



## RT Trimestral 12 e Anual 2014



# POP (RT12/RT Anual 2014)

## ANEXO 1

<b>INDICE DE COR INDICATIVA</b>	<b>METAS REALIZADAS</b>	
<b>PLANO DE TRABALHO</b>	Introdução	03
<b>REVELANDO SP (2 edições)</b>	Revelando São Paulo – Edição Atibaia	07
	Revelando São Paulo – Edição Vale do Ribeira	09
	Revelando São Paulo – Edição Vale do Paraíba	10
	Revelando São Paulo – Edição Capital	11
<b>SP MINHA ESCOLA</b>	Projeto São Paulo Minha Escola	12
<b>MCP</b>	Mapa Cultural	13
<b>ATM</b>	Atendimento aos Municípios	16
<b>Encontro</b>	Encontro de Dirigentes	17
<b>Festivais e Outros</b>	Litoral Encena	17
	Festivais de MPB (4 Edições)	18
	Café com Violas e Ponteios (3 Edições)	22
<b>GÊNEROS E ETNIAS</b>	Apoio a Projetos Voltados a Cultura Negra	24
	Dia da Consciência Negra	25
	Difusão e Promoção do Samba Paulista	26
	Apoio a Projeto Cultural Indígena	26
	Apoio a Projeto Cultura Cigana	27
	Apoio a Projetos Culturais para Pessoas com Deficiência	27
	Apoio a Projetos Culturais voltados para Cultura LGBT	28
	Centro de Cultura e Memória e Estudos da Diversidade Sexual	28
	Apoio a Projetos Culturais de Outros Segmentos Identitários	29
<b>HIP HOP</b>	Literatura, Memória e Oralidade	29
	Encontro Paulista de Hip Hop	30
<b>Comissão</b>	Comissão	30
<b>COMUNICAÇÃO E IMPRENSA</b>	Comunicação e imprensa	31
<b>FINANCIAMENTO E FOMENTO</b>	Programa de Financiamento e Fomento	34

Baseado no 7º TA publicado!

**PLANO DE TRABALHO 2014****INTRODUÇÃO 2014****POP (RT12/ANUAL) - ANEXO 1**

A apresentação deste décimo segundo **Relatório (RT12/ Anual 2014)**, acontece por determinação do Contrato de Gestão **CG nº10/2011**, tratado no processo SC/SPDOC nº 134.310/2011, prevalecendo o acordo firmado através **do 7º Termo Aditivo**, em 05/09/2014, entre a Secretaria de Estado da Cultura e esta Organização Social de Cultura.

Esta INTRODUÇÃO/CONSIDERAÇÃO, preliminarmente tratará das considerações referentes aos projetos/programas executados no **4º trimestre** (outubro, novembro e dezembro) do exercício de 2014, lembrando posteriormente que nas justificativas internas deste Relatório constataremos a realização dos 30 (trinta) projetos e programas, constantes do Contrato de Gestão e de seus Termos Aditivos, concluindo assim **o Plano de Trabalho** desse mesmo exercício.

Nos meses que correspondem ao **4º Trimestre**, realizamos as metas dos seguintes projetos e programas: Mapa Cultural Paulista; Programa de Atendimento aos Municípios; Festival de Teatro de Caraguatatuba – Litoral Encena; Festival MPB Edição Avaré, Edição Botucatu e Edição Ilha Solteira; Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Negra; Dia da Consciência Negra; Difusão e Promoção do Samba Paulista; Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Indígena; Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Cigana; Apoio a Projetos Culturais Voltados para Pessoas com Deficiência; Apoio a Projetos Culturais Voltados para a Cultura LGBT; Centro de Cultura, Memória e Estudos da Diversidade Sexual; Apoio a Projetos Culturais de Outros Segmentos Identitários; Encontro Paulista de Hip Hop; Comunicação e Imprensa; Programa de Financiamento e Fomento; Comissão de Sistematização de Informações, Elaboração e Redação do Plano Estadual de Cultura do Estado de São Paulo, bem como, a realização da gestão financeira e contábil, prevista para este trimestre que complementará também o **exercício de 2014**.

As metas dos projetos e programas acima citados, bem como a realização financeira contábil do trimestre, encontram-se detalhadas, justificadas e comprovadas nas páginas posteriores às seguintes considerações

- **Mapa Cultural Paulista.**

No 4º trimestre a equipe de produção do Mapa desenvolveu ações de fechamento da Fase Circulação das sete expressões (Artes Visuais, Canto Coral, Dança, Literatura, Música Instrumental, Teatro e Vídeo), compreendendo uma série de atividades, como por exemplo, contato com as cidades e artistas para agendamento de apresentações, obedecendo a particularidade de cada expressão. Devendo destacar que foram realizadas um grande número de

viagens, oferecidos 207 prêmios, com a participação de 147 cidades na Fase de Circulação.

No plano anual (RT Anual 2014) atendemos as respectivas Fases, Estadual e Circulação, da Edição 2013-2014.

- **Programa de Atendimento a Municípios – ATM.**

Em atendimento as demandas apresentadas à Assessoria Técnica da Secretaria da Cultura, esta Organização Social, contemplou, no 4º trimestre, 49 municípios, totalizando no exercício que findou (RT Anual 2014), 235 Prefeituras Municipais, atendendo assim, 36% dos municípios paulistas. Esses atendimentos alcançaram um público de aproximadamente 600 mil pessoas, os quais tiveram oportunidade de participar de inúmeros eventos culturais oferecidos pelo Estado de São Paulo.

- **Festival de Teatro de Caraguatatuba – Litoral Encena.**

Este Festival, realizado no 4º trimestre, com em parceria com a Prefeitura de Caraguatatuba e a FUNDACC, tem recebido a cada ano de sua realização, a participação de outros municípios, recebendo artistas de outros Estados e também de outros países, como agora, que recebemos a participação de dois países africanos, resultando em 120 inscrições, proporcionando 106 apresentações e 5 workshops para aproximadamente 60 mil pessoas. E a novidade de 2014 foi o alcance e parceria de 13 municípios da região, apresentando as respectivas ações, simultaneamente, do Festival.

- **Festival Nacional de MPB – Edição Avaré.**

A edição de Avaré, também denominada de FAMPOP, é um Festival que recebe inscrições de todos os cantos do Brasil, conta com um corpo de jurados de alta qualidade técnica, tendo recebido nesta edição, realizado no 4º trimestre, 712 inscrições, alcançando um público de mais de sete mil pessoas.

