenvolvimento do projeto estabeleceu métricas e ferramentas para a medição das interações e do público virtual da plataforma. Melhorias na visualização dos eventos pelo público e nas opções de cadastramento de eventos também vêm sendo realizadas constantemente.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
21	Produtos interativos tecnológicos	53	Desenvolvimento de plataforma de interatividade	Meta – Produto	1º Quadri	1	1
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	1	1
					ICM %	100%	100,00%
		54	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	3.000	9.184
					3º Quadri	3.000	24.397
					META ANUAL	6.000	33.581
					ICM %	100%	559,68%

Indicador 54: O resultado superou as expectativas, em parte devido à imprevisibilidade do número de acessos em períodos anteriores - devido ao recente lançamento do programa e das diferentes estratégias de comunicação adotadas até então - o que indica o interesse do público pela política pública com a proposta pela plataforma, além de evidenciar o sucesso e a eficácia do alcance orgânico maior que o previsto, dado o fato de que não há ainda uma campanha sólida de comunicação, por parte da Secom, veiculando permanentemente. Fora isso, ainda temos parceiros estratégicos embarcando no programa, o que faz com que novas pessoas descubram a plataforma a cada dia. Isso também pode trazer uma diferença de fluxo grande nos acessos ao programa. Considerando que o programa é totalmente virtual e considerando também as particularidades dos meios digitais e sua capacidade de alcance, precisamos de uma série histórica mais consistente e estabilizada, desconsiderando fatores extraordinários (como eventuais campanhas de comunicação da Secom), para que possamos mensurar e definir uma meta mais realista. Mesmo assim, a meta pode variar, pois os meios digitais não têm limitações físicas de capacidade, permitindo alcançar um número maior de usuários que o previsto. Entre as parcerias estratégicas estão: Sesc São Paulo, UNIBES Cultural, Liga Independente das Escolas de Samba de São Paulo e União dos Blocos de Carnaval de Rua do Estado de São Paulo - UBCRESP.

B) ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS

Atualmente, é notório o grande crescimento do setor da Economia Criativa. Por conta disso, a APAA continuou a apoiar ações desse nicho durante o 3º quadrimestre de 2024, com atividades inseridas na CCXP e na Feira do Empreendedor.

A Comic Con Experience - CCXP é um dos maiores eventos para os amantes de quadrinhos, séries, filmes, literatura, games dentre outros âmbitos da cultura geek. A feira aconteceu no mês de dezembro na Expo Imigrantes. A APAA marcou presença no evento com um painel em parceria com a Secretaria de Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado que contou com ativações e atrações incríveis disponibilizadas para os visitantes da feira, como máquinas de pinball e cosplayers, atraindo um público de 30 mil pessoas.

Já na Feira do Empreendedor, realizada no Expo Center Norte, a APAA participou com o painel Cine Crie: Clipe da Quebrada, dentro da Arena Inovação e Tecnologia/Crie Sebrae. Durante o evento, foi exibido o clipe Janela de Busão, seguido de um bate-papo interativo com o público sobre a iniciativa. A atividade reuniu aproximadamente 50 pessoas presencialmente, proporcionando um espaço de troca e reflexão sobre a produção audiovisual nas periferias.

Essas atividades, somadas ao evento Orgulho Nerd e a participação na Gamescom realizadas no 2º quadrimestre, atraíram um público de mais de 108 mil pessoas.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
22	Estudos/pesquisas/ações em economia e indústria criativas	55	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	1	2
					3º Quadri	3	2
					META ANUAL	4	4
					ICM %	100%	100,00%
		56	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	55.000	105.166
					3º Quadri	42.000	3.050
					META ANUAL	62.000	108.216
					ICM %	100%	174,54%

Indicador 55: No 2º Quadrimestre foram realizados os eventos Dia do Orgulho Nerd e Gamescom, dobrando a meta prevista para o período. No 3º Quadrimestre, por conta da execução a mais do quadrimestre anterior, foram realizadas apenas duas ações, totalizando e mantendo a meta de quatro ações anuais.

Indicador 56: Conforme ajuste de ações entre 2º e 3º quadrimestres, a quantidade prevista de público foi transposta e superada no 2º quadrimestre. A diferença entre o

previsto e o realizado (para mais e para menos) entre o segundo e o terceiro quadrimestre se explicam por conta de a feira Gamescon ter sido realizada no segundo quadrimestre e ser uma feira de grande porte. Por conta disso, a quantidade de público prevista para o terceiro quadrimestre foi deslocada para o segundo.

