

Foto: Reinaldo Meneguim/RSP Capital/Valinhos 2015.



# Síntese

**CG nº10/2011 Abaçáí Cultura e Arte**

**RT PRINCIPAL  
Anexo 1 e Anexo 3**

## Relatório Trimestral 15

Foto Reinaldo Meneguim/RSP Capital/Valinhos 2015.



**QUADRO DO ANEXO TÉCNICO DE METAS - 1**

PROGRAMA/PROJETO		PAG.	
Síntese	METAS	03	
	REVELANDO SP	Edição Estadual - Valinhos	06
		Edição Paraíba	07
	MCP	Mapa Cultural Paulista	08
Programas de Apoio a Eventos	FESTIVAIS DE MPB CAFÉ COM VIOLAS		09
		Edição Santa Fé do Sul	10
		Edição Batatais	10
Programas de Apoio a Ações Institucionais	ATM	Atendimento Técnico aos Municípios	11
Programas de Cultura	ASSESSORIA PARA GÊNEROS E ETNIAS	Apoio a Projetos Voltados a Cultura Negra	12
		Apoio a Projetos Culturais de outras etnias	13
		Apoio a Projetos Culturais voltados para Cultura LGBT	14
		Projeto de Acessibilidade	15
		Centro de Cultura e Memória e Estudos da Diversidade Sexual	15
	ASSESSORIA PARA HIP HOP	Encontro Paulista de Hip Hop	16
		Capacitação p elaboração de Projetos Culturais de Hip Hop	17
Metas Complementares	COMUNICAÇÃO E IMPRENSA	Comunicação e imprensa	18

## PLANO DE TRABALHO 2015

### SINTESE DAS METAS

## INTRODUÇÃO - CONSIDERAÇÕES

---

Em obediência ao que determina o **8º Termo Aditivo** do Contrato de Gestão nº10/2011, constante do processo SC/SPDOC nº134.310/2011, que trata do acordo firmado entre a Secretaria de Estado da Cultura e a Abaçai Cultura e Arte, esta Organização Social submete a apreciação desta Secretaria de Estado da Cultura o 15º Relatório Trimestral.

Este Relatório Trimestral trata da execução e o cumprimento das metas dos seguintes projetos e programas: **Revelando São Paulo – edição estadual** em Valinhos, e **Revelando São Paulo – edição Paraíba**, em São José dos Campos; **Mapa Cultural Paulista**; **Festival MPB de Botucatu** (transferido); **Café com Viola**, com as edições de **Santa Fé do Sul** e de **Batatais**; **Programa de Atendimento aos Municípios**; **Apoio a Projetos de Cultura Negra**, **Apoio a Projetos Culturais Voltados para Outras Etnias**, **Apoio a Projetos Voltados para a Cultura LGBT**, **Programa de Acessibilidade**, **Centro de Cultura**, **Memória e Estudos da Diversidade Sexual**; **Encontro Paulista de Hip Hop** (transferido), **Capacitação para Elaboração de Projetos Culturais de Hip Hop**; **Programa de Comunicação e Imprensa**; e **Programa de Financiamento e Fomento**.

No tocante às metas contratadas desses projetos e programas, podemos constatar através das análises de seus quadros de metas realizadas (POP - Anexo 1), e dos documentos comprobatórios, inseridos tanto nas páginas que seguem essa introdução/considerações, como no POP - Anexo 2, que esta Organização Social da Cultura, cumpriu as ações previstas para os meses de julho, agosto e setembro, correspondente ao terceiro trimestre do exercício de 2015.

É importante lembrar que alguns indicadores de resultados, como por exemplo, número de público, municípios presentes, e/ou número de artistas, sempre irão depender de uma série de fatores, que podem ser de problemas climáticos, verbas disponíveis de seus municípios para transporte, e/ou, como o caso do Revelando Estadual, que por problemas estruturais passou a ser realizado neste exercício em outro município, dificultando os resultados esperados, tanto para a Organização Social, como também para os expositores, que esperavam um escoamento melhor de seus produtos.

Em decorrência de alguma dependência acima citada, transferimos para o 4º Trimestre o Festival Nacional de MPB, edição Botucatu e o Encontro Paulista de HIP HOP, todos de comum acordo com a Prefeitura, e a Assessoria de Gêneros e Etnias.