- **Festival Nacional de MPB – Edição Botucatu**

O município de Botucatu, em parceria com a Abaçai Cultura e Arte, por 3 dias consecutivos, realiza este Festival, denominado de BOTUCANTO, que possui categorias diferentes, atendendo inscrições de residentes do Polo Cuesta, composto por 10 municípios e também por residentes de até 100 quilômetros do município de Botucatu. A importância desse Festival é constatada pelo número significativo de canções apresentadas, ou seja: 507. É realizado no 4º trimestre.

- **Festival Nacional de MPB – Edição Ilha Solteira.**

Este Festival se justifica exatamente pelo número do público alcançado, pois, uma cidade localizada em uma região distante dos grandes centros populacionais, consegue receber aproximadamente 25 mil pessoas. Também é realizado no 4º trimestre.

- **Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Negra.**

As diversas datas comemorativas, como Carnaval, Copa do Mundo, e Eleições obrigaram a Assessoria de Gêneros e Etnias a alterar igualmente as metas

previstas, antecipando e postergando as atividades dos trimestres, ao longo do ano de 2014, sem prejudicar o total das metas contratadas. Desta forma as 11 atividades realizadas no 4º trimestre complementaram e ultrapassaram as metas contratadas.

- **Dia da Consciência Negra.**

As metas pertinentes a este projeto, no 4º trimestre, foram realizadas com muito sucesso. Conseguimos participar de 40 eventos durante o exercício de 2014, atingindo um público muito significativo, de aproximadamente 60 mil pessoas, o processo de participação do "Dia da Consciência Negra" que no princípio era comemorado apenas na capital, agora, simultaneamente é comemorado também em diversos municípios paulistas.

- **Difusão e Promoção do Samba Paulista**

Igualmente ao Dia da Consciência Negra, a difusão e promoção do "Samba Paulista" alcança grande sucesso. O Samba não ficou apenas na capital. Existe um número significativo de pedidos municipais para que levemos tal projeto para outras localidades. A participação popular é cada vez maior, sua realização acaba tendo um efeito multiplicador na economia do entorno desses eventos.

- **Apoio a Projetos Voltados para Cultura Indígena.**

Neste trimestre concluímos a realização das metas contratadas, as quais foram ultrapassadas. Elaboramos um CD com músicas indígenas e uma cartilha sobre a religiosidade indígena. AS músicas foram amplamente divulgadas durante o Revelando São Paulo, ambiente propício para a divulgação da cultura indígena.

- **Apoio a Projetos Voltados para a Cultura Cigana.**

Nos meses referentes ao 4º trimestre, apoiamos quatro eventos voltados para a cultura cigana, cabendo destacar o projeto "Oficina de danças da Comunidade Cigana" realizadas no município de Guarulhos, cuja procura superou as expectativas de produção. Lembramos que a Comunidade Cigana participa maciçamente dos Revelando São Paulo; principalmente da Edição Capital que ocorre durante o 3º trimestre.

- **Apoio a Projetos Culturais Voltados Para Pessoas com Deficiência.**

A realização das metas previstas para o 4º trimestre se constituíram em dois eventos realizados, um na própria Secretaria da Cultura e outro no Parque do Ibirapuera, por ocasião da Virada Inclusiva, em prol da difusão cultural da Feira Internacional de Reabilitação e Novas Tecnologias ocorridas em trimestre anterior.

- **Apoio a Projetos Culturais Voltados para a Cultura LGBT.**

No 4º trimestre, o apoio a peça de teatro "Em Busca de um Teatro Gay" e o apoio a comemoração do "Dia Mundial de Luta contra a AIDST" contribuiu com o fortalecimento da identidade e da cultura LGBT. E ao longo do ano, todas as metas cumpridas, com diferentes propostas.

- **Centro de Cultura, Memória e Estudos da Diversidade Sexual.**  
Esse projeto prevê em seu quadro de metas, diversas exposições itinerantes, no 4º trimestre. Essas exposições foram feitas em Araçatuba, Barretos e São Paulo. Enquanto que no Centro de Cultura/Museu da Diversidade, desde junho até novembro ocorreu a exposição "Diversidade Futebol Clube" e a exposição "Todos Podem Ser Frida", as quais receberam um público muito grande.
- **Apoio a Projetos Culturais de Outros Segmentos Identitários.**  
No 4º trimestre foram realizadas 2 oficinas culturais, uma no município de Piracicaba e outra no município de Adamantina, todas as metas foram realizadas nos trimestres anteriores.
- **Encontro Paulista de Hip Hop.**  
Acontece no 4º trimestre, e é realizado no Memorial da América Latina, denominado de VIII Encontro Paulista de Hip Hop. Contou com diversas atividades, como por exemplo: contação de histórias, palestras, oficina de dança, exposição fotográfica, etc., e um público de aproximadamente 6.200 pessoas.
- **Comissão de Sistematização de Informação/Plano Estadual de Cultura.**  
O gerenciamento de diversos módulos de reunião, realizadas por essa Comissão, nas dependências da Secretaria, permitirá ao Estado, em meados de 2015, apresentar o seu Plano Estadual de Cultura.
- **Programa de Comunicação e Imprensa.**  
Os resultados obtidos através das ações desse programa podem ser observados através do enorme tempo dedicado pela mídia espontânea escrita e televisiva do Estado, aos projetos e programas dessa Organização Social durante o exercício de 2014.
- **Programa de Financiamento e Fomento.**  
A metas previstas para este programa resume-se na captação anual de 1% do valor total do Contrato de Gestão, neste exercício de 2014, graças ao reconhecimento das contrapartidas dadas pelos parceiros na execução de nossos projetos, obtivemos 8,32% da dotação orçamentária como captação de recursos.

As considerações, acima descritas, que se referem as metas dos projetos/programas realizados no **4º trimestre**, estão melhor detalhadas nas páginas seguintes deste Relatório. Esta Diretoria Executiva, no sentido de complementar as informações das metas do **exercício de 2014**, junta ao presente, cópias das Introduções/Considerações anteriores, apresentadas por ocasião da entrega dos Relatórios Trimestrais nº 9, 10 e 11, onde foram justificados os seguintes projetos/programas: Revelando São Paulo, edições Atibaia, Iguape, São Jose dos Campos e Capital, bem como os Projetos Minha Escola, Encontro de Dirigentes, Festival MPB de Pereira Barreto, Café com Viola e Ponteio nos municípios de Santa Fé do Sul, Batatais e São Simão.

Estas quatro Introduções/Considerações, resumem o **cumprimento anual** das metas contratadas, demonstrando que a Organização Social atendeu satisfatoriamente o objeto do Contrato de Gestão e que podem ser constatados através das observações e quadros de metas demonstrados neste Relatório.