C) MAIS GESTÃO SP

Além da 4ª Conferência Estadual de Cultura, apoiada no 1º quadrimestre do ano, a APAA realizou também a cerimônia de diplomação das candidatas e dos candidatos eleitos para os cargos de prefeito, vice-prefeito e vereador da capital. O ato solene marca o fim do processo eleitoral de 2024 e habilita eleitos e eleitas a assumir e exercer seus mandatos. A diplomação foi realizada no auditório Simón Bolívar, no Memorial da América Latina. No local, foram diplomados o prefeito Ricardo Nunes (MDB), além de 50 vereadoras e vereadores que vão integrar a Câmara Municipal a partir do próximo ano. Cerca de 900 pessoas participaram dessa ação que aconteceu em dezembro.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
23	Conferência Estadual de Cultura	57	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	1
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	1	1
					ICM %	100,00%	100,00%
		58	Nº de participantes	Meta – Resultado	1º Quadri	310	442
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	310	442
					ICM %	100,00%	142,58%
		59	Nº de delegados estaduais participantes da Conferência Nacional de Cultura	Meta - Produto	1º Quadri	60	60
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	60	60
					ICM %	100,00%	100,00%
		60	Nº de municípios atendidos	Dado Extra	1º Quadri	250	156
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	250	156
					ICM %	100,00%	62,40%
24	Diplomação de Eleitos	61	Nº de ações	Meta-produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0

					3º Quadri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM %	100,00%	100,00%
		62	Nº de participantes	Meta-resultad o	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	700	900
					META ANUAL	700	900
					ICM %	100,00%	128,57%

Indicador 57: A meta foi integralmente cumprida conforme previsto no Plano de Trabalho.

Indicador 58: A alta adesão à Conferência, superando a meta estipulada em mais de 120%, reflete uma demanda substancial e entusiasta dos delegados interessados no tema central da 4ª Conferência Estadual de Cultura. Pois somente os presentes poderiam se candidatar para fazerem parte dos 60 delegados que seriam eleitos para representarem o Estado de São Paulo na conferência Nacional em Brasília. Este aumento notável pode ser justificado pelo engajamento e relevância do assunto em questão.

Indicador 59: A meta foi integralmente cumprida conforme previsto no Plano de Trabalho.

Indicador 60: Devido ao fato de se tratar de participação voluntária em uma política pública de Cultura do Governo Estadual, não foi possível garantir a presença da quantidade de cidades inicialmente previstas.

Indicador 61: A meta foi integralmente atingida, com a realização da ação prevista para o 3º quadrimestre. O cumprimento da meta reflete a efetividade do planejamento e execução das atividades previstas.

Indicador 62: O número de participantes superou a previsão inicial, atingindo 900 pessoas frente à meta de 700, esse desempenho positivo pode ser atribuído ao interesse elevado dos gestores em participar das atividades realizadas.

D) CONCURSOS E PRÊMIOS - PREMIAÇÕES DA CULTURA DE SÃO PAULO

Esse programa é destinado aos prêmios e concursos realizados em parceria com a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo e com o Governo de São Paulo, oriundos dos programas de difusão geridos pela APAA, além de apoio ou correalização de prêmios e concursos em linguagens artísticas e disciplinas diversas. Durante o 3º quadrimestre de 2024 a APAA realizou duas ações referentes à categoria Concursos e prêmios - premiações da cultura de São Paulo.

No mês de outubro ocorreu a Cerimônia de Outorga da Ordem do Ipiranga ao Cardeal Odilo Pedro Scherer, Arcebispo Metropolitano de São Paulo, acompanhada da

comemoração alusiva aos 70 anos da Catedral Metropolitana de São Paulo. O evento contou com a presença do Governador Tarcísio de Freitas e do Secretário de Estado de Governo e Relações Institucionais, Gilberto Kassab, reunindo um público de 790 pessoas. A cerimônia também foi transmitida virtualmente, garantindo mais de 2,8 mil visualizações.

Já em novembro, foi realizada a cerimônia do Prêmio Governador do Estado, uma iniciativa da Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo, voltada ao reconhecimento das melhores produções artísticas e culturais. O evento, que reuniu um público de 440 pessoas, celebrou a excelência em diversas áreas, como Literatura, Música, Artes Visuais, Teatro, Cinema e Dança, destacando e incentivando projetos que contribuem para o fortalecimento da cultura paulista.