Não podemos também deixar de mencionar o resultado do atendimento aos pedidos das prefeituras paulistas, pois, neste trimestre, contemplamos um número significativo de municípios solicitantes, levando aos munícipes, diferentes programações culturais.

Todos os projetos e programas tiveram plena divulgação pela nossa Assessoria de Imprensa, bem como, pelo setor de Comunicação dessa Secretaria de Estado e das Prefeituras beneficiadas.

Concluindo estas considerações, esta Diretoria Executiva informa que o repasse financeiro previsto no Anexo Técnico II, Sistema de Pagamento do Contrato de Gestão, foi devidamente transferido a esta Organização Social, permitindo os bons resultados, demonstrados nos quadros de metas realizadas, cujas informações estão demonstradas nas páginas seguintes deste relatório POP - Anexo 1, como também em seus outros anexos: que incluem, entre outros itens comprobatórios, também as Pesquisas de Satisfação no POP – Anexo 2, bem como, as informações dos dados administrativos, contábeis e financeiros, inclusos no POP ANEXO 3.

Entendemos que a Abaçai cultura e Arte, Organização Social da Cultura, em decorrência desses resultados e da satisfação expressa nos meios de comunicação, cumpriu neste trimestre, o objeto acordado no respectivo Contrato de Gestão.

Silvio Marcondes de Castro  
**Diretor Executivo**

Luiz Carlos Vinha  
**Diretor Administrativo Financeiro**

\*

## POP ANEXO 1

**QUADRO DE METAS TÉCNICAS****PROGRAMA DE DIFUSÃO**

## FESTIVAL DA CULTURA TRADICIONAL PAULISTA – REVELANDO SÃO PAULO

## ANALISE

Este ano a Edição Estadual mudou para Valinhos, principalmente por conta da necessidade de alojamento para todos os expositores, visto que o Mart Center, área privada, deixou de ser possível sua locação, como ocorreu nos últimos 5 anos. Assim, além do desafio de planejar e estruturar as novas dimensões físicas do Parque em Valinhos (Recinto de Exposições) foi necessário remanejar e quantificar o número possível de expositores presentes. Por exemplo, a Culinária recebeu 115 inscrições, mas só comportou receber 52 municípios, assim como Artesanato teve 101 inscrições, e comportou 75.

Em comum acordo com a UFDPC estamos revendo os indicadores do Programa, visto que, alterações como essa não podem e nem dever prejudicar a leitura da eficácia do Programa para o Governo do Estado.

Outro item a comentar é no quesito público, o número diminui sim, por se tratar de uma cidade do interior, onde as ações ocorrem em maior número para família e aos finais de semana. Diferente da Capital, em que as pessoas podem sair do trabalho para ir almoçar no Revelando, ou mesmo passear no final do dia.

E o programa recebeu para a Edição Estadual um novo indicador (4), que está sendo analisado, mas, não possui emponderamento percentual, visto que se trata de uma metodologia. Em nossa visão, deveria ser um indicador que transparecesse ações contínuas voltadas a esse ícone de estudo, pesquisa e manutenção. No entanto, ao conversarmos com a UFDPC, ficou registrado que o Universo de 100% corresponde às 4 edições do ano do RVSP, e ao próprio site que contém o Mapa das Tradições.

REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO VALINHOS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
01	Promover a Participação de Municípios, Expositores no Festival.	Número mínimo de Municípios participantes.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	100	102
			4º Trim.	-	
			ANUAL	100	
			ICM%		102
		Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	5%	8,8 %
			4º Trim.	-	
			ANUAL	5%	
			Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	-
		2º Trim.		-	
		3º Trim.		150	183
		4º Trim.		-	
ANUAL	150				
ICM%		122			
02	Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	300.000	40.000 *
			4º Trim.	-	
			ANUAL	300.000	
			ICM%		13
03	Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	75%	100%
			4º Trim.	-	
			ANUAL	75%	
			04	Mapeamento das expressões culturais tradicionais e popular	Organização e catalogação
2º Trim.	-				
3º Trim.	75%	100%			
4º Trim.	-				
ANUAL	75%				

JUSTIFICATIVA DE PÚBLICO: Esclarecemos que além de ser um novo espaço, 1º vez na localidade, ou seja, evento novo, também foi um espaço muito menor que a Edição comportaria, inclusive com redução orçamentária.