No que se refere aos repasses financeiros, previstos no Sistema de Pagamento/Orçamento e Cronograma de Desembolso do Contrato de Gestão, informamos que as quatro parcelas, nos valores de R\$ 3.561.035,00 (três milhões, quinhentos e sessenta e hum mil e trinta e cinco reais), foram devidamente repassados, bem como também o valor de R\$150.000,00 (cento e cinquenta mil reais) destinados ao apoio ao projeto "Comissão de Sistematização de Informações, Elaboração e Redação do Plano Estadual de Cultura do Estado de São Paulo".

Considerando os bons resultados, demonstrados nos quadros de metas dos quatro trimestres, bem como os dados administrativos, contábeis e financeiros, constantes deste relatório, declarados nas Notas Explicativas, emitidas pela Auditoria Independente, entendemos que a Abaçai Cultura e Arte, Organização Social da Cultura, em decorrência dos resultados alcançados nesses quatro trimestres, demonstrados pela satisfação do público, expressa nas pesquisas realizadas, e nos meios de comunicação, entendemos que cumprimos o objeto contratual previsto para o exercício findo.

**Silvio Marcondes de Castro**  
Diretor Executivo

**Luiz Carlos Vinha**  
Diretor Administrativo Financeiro

**Toninho Macedo**  
Diretor Cultural

**Omar Fuad Abdelmalack**  
Diretor Técnico

## POP (RT ANUAL 2014) - ANEXO 1

---

### ÁREA DE PRODUÇÃO CULTURAL – metas realizadas

#### PROGRAMA FESTIVAL DA CULTURA TRADICIONAL PAULISTA

---

#### PROGRAMA RVSP (edições pontuais) - 1º trimestre 2014 (PROGRAMA DE DIFUSÃO)

---

**ANALISE:** O Programa Revelando São Paulo movimentou grande número de municípios participantes a cada edição, abrangendo artesanato, culinária e grupos de palco, representativos da cultura de raiz. Traz um grande número de grupos que se apresentam: Bandas e Fanfarras, Congos e Moçambiques e Reinados de Congos, Congado Paulista, Encontros de Catira, Encontro de São Gonçalo, Encontro de Curucu, Encontro de Folias de Reis, Tarde Seresteira, Festa Cigana, Manifestações Cosmopolitas, Em Torno do Barro, Festival da Amizade, Festival de Bonecos de Rua e Cabeções, comunidades indígenas, entre outros. A Cultura de Paz, através da representatividade de seus líderes do Transreligioso, e o Institucional, com a parceria da Polícia Militar, CET, Faculdades da região, entre outros, agregam valores humanitários e benefícios de serviços que essas instituições praticam às comunidades. O Programa apresenta 3 edições regionais e a da capital. Acontece ao longo de 3 trimestres do ano.

---

#### PROGRAMA RVSP (pontual – edição regional) - 1º trimestre de 2014

---

#### REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO ENTRE SERRAS E ÁGUAS – ATIBAIA

---



<b>PROGRAMA REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO ENTRE SERRAS E ÁGUAS - ATIBAIA</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Municípios e Expositores/ Artistas no Festival.	Número mínimo de Municípios Participantes.	1º Trim.	30	95
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>30</b>	<b>95</b>
	Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	80	206
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>206</b>
Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	30.000	60.000
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>30.000</b>	<b>60.000</b>
Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	75%	100%
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>75%</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISE RVSP Atibaia:** metas cumpridas, e pesquisa de satisfação aplicada (anexo).

**PROGRAMA RVSP (pontual – edição regional) - 2º trimestre de 2014**

<b>PROGRAMA REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO VALE DO RIBEIRA - IGUAPE</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta executada</b>
Promover a Participação de Municípios e Expositores/ Artistas no Festival.	Número mínimo de Municípios Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	60	80
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>60</b>	<b>80</b>
	Número mínimo de Expositores/ artistas Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	120	120
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	

**Abacai Cultura e Arte** - Organização Social de Cultura

Av. Cásper Líbero, 390 – 6º andar – CJ.610 – Centro – São Paulo – SP – CEP:01033-000 – Tel.: 11-3312.2905

Site: <http://www.abacai.org.br> e-mail: [assessoria.abacai@gmail.com](mailto:assessoria.abacai@gmail.com).

		ANUAL	120	120
Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	30.000	35.000
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		ANUAL	30.000	35.000
Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	75%	100%
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		ANUAL	75%	100%

**ANÁLISE RVSP Iguape:** metas cumpridas, e pesquisa de satisfação aplicada (anexo).

**PROGRAMA RVSP ( edição regional - pontual) 3º trimestre**

<b>PROGRAMA REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO VALE DO PARAÍBA - SÃO JOSÉ DOS CAMPOS</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta Contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Municípios e Expositores/ Artistas no Festival.	Número mínimo de Municípios Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		<b>3º Trim.</b>	<b>80</b>	<b>106</b>
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>106</b>
	Número mínimo de Expositores/ artistas Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		<b>3º Trim.</b>	<b>160</b>	<b>326</b>
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>160</b>	<b>326</b>
Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		<b>3º Trim.</b>	<b>200.000</b>	<b>222.000*</b>
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>200.000</b>	<b>222.000</b>
Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	<b>75%</b>	<b>100%</b>

Serviço Prestado.	4º Trim.	-	
	<b>ANUAL</b>	<b>75%</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISE RVSP Paraíba:** metas cumpridas, e pesquisa de satisfação aplicada (anexo)

**PROGRAMA RVSP ( edição capital - pontual) - 3º trimestre 2014**

<b>PROGRAMA REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO CAPITAL</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Municípios, Expositores/Artistas no Festival.	Número mínimo de Municípios participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	190	161
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>190</b>	<b>161</b>
	Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	5%	5%
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
	Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	340	457
4º Trim.		-		
<b>ANUAL</b>		<b>340</b>	<b>457</b>	
Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	650.000	670.000
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>650.000</b>	<b>670.000</b>
Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	75%	100%
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>75%</b>	<b>100%</b>

**ANÁLISE RVSP Capital:** metas cumpridas, e pesquisa de satisfação aplicada (anexo).

\* Justificativa: o número de municípios ficou menor em função da proximidade das eleições, em que muitos não compareceram em virtude disso.

\*A Pesquisa de Satisfação foi aplicada em cada uma das edições, e se apresentou de forma muito satisfatória junto ao grande público e expositores.

Fonte Indicativa: Adriana Duarte, Maria Lucia Carnevale, Emerson Pantaleon e Kelli Garcia.