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
25	Premiações da Cultura do Estado de São Paulo	63	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	1	0
					3º Quadri	2	2
					META ANUAL	3	2
					ICM %	100,00%	66,67%
		64	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	900	0
					3º Quadri	1.800	4.030
					META ANUAL	2.700	4.030
					ICM %	100,00%	149,26%

Indicador 63: A não realização da ação prevista para o 2º quadrimestre ocorreu devido a ajustes administrativos e logísticos necessários à execução das premiações. Apesar disso, as ações realizadas no 3º quadrimestre atenderam às expectativas e garantiram a visibilidade das iniciativas contempladas.

Indicador 64: Apesar da não realização da premiação planejada para o 2º quadrimestre, o que impactou diretamente o grande alcance do público foi a ampliação do acesso à Cerimônia de Outorga da Ordem do Ipiranga ao Cardeal Odilo Pedro Scherer com a transmissão virtual do evento através do youtube, que obteve um público de 2,8 mil pessoas.

EIXO 4 - FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES

4.1. FINANCIAMENTO DOS PROGRAMAS/ATIVIDADES

Até o momento, foi captado um valor referente à R\$2.201.677,05 em Recursos Operacionais via geração de receitas de bilheteria e cessão remunerada de uso de espaço;

R\$700.000,00 em recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais (Lei Paulo Gustavo (Adapta Araras) e PRONAC da SXSW); R\$389.932,00 em Trabalho Voluntário; e R\$3.786.208,00 em Parcerias, totalizando R\$7.077.971,70, correspondente a 6,43% do valor de repasse anual (R\$ 110.064.020,00).

Nº	Ação	Nº	Atributo de Mensuração	Mensuração	Meta Anual	Realizado
26	Captação de recursos	65	Meta - Resultado	Mínimo de 4,04% sobre repasse	R\$ 4.446.586,41	6,43%

Indicador 65: A meta foi ajustada no 9º TA, com meta contábil de 4,04%. A meta realizada foi de 6,43%.

4.2. MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

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

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

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

No **Teatro Sérgio Cardoso**, 81,6% dos participantes demonstraram preferência por apresentações teatrais, seguidas por música (65,2%) e dança (59,2%), sendo possível selecionar mais de uma linguagem. Entre os visitantes, 53,2% estiveram no equipamento pela primeira vez, enquanto 23,2% já frequentaram o espaço mais de quatro vezes.

Quando questionados sobre atividades gratuitas que gostariam de realizar no Teatro durante a semana, a opção mais citada foi “aula de dança” (57,6%), seguida por “fotografia” (44,4%) e “oficina de artesanato/pintura” (26,4%).

Em relação à faixa etária, 72,4% dos visitantes têm mais de 30 anos, sendo 40,4% entre 30 e 49 anos e 32% acima de 50 anos. Quanto à origem, 91,2% residem no estado de São Paulo, enquanto os demais declararam ser de estados como Ceará, Bahia, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Maranhão, entre outros. O Teatro recebeu público de 81 municípios

paulistas, com 73,2% dos residentes no estado declarando morar na capital, seguidos por Guarulhos (3,5%) e São Bernardo do Campo (3,5%).

A avaliação da experiência no Teatro Sérgio Cardoso foi positiva para a maioria dos participantes: 58% atribuíram nota 10, 20% deram nota 9 e 13,2% nota 8. A menor nota registrada foi 4 (duas respostas), sendo uma sem justificativa e a outra relacionada ao desconforto da poltrona.

No **Teatro Maestro Francisco Paulo Russo**, em Araras, a maioria dos participantes (64,1%) declarou já ter frequentado o espaço mais de quatro vezes, enquanto 14,1% visitaram o teatro pela primeira vez.

Assim como no Teatro Sérgio Cardoso, o teatro foi apontado como a linguagem artística favorita, escolhida por 85,2% do público, seguido por música (72,5%), concerto/ópera (51,4%) e dança (50,7%). Quando questionados sobre quais atividades gratuitas gostariam de realizar no teatro durante a semana, a opção mais citada foi “fotografia” (45,8%), seguida por “aula de dança” (42,3%) e “contos/literatura” (31%).

Em relação à faixa etária, 77% dos visitantes têm mais de 30 anos, sendo 38,9% entre 30 e 49 anos e 38,1% acima de 50 anos. Todos os respondentes declararam residir no estado de São Paulo, com 87,1% sendo do município de Araras, enquanto os demais se distribuem por outros 80 municípios paulistas.