\*\* - OBS: A alimentação a esse mapeamento ocorre nas rodas de conversa implantadas no Programa. Na Edição Estadual, dialogamos com públicos diferentes e específicos de estudo sobre 7 ações (abaixo descritas). E temos o 'Mapa das Tradições' disponível: <http://www.abacai.org.br/institucional-noticia.php?id=226>.

\*

## ANALISE

O RVSP Paraíba aconteceu conforme sua projeção.

REVELANDO SÃO PAULO – EDIÇÃO VALE DO PARAÍBA SÃO JOSÉ DOS CAMPOS					
Nº	AÇÃO	INDICADOR DE RESULTADOS	PERÍODO	META CONTRATADA	META REALIZADA
04	Promover a Participação de Municípios e Expositores no Festival.	Número mínimo de Municípios Participantes.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	80	111
			4º Trim.	-	
			ANUAL	80	
			ICM%		138,75
		Porcentagem mínima de municípios e/ ou expositores que não participaram da edição anterior.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	5%	18%
			4º Trim.		
			ANUAL	5%	
			Número mínimo de Expositores/ artistas participantes.	1º Trim.	-
		2º Trim.		-	
		3º Trim.		80	118
4º Trim.	-				
ANUAL	80				
ICM%		147,5			
05	Receber Público no Festival.	Número mínimo de Pessoas.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	100.000	150.000
			4º Trim.	-	
			ANUAL	100.000	
			ICM%		150
06	Realizar Pesquisa de Satisfação do Público com o Serviço Prestado.	Índice de satisfação.	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	75%	100%
			4º Trim.	-	
			ANUAL	75%	

**JUSTIFICATIVA DE MUNICIPIOS e PÚBLICO:** essa variação um pouco acima indica que o RVSP no Vale do Paraíba está crescendo em participação dos próprios expositores, bem como, da assiduidade do publico em seus 14 anos de presença na região.

Fonte Indicativa: Adriana Duarte e equipe.

\*

## RELATÓRIO MAPA CULTURAL PAULISTA

3º Trimestre de 2015: julho, agosto e setembro.

### ANALISE

Lembramos que o respectivo programa é bienal (2015-2016), sendo que neste relatório iniciamos uma nova Fase, portanto, o quadro de metas diverge de seus indicadores, não podendo ser acumulativa.

A Fase Municipal (anterior) foi apresentada respectivamente nos relatórios RT13 e RT14, estando concluída com satisfação, com a participação de 243 pessoas, nas 16 regiões de mapeamento.

Relacionado a Edição anterior 2013-2014

MAPA CULTURAL PAULISTA					
FASE REGIONAL (geral) ANO 2015					
(Seleção, formação e divulgação do programa)					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
17	Seletiva das 7 expressões artísticas;	Número de eventos	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	41	45*
			4º Trim.	50	
			ANUAL	91	
			ICM%		49
18	Participação na Fase (palestras e/ou rodas de conversa, e/ou oficinas de formação)	Número de municípios participantes	1º Trim.	-	
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	40	75*
			4º Trim.	50	
			ANUAL	90	
			ICM%		83

\* Justificativa: Como os indicadores estão inseridos no semestre, e não apenas no trimestre, vamos aguardar a totalidade após finalização da Fase Regional.

Assim distribuídos:



MAPA CULTURAL PAULISTA				
FASE REGIONAL (específica) ANO 2015 (por especificidade/expressão)				
Nº	Ações	Indicador	Metas contratadas	Metas realizadas
19	Participação em Artes Visuais	Número de Municípios Participantes	100	148
20	Participação em Canto e Coral	Número de Municípios Participantes	40	35
21	Participação em Dança	Número de Municípios Participantes	100	113
22	Participação em Literatura	Número de Municípios Participantes	80	91
23	Participação Música Instrumental	Número de Municípios Participantes	40	55
24	Participação em Teatro	Número de Municípios Participantes	100	103
25	Participação em Vídeo	Número de Municípios Participantes	40	47
26	Participação de Inscritos	Artistas/grupos	1000	1457**
27	Participação Geral	Público	5000	4500

Fonte indicativa: Edu Silva e equipe

\*

### PROGRAMAS DE APOIO A EVENTOS

### FESTIVAIS DE MPB

#### ANALISE

O Festival foi transferido para o 4º trimestre, em comum acordo com o município e a SEC.