## PROGRAMA ANUAL

### (PROGRAMA DE DIFUSÃO)

#### PROJETO SÃO PAULO MINHA ESCOLA

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta executada
Receber Visitas Monitoradas de Alunos da Rede Pública de Ensino.	Número de Alunos Maior que 5.000.	1º Trim	-	-
		2º Trim	-	-
		3º Trim	5.000	7.000
		4º Trim.	-	-
		<b>ANUAL</b>	<b>5.000</b>	<b>7.000</b>
Manter ações formativas nas instituições parceiras.	Número de ações Maior que 10.	1º Trim.	2	2
		2º Trim.	5	5
		3º Trim.	5	5
		4º Trim.	-	-
		<b>ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>12</b>

**ANÁLISE São Paulo Minha Escola:** A individualização desse projeto se deu em razão da grande procura das escolas em participar e conhecer o folclore paulista, e gerar novas perspectivas aos seus alunos fora da sala de aula, e material para estudo e interpretação ao longo do ano. O ponto fundamental de ação acontece no 3º trimestre, dentro do Programa RVSP – Edição Capital, onde monitores treinados, com alunos e respectivos professores ocupam ao longo de 5 dias, todo o Parque do Trote (Vila Guilherme).

\*A Pesquisa de Satisfação foi aplicada, e se apresentou de forma muito satisfatória junto ao grande público de alunos e escolas.

## PROGRAMA BIENAL

### (PROGRAMA DE DIFUSÃO)

#### PROGRAMA

## MAPA CULTURAL PAULISTA

**ANÁLISE:** O Programa Mapa Cultural é bienal, assim, nesse ano de 2014 efetuamos a fase Estadual e Circulação da Edição 2013-2014. Cada semestre o foco foi voltado às peculiaridades da fase em questão. Lembrando que 2014 foi um ano complexo, por conta da Copa do Mundo e eleições,

As metas foram realizadas, e algumas expressões, como Artes Visuais (Fase Estadual), nos surpreenderam com o público visitante, que ficou por alguns dias aberto à visitação pública gratuita, na Praça das Artes, em São Paulo. Bem como, a Fase CIRCULAÇÃO que apresentou 257 atrações, em 180 municípios, ao longo do 2º semestre do ano. Essa edição atendeu a um público superior de 77 mil pessoas.

### Introdução de dados de referência - RT09

Fonte Indicativa: Edu Silva e equipe

### RELATÓRIO MAPA CULTURAL PAULISTA 1º Trimestre: janeiro/fevereiro/março de 2014

<b>FASE ESTADUAL – 1º Trimestre de 2014</b>			
<b>(Janeiro/Fevereiro/Março)</b>			
<b>Ações</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Artes Visuais	Quantidade de eventos	1	1 *
	Quantidade mínima de público	200	3.000
Literatura	Quantidade de eventos	1	1
	Quantidade mínima de público	200	300
Dança	Quantidade de eventos	2	2
	Quantidade mínima de público	600	424

Teatro	Quantidade de eventos	1	1 **
	Quantidade mínima de público	600	400

14

**OSERVAÇÕES:**

\* - A exposição de Artes Visuais aconteceu no período de 02 a 12/08 e a premiação no dia 02/08, Praça das Artes, em São Paulo.

\*\* - As apresentações de Teatro aconteceram entre os dias 07 a 17/08 a premiação ao final de cada apresentação.

**Introdução de dados de referência – RT10**

**RELATÓRIO MAPA CULTURAL PAULISTA  
2º Trimestre: abril/maio/junho de 2014**

<b>FASE ESTADUAL – 2º Trimestre de 2014 (Abril/Maio/Junho)</b>			
<b>Ações</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Música Instrumental	Quantidade de eventos	2	2
	Quantidade mínima de público	200	493
Canto Coral	Quantidade de eventos	2	2
	Quantidade mínima de público	200	743
Vídeo	Quantidade de eventos	1	1 ***
	Quantidade mínima de público	600	110

\*\*\* - As exibições aconteceram nos dias 31/07, 01,02 e a premiação no dia 03/08.

**RT11 – 3º trimestre de 2014**

**RELATÓRIO MAPA CULTURAL PAULISTA  
3º Trimestre: julho/agosto/setembro de 2014**

<b>FASE CIRCULAÇÃO - 3º Trimestre de 2014</b>
---

<b>Ações</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Quantidade de atrações oferecidas aos municípios.	Número mínimo de atrações que viajarão pelo Estado.	50	50
Quantidade de Municípios beneficiados com a circulação.	Número mínimo de municípios que receberão a circulação.	20	33**
Público	Número mínimo de Pessoas	2.500	3.000

\*\*OBS 2: Municípios inseridos: Buritama, Pereira Barreto, Olha Solteira, Bertioiga, Guaíçara, Espírito Santo do Pinhal, Pirassununga, Limeira, Itapira, Louveira, Amparo, Itatiba, São João da Boa Vista, Americana, Itapevi, Pirapora do Bom Jesus, Garça, Paraguaçu Paulista, Bernardino de Campos, Osvaldo Cruz, Adamantina, Tupi Paulista, Franca, Brodowski, Martinópolis, Monte Aprazível, São José dos Campos, Caraguatatuba, Avaré, Itariri, Registro, Cananéia e Iporanga. É importante ressaltar que a Fase Circulação leva espetáculos para as cidades que se movimentam de maneiras muito peculiares para receberem as expressões artísticas gerando uma transversalidade na qual se vê a inserção da comunidade em eventos mais amplos do que apenas a pura apresentação dos artistas. Desta maneira, os espetáculos em que circulam encontram feiras, inaugurações, aberturas de exposições, festas de aniversários das cidades, etc., passam a fazer parte de forma ativa deste movimento criado pela cidade que, por conseguinte, passa a agregar um público substancial tanto em fatores qualitativos e quantitativos.

**RT12 – 4º trimestre de 2014**

---

**RELATÓRIO MAPA CULTURAL PAULISTA**  
**4º Trimestre: outubro/novembro/dezembro de 2014**

---

<b>FASE CIRCULAÇÃO -4º Trimestre de 2014</b> <b>(Outubro/Novembro/Dezembro)</b>			
<b>Ações</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Quantidade de atrações oferecidas aos municípios.	Número mínimo de atrações que viajarão pelo	100	207

	Estado.		
Quantidade de Municípios beneficiados com a circulação.	Número mínimo de municípios que receberão a circulação.	60	147
Público	Número mínimo de Pessoas.	6.000	6.500
Público total desta edição do projeto.	Número mínimo de Pessoas nas Fases Municipal, Regional, Estadual e Circulação.	70.000	77.000

**Observação:** Sendo que deste número de 207 atrações, foram realizadas 171 viagens, para os 147 municípios.

### PROGRAMA ANUAL

#### (APOIO A AÇÕES INSTITUCIONAIS COM OS MUNICIPIOS)

Fonte Indicativa: Renato de Carvalho

#### ATENDIMENTO AOS MUNICIPIOS

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
Realizar Atendimento aos Municípios.	Número de Municípios.	1º Trim	10	37
		2º Trim	35	95
		3º Trim.	55	54
		4º Trim.	55	49
		<b>ANUAL</b>	<b>155</b>	<b>235</b>
Apoiar a Difusão das ações culturais junto ao público participante dos eventos	Número de Pessoas.	1º Trim.	10.000	92.050
		2º Trim.	35.000	271.116
		3º Trim.	50.000	237.313
		4º Trim.	50.000	83.833
		<b>ANUAL</b>	<b>145.000</b>	<b>684.312</b>

**ANÁLISE:** Neste ano de 2014 atendemos um número significativo de 235 municípios solicitantes, totalizando a participação de 2936 profissionais, com 4121 inscritos para ações de formação, e um público de 684.312 pessoas.