A experiência no Teatro Estadual de Araras foi bem avaliada por 94,4% do público, que atribuiu notas entre 8 e 10, sendo 15,2% nota 8, 24% nota 9 e 55,2% nota 10. A menor nota registrada foi 5 (uma resposta), acompanhada de um feedback sobre a necessidade de melhorias na acessibilidade do local.

No **Mundo do Circo**, a preferência do público foi por visitas aos sábados (55,6%), seguidas pelos domingos (29,6%). As atividades de maior interesse foram palhaçaria (22,2%) e mágica e ilusionismo, ambas com 14,8%.

O formulário também investigou o interesse do público em possíveis oficinas a serem oferecidas no espaço. Entre as opções apresentadas, mágica foi a mais citada (40,7%), seguida por malabares (22,2%). A pesquisa ainda revelou que a maioria dos participantes soube da programação por meio do Instagram do Mundo do Circo.

Quanto à avaliação geral da experiência, 63,7% dos respondentes atribuíram notas entre 9 e 10. 31,8% dos participantes deram notas entre 5 e 8, e justificaram suas notas indicando a necessidade de melhorias na manutenção dos equipamentos da Lona Exposição.

Para mensurar a satisfação do público do **Revelando SP 2024** em relação a diversos aspectos do evento, a APAA conduziu uma pesquisa durante as cinco edições do festival. Em Barretos, Iguape, São José dos Campos e Presidente Prudente, foram disponibilizados

totens com QR Code para que o público preenchesse o formulário online. Em São Paulo, as amostras foram coletadas presencialmente.

No total, foram obtidas 1.400 respostas nas cinco edições do festival. A média final da nota atribuída à qualidade do evento foi de 9,17, sendo 10 a nota máxima.

Edição	Formato de Coleta	Média de Avaliação da qualidade do Evento
Barretos	Online - Formulário	9,11
Iguape	Online - Formulário	9,66
São José dos Campos	Online - Formulário	9,11
Presidente Prudente	Online - Formulário	8,78
São Paulo	Presencial - Entrevistadores	9,19
totais		9,17

As edições do Revelando SP atribuíram uma média de 92,23% de satisfação geral. Em Barretos, 87,5% dos participantes eram estreantes no evento, enquanto em Iguape, 50% já haviam participado anteriormente. As avaliações foram positivas em todas as cidades, com destaque para Barretos, onde 78,8% dos entrevistados atribuíram nota 10 à experiência.

Para a edição do Revelando São Paulo, realizada na capital no Parque da Água Branca, as amostras foram colhidas através de entrevistas presenciais. Foram colhidas 1.207 amostras durante o evento em diferentes pontos de coleta.

Principais resultados da pesquisa realizada na edição de São Paulo:

- Dos visitantes entrevistados no evento, 12,3% não eram residentes da cidade de São Paulo e desses mais da metade (59,7%) vieram à cidade exclusivamente para o evento.
- 44,6% dos entrevistados conheceram o evento esse ano participando da sua primeira edição.
- O NPS Geral do evento encontra-se na zona de qualidade próximo da zona de excelência, com 72,5%.
- Pesquisa Rede Artesol

Durante as edições Barretos e Iguape, a equipe técnica da Artesol produziu um relatório com o objetivo de relatar sua participação nos eventos. Para isso, eles realizaram um descritivo das atividades acompanhadas, apresentaram um mapeamento de grupos

artesanais que tem potencial para participarem da Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro em 2025; e finalizaram com apontamentos e sugestões.

Pesquisa Artesol - Barretos

Tem potencial para participar da Rede Artesol	Contagem	Porcentagem
Já são membros da Rede Artesol	4	16%
Não se enquadra	17	68%
Tem potencial de integrar a Rede Artesol	4	16%
Total Geral	25	100%

Pesquisa Artesol - Iguape

Tem potencial para participar da Rede Artesol	Contagem	Porcentagem
Já são membros da Rede Artesol	5	16%
Não se enquadra	21	68%
Tem potencial de integrar a Rede Artesol	5	16%
Total Geral	31	100%

Além disso, foram apontados grupos e núcleos produtivos que têm qualificação para uma possível exportação apoiada por órgãos competentes. Os critérios utilizados para a indicação foram: qualidade da produção (manejo adequado da matéria prima, primor no acabamento), iconografia característica da sua região, capacidade produtiva adequada, organização interna do grupo ou núcleo produtivo, capacidade de lidar com a logística.