\*

## CAFÉ COM VIOLAS E PONTEIOS

### ANALISE

Este Programa CAFÉ COM VIOLAS é pontual. Acontece em 2 edições, Santa Fé do Sul e Batatais, no 3º trimestre de cada ano. Possui sempre um público flutuante em virtude da programação oferecida, das intempéries, e outros fatores que podem prejudicar ou valorizar a maior ou menor presença, visto que acontece em espaços abertos, e com coberturas alocadas.

É um Programa que vem ascendente em termos de participação e divulgação.

CAFÉ COM VIOLAS – EDIÇÃO SANTA FÉ DO SUL					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
			1º Trim.	-	
54	Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	2º Trim.	-	
			3º Trim.	20	30
			4º Trim.	-	
			ANUAL	20	
			ICM%		
			55	Participação no Festival	Público
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	4.000	6.000
			4º Trim.	-	
			ANUAL	4.000	
			ICM%		150

Fonte Indicativa: Secretária Municipal de Cultura de Santa Fé do Sul.

\*

CAFÉ COM VIOLAS – EDIÇÃO BATATAIS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
			1º Trim.	-	
56	Promover a Participação de violas e ponteios no Festival.	Número de Artistas.	2º Trim.	-	
			3º Trim.	10	8
			4º Trim.	-	
			ANUAL	10	
			ICM%		
			57	Participação no Festival	Público
			2º Trim.	-	
			3º Trim.	4000	4100
			4º Trim.	-	
			ANUAL	4000	
			ICM%		102

Fonte Indicativa: Secretária Municipal de Cultura de Batatais.

**Abaçai Cultura e Arte** - Organização Social

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).

\*

## APOIO A AÇÕES INSTITUCIONAIS COM OS MUNICÍPIOS

### ANALISE

Esclarecemos que o respectivo programa é contínuo e definido em comum acordo com o Gabinete da SEC.

A variação de atendimento aos municípios é flutuante, e a demanda grande, por conta de realização de pequenas apresentações, a um custo orçamentário pequeno. No entanto, o público beneficiado, bem como, os inscritos para formação são surpreendentes. Este trimestre houveram 5595 inscritos para formação, 332 profissionais envolvidos em 58 municípios.

ATENDIMENTO AOS MUNICÍPIOS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
60	Realizar Atendimento aos Municípios.	Número de Municípios.	1º Trim.	05	02
			2º Trim.	25	61
			3º Trim.	25	58 *
			4º Trim.	20	
			ANUAL	75	121
			ICM%		161
61	Apoiar a Difusão das ações culturais junto ao público participante dos eventos	Público	1º Trim.	7.500	75.000
			2º Trim.	25.000	131.328
			3º Trim.	30.000	121.610 *
			4º Trim.	25.000	
			ANUAL	87.500	327.938
			ICM%		374

\* JUSTIFICATIVAS: O número de municípios aceitos depende da verba disponibilizada para o Programa. Como mencionado na análise, com pouca dotação orçamentária pode se gerar diversas apresentações artísticas. O planejamento e liberação são feitas em comum acordo com o Gabinete da SEC.

Quanto ao público, entendemos que a entrada de apresentações no interior vem sendo crescente, e muito bem aceita pela população, em cidades em que há ausência de cinema, e outras formas de lazer, e que muitas vezes, as únicas possibilidades de lazer e/ou cultura são a Praça e a Biblioteca.

Fonte Indicativa: Renato de Carvalho e Ingridyds Martins

\*

**PROGRAMA DE CULTURAS PARA ASSESSORIA  
DE GÊNEROS E ETNIAS E HIP HOP**

**ANALISE - APOIA A PROJETOS DE CULTURA NEGRA**

Como trabalhamos por meio da Assessoria de Cultura para Gêneros e Etnias, na seleção de projetos a serem atendidos, e de comum acordo com a política cultural definida pela Secretaria de Estado da Cultura. Assim, esclarecemos que o fomento visa à valorização da cultura negra através de música e de intervenções literárias e/ou de dança e teatro.