17  
**PROGRAMA (pontual)**

**(APOIO A AÇÕES INSTITUCIONAIS COM OS MUNICÍPIOS)**

Dados de referencia ao 1º trimestre de 2014 – RT09

**ENCONTRO DE DIRIGENTES MUNICIPAIS DE CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Fonte Indicativa: Carla Fatio

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Dirigentes no Encontro.	Número de Dirigentes.	1º Trim.	200	287
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>200</b>	<b>287</b>

**ANÁLISE:** metas cumpridas, com um público presente de 650 pessoas, de 287 municípios.

**PROGRAMA (pontual)**

**(PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)**

Dados de referencia ao 4º trimestre de 2014 – RT12

<b>FESTIVAL DE TEATRO DE CARAGUATATUBA – LITORAL ENCENA</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Grupos Cênicos no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	90	
		<b>ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>120</b>

Participação no Festival	Número de Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	25	
		<b>ANUAL</b>	<b>25</b>	<b>41</b>
Receber Público na Mostra.	Número de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	25.000	60.000
		<b>ANUAL</b>	<b>25.000</b>	<b>60.000</b>

**ANÁLISE:** o Litoral Encena está em processo crescente, e com a inovação deste ano de 2014, com a participação de 13 municípios em suas atividades culturais, ganhou uma

A Pesquisa de Satisfação foi aplicada em cada um dos municípios participantes, e se apresentou de forma muito satisfatória junto ao grande público.

#### **PROGRAMA PONTUAL -(PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)**

#### **PROGRAMA FESTIVAL NACIONAL DE MPB**

**ANÁLISE:** Os Festivais de MPB acontecem ao longo do ano, no intuito de propiciar entretenimento ao público, além de mapear, fomentar e divulgar produtos e subprodutos deste gênero musical, no Estado de São Paulo. Realizam-se em cinco edições, totalmente gratuitas, Festivais Nacionais de MPB, a saber: Edição Avaré, Edição Botucatu, Edição Batatais, Edição Ilha Solteira, e Edição Pereira Barreto. Ressaltando que em todas as edições, os eventos premiam canções, intérpretes instrumentistas e trabalhos artísticos na área de música popular brasileira.

No ano de 2014, os Festivais de MPB contaram com um público geral de 51.500 pessoas.

A Pesquisa de Satisfação foi aplicada em cada um das edições, e se apresenta de forma muito satisfatória junto ao grande público.

Fontes Indicativas: as próprias prefeituras de cada edição.

#### **Dados de referencia ao 2º trimestre de 2014 – RT12**

**FESTIVAL NACIONAL DE MPB DE PEREIRA BARRETO**

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	200	365
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>200</b>	<b>365*</b>
	Número de Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	25	20
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>25</b>	<b>20 **</b>
Receber Público na Mostra.	Número de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	4.000	8.500
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>4.000</b>	<b>8500*</b>

**ANÁLISE XV Edição PEREIRA BARRETO:** Meta cumprida, com 365 inscrições, com 20 classificadas. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

**\*\*\*OBS1:** O número de público é a somatória dos 3 dias de Festival, que classifica fases em níveis diferentes de apresentação: categoria Local e Nacional.  
\*

**PROGRAMA PONTUAL - (PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)**

**Dados de referencia ao 4º trimestre de 2014 – RT12**

OBS: cada prefeitura é a fonte indicadora de dados.

<b>PROGRAMA FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO AVARÉ</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	400	712
		<b>ANUAL</b>	<b>400</b>	<b>712</b>

	Número de Participantes	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	25	26
		<b>ANUAL</b>	<b>25</b>	<b>26</b>
Receber Público no Festival	Número de Pessoas	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	7.000	7200
		<b>ANUAL</b>	<b>7.000</b>	<b>7200</b>

**ANÁLISE FAMPOP:** Meta cumprida, com 712 músicas inscritas de 16 estados, com 87 profissionais envolvidos diretamente e 120 indiretamente. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

\*

**PROGRAMA PONTUAL - (PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)**

Dados de referencia ao 4º trimestre de 2014 – RT12

<b>PROGRAMA FESTIVAL NACIONAL DE MPB – EDIÇÃO BOTUCATU</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Inscritos.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	500	
		4º Trim.	-	507
		<b>ANUAL</b>	<b>500</b>	<b>507</b>
	Número de Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	25	
		4º Trim.	-	82
		<b>ANUAL</b>	<b>25</b>	<b>82</b>
Receber Público na Mostra.	Número de Pessoas.	1º Trim.	-	
Participação no Festival	Número de Inscritos	2º Trim.	-	
		3º Trim.	10.000	
		4º Trim.	-	12.000
		<b>ANUAL</b>	<b>10.000</b>	<b>12.000</b>

**Abaçai Cultura e Arte** - Organização Social de Cultura

Av. Cásper Líbero, 390 – 6º andar – CJ.610 – Centro – São Paulo – SP – CEP:01033-000 – Tel.: 11-3312.2905

Site: <http://www.abacai.org.br> e-mail: [assessoria.abacai@gmail.com](mailto:assessoria.abacai@gmail.com).

**ANÁLISE BOTUCANTO:** Meta cumprida. Dentre as inscrições foram selecionadas 82 canções para a etapa CANTOS DA CUESTA, das quais foram selecionadas 20 para apresentação na etapa homônima e, nesta, 04 selecionadas para a fase nacional do Festival. O BOTUCANTO (Edição Botucatu) apresentou 425 canções, das quais foram selecionadas 16 para a etapa nacional; e 82 projetos para o Prêmio BOTUCANTO, dos quais foram selecionados 3 projetos para serem inseridos na programação do Festival. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

\*

### **PROGRAMA PONTUAL (PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)**

Dados de referencia ao 4º trimestre de 2014 – RT12

<b>PROGRAMA FESTIVAL NACIONAL DE MPB – ILHA SOLTEIRA</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Promover a Participação de Talentos da MPB no Festival.	Número de Insritos.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	320	290
		<b>ANUAL</b>	<b>320</b>	<b>290</b>
	Número de Participantes.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	25	26
		<b>ANUAL</b>	<b>25</b>	<b>26</b>
Receber Público na Mostra.	Número de pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	7.000	24.000
		<b>ANUAL</b>	<b>7.000</b>	<b>24.000</b>

**ANÁLISE ILHA SOLTEIRA:** Meta cumprida, com 40 anos de história, teve 290 inscrições selecionadas, com 20 classificadas para a fase final. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

### **PROGRAMA PONTUAL - CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS**

**(PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)**

Dados de referencia ao 3º trimestre de 2014 – RT11

OBS: cada prefeitura é a fonte indicadora de dados.