Trabalhos com qualificação para exportação - Barretos

Nome	Cidade	Técnica	Classificação	Exportação
Artesanato em Barro de Bom Sucesso	Bom Sucesso de Itararé/SP	Cerâmica	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Artesanato em Couro de Boi e Tilápia - Marca Ana Rosa	Cândido Mota/SP	Costura e Costura de retalhos	Tem potencial para ser membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar

Associação das Mulheres Artesãs de Guapiara – Artesanato em Palhas e Bordados	Guapiara/SP	Trançado, escultura em palha de milho, bordado	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Kintão Artesanal – Instrumentos confeccionados com Elementos Naturais	Iguape/SP	Luteria	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Mãos que tecem – Artesanato Sustentável em Taboa	Potim/SP	Trançado	Tem potencial para ser membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Gamelas em Mosaico de Azulejo	Guararema/SP	Mosaico	Não se enquadra	Trabalho qualificado para exportar
Enxoval da Vovó	Presidente Prudente/SP	Bordado, pintura em tecido, macramê, costura	Não se enquadra	Trabalho qualificado para exportar

Trabalhos com qualificação para exportação - Iguape

Nome	Cidade	Técnica	Classificação	Exportação
Grupo arte nas mãos – artesanato em argila	Apiáí	Cerâmica	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Artesanato em palha	Apiáí	Costura e Costura de retalhos	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Mãos do Barro	Bom Sucesso de Itararé	Trançado, escultura em palha de milho, bordado	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Artesanato com Escamas de Peixe	Caraguatatuba	Luteria	Tem potencial para ser membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Associação das Mulheres Artesãs de Guapiara – Artesanato em Palhas e Bordados	Guapiara	Trançado	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar

Arte sustentável com resíduos florestais	Iguape	Mosaico	Já é membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Artesanato guarani da tekoa takuari-ty	Cananéia	Bordado, pintura em tecido, macramê, costura	Não se enquadra	Trabalho qualificado para exportar
Carlos Cury	Caraguatatuba	Cerâmica	Tem potencial para ser membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Sandra Fibras	Caraguatatuba	Trançado	Tem potencial para ser membro da Rede Artesol	Trabalho qualificado para exportar
Art's Tupi	Peruíbe	Montagem com miçangas, penas e sementes entalhe, trançado, luteria	Não se enquadra	Trabalho qualificado para exportar

A pesquisa realizada em parceria com a Artesol não integra os resultados do programa, mas vale ressaltar o trabalho realizado durante os festivais.

Nº	Ação	Nº	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
27	Pesquisa de Perfil e satisfação do público dos espetáculos e eventos	66	Nº de pesquisas de perfil e de satisfação de público realizadas	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	2	2
					3º Quadri	1	1
					META ANUAL	3	3
					ICM %	100%	100,00%
		67	Percentual de Público Satisfeito igual ou maior que 80 %	Meta - Resultado	1º Quadri	0%	0
					2º Quadri	85%	92,23%
					3º Quadri	85%	92,47%
					META ANUAL	85%	92,35%
					ICM %	100%	108,65%

Indicador 66: A meta foi integralmente cumprida, conforme estabelecido no Plano de Trabalho. As três pesquisas realizadas correspondem a diferentes períodos e formatos de

aplicação. No 2º quadrimestre, foram conduzidas pesquisas via QR Code nos equipamentos culturais (Teatro Sérgio Cardoso, Teatro Estadual de Araras e Mundo do Circo), além das edições do Revelando SP realizadas no período (Barretos, Iguape e São José dos Campos). No 3º quadrimestre, foram aplicadas pesquisas via QR Code na edição do Revelando SP em Presidente Prudente e uma pesquisa com coleta presencial na edição do evento em São Paulo. Embora tenham sido realizadas duas pesquisas no 3º quadrimestre, foi atribuído um único resultado à meta, pois as pesquisas do Revelando SP via QR Code já foram contabilizadas no 2º quadrimestre. Dessa forma, apenas a pesquisa presencial em São Paulo foi considerada para o cumprimento da meta.

Indicador 67: As pesquisas realizadas apresentaram resultados positivos, superando a meta estabelecida. Para calcular o percentual de satisfação do público no 3º quadrimestre, foram consideradas apenas as respostas dentro do período correspondente. Ou seja, para os equipamentos culturais, foram incluídas somente as respostas a partir de setembro, e para as edições do Revelando SP, consideraram-se apenas as edições de Presidente Prudente e São Paulo. Com base nesses critérios, o resultado alcançado foi de 92,35%, superando a meta de 85% prevista.