Assim, quando as atividades são adiantadas ou postergadas, temos a justificativa clara abaixo de cada quadro. De modo que nos relatórios anteriores RT13 e RT14 as razões foram esclarecidas por conta de algumas atividades que foram antecipadas em razão do mês de maio, quando se comemora o Dia da Libertação dos Escravos – 13 de maio, e também em razão ao Dia da Raça.

E no que diz respeito à realização das exposições com recortes etnicorraciais, em razão da necessidade de otimização de recursos, realizou-se a itinerância em mais 04 municípios, antecipando esse e o próximo trimestre, em razão da demanda do interior por ações voltadas à cultura negra.

APOIA A PROJETOS DE CULTURA NEGRA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
63	Realizar a itinerância das exposições com recortes etnicorraciais	Número de Municípios Atendidos.	1º Trim.	-	04
			2º Trim.	01	04
			3º Trim.	02	-
			4º Trim.	04	
			ANUAL	07	
			ICM%		114
		Público	1º Trim.	-	3500
			2º Trim.	80	7.500
			3º Trim.	160	-
			4º Trim.	320	
			ANUAL	560	11000
ICM%			1964		
64	Apoiar e/ou realizar eventos	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	02	06
			3º Trim.	02	06
			4º Trim.	02	
			ANUAL	07	13
			ICM%		185
		Público	1º Trim.	100	100
			2º Trim.	200	11.000
			3º Trim.	200	5200*
			4º Trim.	200	

			ANUAL	700	16300
			ICM%		2328
65	Fomentar atividades culturais em Celebração à Consciência Negra e ao Samba Paulista pela capital e interior	Número de Municípios Atendidos.	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.	04	04
			4º Trim.	16	
			ANUAL	22	06
			ICM%		27
		Público	1º Trim.	2000	4000
			2º Trim.	2000	2000
			3º Trim.	5000	10800*
			4º Trim.	10000	
			ANUAL	19000	16800
			ICM%		88

OBS: \* JUSTIFICATIVA- público: entendemos que existe muita demanda para este público em questão, e pouca oferta em termos de programas.

OBSERVAÇÃO/JUSTIFICATIVA: Em relação à meta, no que diz respeito à realização da itinerância das exposições com recortes etnicorraciais, como algumas atividades foram antecipadas em razão do mês de maio, quando se comemora o Dia da Libertação dos Escravos – 13 de maio, e também em razão ao Dia da Raça, os municípios estão solicitando para o mês de novembro para promoverem atividades em comemoração à Consciência Negra, portanto, não havendo demanda neste trimestre.

\*

#### ANALISE- PROJETOS CULTURAIS VOLTADOS PARA OUTRAS ETNIAS

Da mesma maneira para todos os programas subsequentes, trabalhamos em conjunto, por meio da Assessoria de Cultura para Gêneros e Etnias, na seleção de projetos a serem atendidos, e de comum acordo com a política cultural definida pela Secretaria de Estado da Cultura.

De modo que, esclarecemos que essa ação cultural é fruto de um planejamento realizado também em conjunto com o Conselho Estadual dos Povos Indígenas de São Paulo, e demais órgãos representativos. Porque há a seleção e acompanhamento de projetos, programas e atividades voltadas para a valorização não só da cultura indígena, mas também das culturas cigana, quilombola, latino-americana, nordestina e outras.

Lembramos que no relatório anterior RT14 havia a previsão de apoio/realização a apenas 03 atividades, contudo, devido a demanda do Dia do Índio e também dos povos latino-americanos, em abril, e do Dia Nacional dos Ciganos, em maio, o que nos levou a antecipar atividades desse trimestre e do próximo.

Nesse RT15, observamos que a participação de etnias etnicorraciais foi maior no RVSP Paraíba, do que na Edição RVSP Estadual em Valinhos por conta de o espaço este ano ser menor, e novo.