**PROGRAMA CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS****PROGRAMA CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS - Edição Santa Fé do Sul**

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
		1º Trim.	-	
Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	2º Trim.	-	
		3º Trim.	10	20
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>20</b>
Receber Público no Festival.	Número de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	4.000	18.000
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>4.000</b>	<b>18.000</b>

\*3 dias de apresentação de 8 a 10 de agosto de 2014.

**ANÁLISE CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS – Edição Santa Fé do Sul:** Meta cumprida, com 3 dias de apresentações para um público de 18 mil pessoas. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

Dados de referencia ao 3º trimestre de 2014 – RT11

**PROGRAMA CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS - Edição Batatais**

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
		1º Trim.	-	
Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	2º Trim.	-	
		3º Trim.	10	10
		4º Trim.	-	

Abaçai Cultura e Arte - Organização Social de Cultura

Av. Cásper Líbero, 390 – 6º andar – CJ.610 – Centro – São Paulo – SP – CEP:01033-000 – Tel.: 11-3312.2905

Site: <http://www.abacai.org.br> e-mail: [assessoria.abacai@gmail.com](mailto:assessoria.abacai@gmail.com).

		<b>ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
Receber Público no Festival.	Número de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	4.000	5.400
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>4.000</b>	<b>5.400</b>

### ANÁLISE CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS – Edição

**Batatais:** Meta cumprida, com 2 dias de apresentações para um público de 5.400 pessoas. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

### PROGRAMA PONTUAL

#### (PROGRAMA DE APOIO A EVENTOS)

Dados de referencia ao 3º trimestre de 2014 – RT11

### PROGRAMA CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS - São Simão

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contra tada	Meta realiza da
Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	10	13
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>13</b>
Receber Público no Festival.	Número de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	4.000	4.000
		4º Trim.	-	
		<b>ANUAL</b>	<b>4.000</b>	<b>4.000</b>

Apresentações: 30/08: Belmonte e Amaraí; Divino e Donizete. Dia 31/08: Mariângela Zan e Banda, e também houve mais 8 artistas da cidade que não foram anunciados pelo relatório.

### ANÁLISE CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS – Edição São

**Simão:** Meta cumprida, com 2 dias de apresentações para um público de 4 mil pessoas. Aplicação de Pesquisa de Qualidade satisfatória junto ao público.

**PROGRAMA ANUAL**

**(PROGRAMAS DE CULTURA PARA ASSESSORIA DE GÊNEROS E ETNIAS)**

**CULTURA PARA GÊNEROS E ETNIAS**

Fonte Indicativa: Cássio Rodrigo e Silvana Gimenez

**APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA NEGRA**

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta</b>	<b>Meta realizada</b>
Realizar Exposições.	Número de Exposições.	1º Trim.	-	-
		2º Trim.	03	03
		3º Trim.	02	-
		4º Trim.	04	08
		<b>ANUAL</b>	<b>09</b>	<b>11</b>
Fornecer Apoio à promoção de Eventos de Difusão e Divulgação da Cultura Negra Paulista.	Número de Eventos.	1º Trim.	01	07
		2º Trim.	02	08
		3º Trim.	05	-
		4º Trim.	07	03
		<b>ANUAL</b>	<b>15</b>	<b>18</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, observando que por ter sido um ano atípico, em razão da copa do Mundo e das eleições, algumas atividades foram antecipadas de trimestre.

**Dados de referencia ao 4º trimestre de 2014 - EVENTO PONTUAL – RT Anual**



**SHOW em CELEBRAÇÃO A CONSCIÊNCIA NEGRA -DIA 20 DE NOVEMBRO**

**ANÁLISE:** Dessa forma, foram promovidos dois projetos, um voltado para a capital e outro para o interior. Esses projetos visam difundir o gênero do samba e resgatar suas raízes. O projeto da capital acontece uma vez por mês e agrega, ainda, a proposta de revalorização da região da Luz, por ocorrer na Rua General Osório. Já o projeto do interior itinerou por diferentes municípios, sempre pautado nas parcerias formalizadas com as prefeituras locais. As ações sobre o dia do samba de dezembro foram descentralizadas para ocorrerem ao longo do ano, um pedido das comunidades de samba paulista.

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Realizar Evento no dia 20 de Novembro.	Número de Apresentações.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	10	11
		<b>ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
Receber Público.	Quantidade de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	10.000	60.000
		<b>ANUAL</b>	<b>10.000</b>	<b>60.000</b>
Realizar e/ou apoiar a eventos voltados para atividades relativas ao Mês da Consciência Negra no litoral e interior.	Número de eventos.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	05	29
		<b>ANUAL</b>	<b>05</b>	<b>29</b>

**Observação:** Havia a previsão de realização de cinco atividades pelo interior e litoral paulista, mas houve uma reformulação junto à Secretaria de Estado da Cultura, por meio da Assessoria de Cultura para Gêneros e Etnias, e acordamos a interiorização das ações para além da capital, otimizando os recursos para atender aos 23 municípios, além de São Paulo – capital.

**PROGRAMA ANUAL**

**DIFUSÃO E PROMOÇÃO DO SAMBA PAULISTA**

Realizamos em relação a esta meta, neste trimestre, além do projeto Samba Paulista, o projeto Rua do Samba, conforme descrito abaixo.

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
Realizar eventos na <b>Capital</b> .	Número de atividades/eventos..	1º Trim.	01	01
		2º Trim.	03	03
		3º Trim.	03	04
		4º Trim.	03	03
		<b>ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
Realizar e/ou apoiar eventos no <b>Interior</b> .	Número de atividades/eventos.	1º Trim.	-	-
		2º Trim.	01	01
		3º Trim.	02	-
		4º Trim.	03	05
		<b>ANUAL</b>	<b>06</b>	<b>06</b>
Receber Público.	Quantidade de pessoas.	1º Trim.	2.000	2.500
		2º Trim.	6.000	9.000
		3º Trim.	6.500	11.000
		4º Trim.	7500	20.000
		<b>ANUAL</b>	<b>22.000</b>	<b>42.500</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, e realizadas ao longo do ano, beneficiando a um público de 42500 pessoas tanto na capital como no interior do Estado.

#### APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA INDÍGENA

Para esta meta foram recebidos alguns projetos foram selecionados em parceria com a Coordenação de Políticas para as Populações Negra e Indígena, da Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, como diferencial neste trimestre, valorizar ações dentro dos acampamentos ou de visibilidade /formação como no caso VII Encontro dos Povos Indígenas de Guarulhos o Revelando São Paulo.

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
Realizar Apresentações Culturais.	Número de apresentações por etnias.	1º Trim.	-	01
		2º Trim.	02	02
		3º Trim.	12	22
		4º Trim.	02	02
		<b>ANUAL</b>	<b>16</b>	<b>27</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, porque a inserção no Programa RVSP – Capital, proporciona uma abrangência a 18 municípios, com 11 etnias selecionadas e 30 aldeias de todo o Estado de São Paulo.

#### APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA CIGANA

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
Realizar Apresentações Culturais.	Número de apresentações.	1º Trim.	01	02
		2º Trim.	02	-
		3º Trim.	08	22
		4º Trim.	02	04
		<b>ANUAL</b>	<b>13</b>	<b>28</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, mesmo com a alteração provocada pela Copa do Mundo no calendário de referencia ao dia do Cigano (24 de Maio).

#### APOIO A PROJETOS CULTURAIS VOLTADOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Meta realizada
Realizar e/ou apoiar apresentações e/ ou eventos culturais.	Número de eventos.	1º Trim.	-	01
		2º Trim.	01	03
		3º Trim.	03	01
		4º Trim.	02	02
		<b>ANUAL</b>	<b>06</b>	<b>07</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, sendo que aproveitamos também o lançamento e a apresentação do Selo de Acessibilidade Comunicacional e Cultural, e a realização da REATECH 2014.

#### APOIO A PROJETOS CULTURAIS VOLTADOS PARA CULTURA LGBT

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Realizar e/ou apoiar apresentações e/ou eventos culturais.	Número de apresentações/ eventos.	1º Trim.	02	05
		2º Trim.	06	12
		3º Trim.	05	02
		4º Trim.	03	02
		<b>ANUAL</b>	<b>16</b>	<b>21</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, com algumas alterações de trimestre, devido ao calendário apertado de 2014, com o Carnaval, a Copa do Mundo e as eleições. Nesse sentido, foi antecipado Cabaret Sampa GLS por questões de datas disponíveis no local do evento; e devido ao aumento da demanda de apoio para atividades culturais, com o foco no Carnaval, com o recorte LGBT. Ao todo foram realizadas e/ou apoiadas 21 apresentações/eventos ao longo de 2014, com otimização de recursos.

#### CENTRO DE CULTURA, MEMÓRIA E ESTUDOS DA DIVERSIDADE SEXUAL

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada</b>	<b>Meta realizada</b>
Realizar Exposição pelo interior e litoral de São Paulo.	Número de exposições itinerantes.	1º Trim.	01	01
		2º Trim.	02	07
		3º Trim.	02	04
		4º Trim.	01	03
		<b>ANUAL</b>	<b>06</b>	<b>15</b>
Realizar Exposição de Projetos.	Número de Projeto de Exposição.	1º Trim.	-	01
		2º Trim.	01	01
		3º Trim.	-	-
		4º Trim.	01	01
		<b>ANUAL</b>	<b>02</b>	<b>03</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, com parceria a 15 exposições no interior e litoral, e mais 3 na capital. Lembrando que as exposições não acarretam custos para o contrato de gestão, assim, com a otimização de recursos e com o aumento da demanda das Semanas da Diversidade e Paradas do Orgulho LGBT pelo interior e capital, foi possível ampliar o número de municípios atendidos. O público visitante do Museu superou e muito quaisquer expectativas.

### APOIO A PROJETOS CULTURAIS DE OUTROS SEGMENTOS IDENTITÁRIOS

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Meta realizada
Realizar e/ou apoiar apresentações culturais, eventos e mostras de artesanato/arte.	Projetos culturais e apresentações.	1º Trim.	-	05
		2º Trim.	02	04
		3º Trim.	04	03
		4º Trim.	04	-
		<b>ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>12</b>
Realização de Oficinas	Número de Oficinas	1º Trim.	-	-
		2º Trim.	-	-
		3º Trim.	01	-
		4º Trim.	01	02
		<b>ANUAL</b>	<b>02</b>	<b>02</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, com ações antecipadas devido ao calendário de 2014, com o Carnaval, a Copa do Mundo e as eleições.

\*

### PROGRAMA ANUAL - (PROGRAMAS DE CULTURA PARA ACESSORIA DE GÊNEROS E ETNIAS)

#### ASSESSORIA PARA O HIP HOP

Fonte Indicativa: Marcio Silva

#### LITERATURA, MEMÓRIA E ORALIDADE

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
Realizar Eventos de Literatura, Memória e Oralidade.	Número de apresentações/ atividades.	1º Trim.	01	01
		2º Trim.	01	01
		<b>3º Trim.</b>	<b>01</b>	<b>01</b>
		4º Trim.	-	-
		<b>ANUAL</b>	<b>03</b>	<b>03</b>
Receber Público nos Eventos.	Quantidade de Pessoas.	1º Trim.	500	500
		2º Trim.	500	500
		<b>3º Trim.</b>	<b>500</b>	<b>500</b>
		4º Trim.	-	-
		<b>ANUAL</b>	<b>1.500</b>	<b>1500</b>

**Abaçai Cultura e Arte** - Organização Social de Cultura

Av. Cásper Líbero, 390 – 6º andar – CJ.610 – Centro – São Paulo – SP – CEP:01033-000 – Tel.: 11-3312.2905

Site: <http://www.abacai.org.br> e-mail: [assessoria.abacai@gmail.com](mailto:assessoria.abacai@gmail.com).

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, com atividades pontuais em 3 trimestres, beneficiando a um público de 1500 pessoas.