METAS CONDICIONADAS

1.1 TEATRO SÉRGIO CARDOSO (TSC) -

A) SALA DIGITAL

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
28	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais virtuais	68	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	6	0
					3º Quadri	6	0
					META ANUAL	12	0
					ICM %	100%	0,00%
		69	Nº de público virtual	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	6.000	0
					3º Quadri	6.000	0
					META ANUAL	12.000	0
					ICM %	100%	0,00%

B) SALA NYDIA LÍCIA

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

29	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	70	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	1	0
					2º Quadri	3	0
					3º Quadri	3	0
					META ANUAL	7	0
					ICM %	100%	0,00%
		71	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	300	0
					2º Quadri	900	0
					3º Quadri	900	0
					META ANUAL	2.100	0
					ICM %	100%	0,00%

C) SALA PASCHOAL CARLOS MAGNO

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
30	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais	72	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	2	0
					3º Quadri	3	0
					META ANUAL	5	0
					ICM %	100%	0,00%
		73	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	200	0
					3º Quadri	300	0
					META ANUAL	500	0
					ICM %	100%	0,00%

D) ESPAÇOS ALTERNATIVOS (EA)

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
31	Atividades multilinguagens em espaços alternativos do teatro e adjacências	74	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	2	0
					3º Quadri	2	0
					META ANUAL	4	0
					ICM %	100%	0,00%
		75	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	1.000	0

					3º Quadri	1.000	0
					META ANUAL	2.000	0
					ICM %	100%	0,00%

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

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
32	Apresentações de espetáculos/ atividades culturais (sala de espetáculo e/ou espaços alternativos e adjacentes)	76	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	3	0
					3º Quadri	3	0
					META ANUAL	6	0
					ICM %	100%	0,00%
		77	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	800	0
					3º Quadri	800	0
					META ANUAL	1.600	0
					ICM %	100%	0,00%

2.1. PROGRAMA DE DIFUSÃO E DESCENTRALIZAÇÃO CULTURAL VIA EDITAIS

F) AFROFEST

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		Realizado
33	Apresentações artísticas / atividades culturais	78	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	3	0
					META ANUAL	3	0
					ICM %	100%	0,00%
		79	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	15.000	0
					META ANUAL	15.000	0
					ICM %	100%	0,00%

G) APOIO A FESTIVAIS INTERNACIONAIS

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Anual		
34	Apresentações artísticas / atividades culturais	80	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	0	0
					3º Quadri	3	0
					META ANUAL	3	0
					ICM %	100%	0,00%

2.3. CULT SP PLAY / ACERVO SPCULT

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
35	Apresentações artísticas / atividades / ações culturais	81	Nº de ações - ações produzidas	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	25	0
					3º Quadri	25	0
					META ANUAL	50	0
					ICM %	100%	0,00%
		82	Nº de público virtual - visualizações de novos conteúdos	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	25.000	0
					3º Quadri	25.000	0
					META ANUAL	50.000	0
					ICM %	100%	0,00%

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

B) ESTUDOS E PESQUISAS EM ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS

Nº	Ação	Nº Indicador	Indicador	Atributo do Indicador	Previsão Quadrimestral		Realizado
36	Estudos/pesquisas/ações em economia e indústria criativas	83	Nº de ações	Meta – Produto	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	1	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	2	0
					ICM %	100%	0,00%

		84	Nº de público	Meta – Resultado	1º Quadri	0	0
					2º Quadri	12.000	0
					3º Quadri	0	0
					META ANUAL	12.000	0
					ICM %	100%	0,00%

CONCLUSÃO

Durante o 3º quadrimestre de 2024, a Associação Paulista dos Amigos da Arte buscou concretizar as expectativas projetadas para o período, em vias de atingir também os resultados projetados para o ano. Em 2024, foram mais de 3,4 mil atividades realizadas que movimentaram um público significativo de mais de 4 milhões de pessoas presencialmente e mais de 936 mil pessoas virtualmente, demonstrando grande expressão nos equipamentos e nos 645 municípios contemplados.

A Associação Paulista dos Amigos da Arte tem como missão garantir o acesso da população à arte e à cultura de forma ampla e diversa, para fomentar o desenvolvimento e a profissionalização do setor artístico-cultural e para contribuir com o desenho e a implementação de políticas públicas e ações culturais efetivas e consistentes. Em 2024, a APAA trabalhou para seguir alinhada com esses critérios e com o objetivo de continuar exercendo, com impacto e excelência, um papel fundamental na construção de uma sociedade mais inclusiva e culturalmente enriquecida, buscando constantemente novas formas de fortalecer o cenário cultural do Estado de São Paulo.