APOIO A PROJETOS CULTURAIS VOLTADOS PARA OUTRAS ETNIAS					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
66	Apoiar e/ou realizar eventos a outras etnias, na capital e interior.	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	06
			2º Trim.	03	06
			3º Trim.	05	06
			4º Trim.	01	
			ANUAL	10	12
			ICM%		120
		Público	1º Trim.	100	10035
			2º Trim.	300	5700
			3º Trim.	500	11800
			4º Trim.	100	
			ANUAL	1000	27535
			ICM%		2753
<p>OBS: JUSTIFICATIVA – <u>público</u>: entendemos que existe muita demanda para este público em questão, e pouca oferta em termos de programas.</p> <p>*</p> <p>ANALISE - APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT</p> <p>Esclarecemos que essa ação cultural é fruto de mecanismos de inclusão e de ações de visibilidade como as Paradas do Orgulho LGBT, que se multiplicam pelo interior. E de demandas oriundas de órgãos representativos.</p> <p>Lembramos que no relatório anterior RT14, que além de atender as 02 demandas, anteciparam-se atender as atividades desse e do próximo trimestre, em razão da demanda oriunda do Dia Estadual de Combate à Homofobia e do Mês do Orgulho LGBT, bem como da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo. E mesmo em relação ao público excedente computado pela Polícia Militar, por ser a Parada do Orgulho LGBT de São Paulo um evento de rua, equacionou-se não computá-lo.</p>					
APOIO A PROJETOS VOLTADOS PARA A CULTURA LGBT					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
67	Apoiar e/ou realizar eventos a outras etnias, na capital e interior.	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	02
			2º Trim.	02	10
			3º Trim.	03	05
			4º Trim.	02	
			ANUAL	08	17
			ICM%		212
		Público	1º Trim.	200	15500
			2º Trim.	5.000	18.480
			3º Trim.	7.000	18.100
			4º Trim.	5.000	
			ANUAL	17.200	52080
			ICM%		302

OBS: JUSTIFICATIVA – público: entendemos que existe muita demanda para este público em questão, e pouca oferta em termos de programas. Quanto ao indicador de atividades culturais, houve a oportunidade sem custo ao CG.  
\*

#### ANALISE - PROGRAMA DE ACESSIBILIDADE

Esclarecemos que essa ação cultural é fruto da 1ª campanha cultural voltada para pessoas com deficiência “Pela Arte se Inclui” e visa servir de inclusão dessas pessoas junto à sociedade como um todo, valorizando talentos e produções culturais. Desde que o tema esteja direta ou indiretamente ligado à inclusão e à autonomia das Pessoas com Deficiência, demandas de órgãos representativos.

#### PROGRAMA DE ACESSIBILIDADE

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
68	Apoiar e/ou realizar eventos a outras etnias, na capital e interior.	Número de Atividades Culturais	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	-	01
			3º Trim.	01	02
			4º Trim.	02	
			ANUAL	04	04
			ICM%		100
			Público	1º Trim.	100
		2º Trim.		-	30
		3º Trim.		100	1300
		4º Trim.		200	
		ANUAL		400	60
		ICM%			15

\*

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

Esclarecemos que esse Centro de Cultura, Memória e Estudos para a Diversidade Sexual, prevê o efetivo funcionamento de um espaço destinado à preservação do patrimônio cultural da comunidade LGBT (lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais), através da coleta, organização e disponibilização pública de referenciais materiais e imateriais dessa parcela da população, e está localizado no Metrô República.

Lembramos que em relação à meta do relatório anterior, RT14, foram realizadas itinerâncias das exposições em 04 municípios do interior paulista antecipando metas. No entanto, nesse trimestre houve a possibilidade de + 2 municípios serem inclusos nessa itinerância, sem onerar custos ao CG: Osasco e Jundiaí, além da gestão de atividades paralelas ao Centro. Quanto ao Plano Museológico será concluso até o 4º trimestre.