**Dados de referencia ao 4º trimestre de 2014 – RT12 - PROGRAMA PONTUAL**

<b>ENCONTRO PAULISTA DE HIP HOP</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Realizar Eventos de Hip Hop.	Número de apresentações/ atividades.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	01	01
		<b>ANUAL</b>	<b>01</b>	<b>01</b>
Receber Público nos Eventos.	Quantidade de Pessoas.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	-	
		4º Trim.	6.000	6.200
		<b>ANUAL</b>	<b>6.000</b>	<b>6200</b>

**ANÁLISE:** Metas cumpridas, envolvendo um público total superior a 6 mil pessoas;

**COMISSÃO DE SISTEMATIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES, ELABORAÇÃO E REDAÇÃO DO PLANO ESTADUAL DE CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO**

<b>COMISSÃO</b>				
<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Metas contratadas</b>	<b>Metas realizadas</b>
Realizar o gerenciamento de reuniões	Número de módulos de reuniões.	1º Trim.	-	
		2º Trim.	-	
		3º Trim.	01	01
		4º Trim.	03	03
		<b>ANUAL</b>	<b>04</b>	<b>04</b>

**DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA**  
**Programa Anual**

Fonte Indicativa: Diego Dionísio e Rafael Leitão

**Dados de referência ANUAL de 2014**

Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada	
		1º trim	1	2	
Estabelecer parceria institucional, pontual e contínua para ampliar a comunicação dos programas e projetos.	Relatório sobre a contrapartida oferecida pela instituição.	<b>Programa RVSP</b>			
		- Realização da Parceria Institucional com a <b>TV Vanguarda e o Jornal Atibaia</b>			
		2º Trim.	1	1	
		<b>Programa RVSP</b>			
		- Parceria com a Prefeitura de Iguape e Colônia de Pescadores.			
		2º Trim.	1	1	
		<b>Festival MPB Pereira Barreto</b>			
		*Neste programa a parceria foi realizada com a assessoria de comunicação da cidade de Pereira Barreto			
		2º Trim.	1	1	
		<b>Programa MCP</b>			
* Neste programa a parceria (5) foi realizada com a assessoria de comunicação da prefeitura de São Paulo, Biblioteca Mario de Andrade, Teatro Sergio Cardoso, FAPCOM.					
3º trim.	1	1			
<b>Programa RVSP</b>					
- Parceria com a Rede Globo de Televisão, com a Prefeitura de São Paulo e com o Blog da Zona Norte.					
4º trim	1	2			
		Anexo POP 2 Parceria com a - Assessoria de Imprensa da Fundação			

		Cultural de Caraguatatuba e com a - Assessoria de imprensa da Prefeitura de São Paulo		
Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Meta realizada
		1º trim	1	1
		<b>Programa RVSP</b> - Segue em anexo o relatório das 21 matérias que foram publicadas na realização do <b>Revelando São Paulo – Entre Serras e Águas.</b>		
Divulgar em mídia espontânea os programas e projetos da Abaçai cultura e Arte em veículos de imprensa, internet, rádio e TV.	Clipping das matérias produzidas sobre os programas e projetos.	2º Trim.	1	1
		<b>Programa RVSP</b> - A clipagem segue anexo a este documento com a relação de todos os veículos. ** Entre 20 portais, colocados em veículos de imprensa.		
		2º Trim.	1	1
		<b>Festival MPB Pereira Barreto</b> - A clipagem segue anexo a este documento com a relação de todos os veículos (18)		
		2º Trim.	1	1
		<b>Programa MCP</b> A clipagem segue anexo a este documento com a relação de todos os veículos.** Entre 18 portais, colocados em veículos de imprensa.		
		3º trim	1	1
		<b>Programa RVSP</b> - 60 matérias divulgadas em sites, revistas e jornais. Anexo POP 2		
		4ºtrim.	1	1
		- 26 matérias divulgadas em sites, revistas e jornais. Anexo POP		
Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Meta realizada
		1º trim	1	1



		<p align="center"><b>Programa RVSP</b></p> <p>- Foram publicadas 80 chamadas para visibilidade e divulgação dos programas e projetos.</p>			
Ampliar e difundir a comunicação web para as redes sociais referentes aos programas e projetos relacionados	Relatório de postagens quanto à visibilidade viral, alcance e compartilhamento da informação.	<table border="1"> <tr> <td>2º Trim.</td> <td align="center">1</td> <td align="center">1</td> </tr> </table>	2º Trim.	1	1
		2º Trim.	1	1	
		<p align="center"><b>Programa RVSP</b></p> <p>- A clipagem segue anexo a este documento com a relação de todos os veículos *** 83 postagens na rede social da Abaçai (1), alcançaram em média de 100mil pessoas.</p>			
		<table border="1"> <tr> <td>2º Trim.</td> <td align="center">1</td> <td align="center">1</td> </tr> </table>	2º Trim.	1	1
		2º Trim.	1	1	
<p align="center"><b>Festival MPB Pereira Barreto</b></p> <p>A clipagem segue anexo a este documento com a relação de todos os veículos.</p>					
<table border="1"> <tr> <td>2º Trim.</td> <td align="center">1</td> <td align="center">1</td> </tr> </table>	2º Trim.	1	1		
2º Trim.	1	1			
		<p align="center"><b>Programa MCP</b></p> <p>A clipagem segue anexo a este documento com a relação de todos os veículos.</p>			
		<table border="1"> <tr> <td>3º trim.</td> <td align="center">1</td> <td align="center">1</td> </tr> </table>	3º trim.	1	1
		3º trim.	1	1	
<p align="center"><b>Programas RVSP e MCP</b></p> <p>- 163 matérias divulgadas nas redes. Anexo POP 2</p>					
		<table border="1"> <tr> <td>4ºtrim.</td> <td align="center">1</td> <td align="center">1</td> </tr> </table>	4ºtrim.	1	1
4ºtrim.	1	1			
		<p><b>Anexo POP 2</b></p> <p>Relatório de 153 postagens quanto à visibilidade viral, alcance e compartilhamento da informação dos projetos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mapa Cultural Paulista,</li> <li>- Revelando São Paulo e</li> <li>- Litoral Encena</li> </ul>			

Observação: Entendemos que para cada indicador uma ação foi realizada em função específica de um programa relacionado ao clipping e às respectivas postagens.

**ANÁLISE:** Afirmamos, assim, que cada vez mais, a mídia espontânea se agrega às ações tanto do

Programa Revelando São Paulo, como Mapa Cultural Paulista e os Festivais, porque o meio de comunicação hoje, especialmente das redes sociais, "é visto também quem ajuda na divulgação"... .

**PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO**  
**Programa anual**

<b>Ação</b>	<b>Indicador de Resultados</b>	<b>Período</b>	<b>Meta contratada %</b>	<b>Meta realizada %</b>
Procurar outras fontes de recursos.	Percentual de receitas captadas em relação ao Contrato de Gestão.	1º Trim.	-	-
		2º Trim.		1,96
		3º Trim.		0,58
		4º Trim.		5,76
		<b>ANUAL</b>	<b>1 *</b>	<b>8,32</b>

\* O percentual apontado neste quadro de metas é sobre o valor do repasse anual deste contrato de gestão.

**ANÁLISE:** Nos períodos mencionados acima, conseguimos, ao longo do ano de 2014, contrapartida nos Festivais de MPB, Festival Litoral Encena e Café com Violas e Ponteiros, ATM, e recurso da Fundação Cassiano Ricardo, no 2º trimestre.