CENTRO DE CULTURA, MEMÓRIA E ESTUDOS DA DIVERSIDADE SEXUAL					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
69	Realizar Exposição pelo interior e litoral de São Paulo.	Número de Municípios atendidos.	1º Trim.	02	02
			2º Trim.	02	04
			3º Trim.	01	02
			4º Trim.	01	
			ANUAL	06	08
			ICM%		133
		Público	1º Trim.	200	200
			2º Trim.	200	*
			3º Trim.	100	700
			4º Trim.	100	
			ANUAL	600	900
			ICM%		150
		70	Realizar Novas Exposições na sede do CCDS.	Número de Exposições	1º Trim.
2º Trim.	01				**
3º Trim.	-				01
4º Trim.	-				
ANUAL	02				02
ICM%					100
Público	1º Trim.			5000	15399
	2º Trim.			5000	14916
	3º Trim.			5000	22823
	4º Trim.			5000	
	ANUAL			20000	53138
	ICM%				269
71	Plano Museológico – Projeto de Pesquisa.			Módulo I	1º Trim.
		2º Trim.	01		***
		3º Trim.	-		-
		4º Trim.	-		
		ANUAL	01		0
		ICM%			0

OBS: JUSTIFICATIVA – público: entendemos que existe muita demanda para este público em questão, e pouca oferta em termos de programas. O Museu da diversidade está localizado em uma área de metrô, portanto, o fluxo de muitas pessoas é natural. Quanto ao número de municípios atendidos, a justificativa está na análise do Coordenador.

Fonte Indicativa: Cássio Rodrigo.

\*

### ASSESSORIA PARA HIP HOP 2015

ANÁLISE - ENCONTRO PAULISTA DE HIP HOP e CAPACITAÇÃO PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS DE HIP HOP

Diferentemente do Programa Gêneros e Etnias, essa programa precisa de ajustes.

**Abaçai Cultura e Arte - Organização Social**

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).



Esclarecemos que no RT14, citamos o município de Barretos, no entanto, por justificativa do coordenador, o município não respondeu em tempo hábil, sendo assim, a ação foi transferida para o município de Atibaia para o 4º trimestre.

ENCONTRO PAULISTA DE HIP HOP					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
72	Realizar 03 eventos com atividades	Número de eventos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	01	-*
			3º Trim.	01	-*
			4º Trim.	01	
			ANUAL	03	
			ICM%		
		Número de atividades	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	03	-*
			3º Trim.	03	-*
			4º Trim.	08	
			ANUAL	14	0
			ICM%		
		Público	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	1600	-*
			3º Trim.	1600	-*
4º Trim.	1800				
ANUAL	5000		0		
ICM%					

JUSTIFICATIVA: Em relação ao Encontro de Hip Hop Regional, a dificuldade orçamentária dos municípios impossibilitou a realização da atividade neste trimestre, onde houve a necessidade postergar a atividade para agregar a eventos e atividades já agendadas pelo calendário dos municípios que serão realizados, sendo estes Santos e Atibaia, para o 4º trimestre.

CAPACITAÇÃO PARA ELABORAÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS DE HIP HOP					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada
73	Realizar capacitações para Elaboração de Projetos Culturais	Número de capacitações	1º Trim.	-	
			2º Trim.	03	03
			3º Trim.	02	05
			4º Trim.	-	
			ANUAL	05	08
			ICM%		160
		Público	1º Trim.	-	
			2º Trim.	90	89
			3º Trim.	90	470
			4º Trim.	70	
			ANUAL	125	629
			ICM%		503

OBS 1: JUSTIFICATIVA – público: entendemos que existe muita demanda para este público em questão, e pouca oferta em termos de programas.

Fonte Indicativa: Marcio da Silva

\*

## METAS COMPLEMENTARES

### PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA					
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	Meta realizada *
76	Estabelecer parceria institucional, pontual e contínua para ampliar a comunicação dos programas e projetos.	Relatório sobre a contrapartida oferecida pela instituição.	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	-	
			ANUAL	3	3
			ICM%		100
	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	
77	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.	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	
			ANUAL	4	3
			ICM%		75
	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta contratada	
78	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.	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	
			ANUAL	4	3
			ICM%		75

OBS \* Esclarecemos que a meta foi realizada integralmente porque todos os programas tiveram parcerias e contrapartidas com os municípios, divulgação na web e inserções de mídias espontâneas. De modo que contamos o Programa de Imprensa responsável nas 3 ações de divulgação, por cada projeto/programa em execução no trimestre, e apresentamos 1 relatório como indicado.

Fonte Indicativa: Diego Dionisio e Rafael Leitão.

**Abaçai Cultura e Arte - Organização Social**

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).