

# PAINEL DE **INDICADORES**

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA  
HORTOLÂNDIA

JANEIRO A DEZEMBRO 2025



# INDICADORES CULTURAIS

Ferramenta usada para medir e avaliar aspectos da cultura em uma sociedade, como práticas, acessos, identidades e impactos de políticas públicas.

## Possibilita:

- **Produção de dados quantitativos e qualitativos sobre cultura;**
- **Avaliação de projetos e políticas culturais;**
- **Monitoramento da diversidade, acesso e preservação.**



- **Permite um planejamento estratégico**
- **Tomada de decisão qualificada**
- **Justificativa para investimentos**
- **Continuidade das políticas culturais**
- **Mapeamento e valorização da produção local**
- **Transparência e prestação de contas**
- **Integração com outras áreas, entre outros.**



# 6 DIMENSÕES

A definição dos recortes e indicadores culturais de Hortolândia baseia-se em experiências adaptadas à realidade local, priorizando dados acessíveis e compatíveis com a capacidade técnica e financeira do município.

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>ECONÔMICA</b>	<b>PARTICIPAÇÃO SOCIAL/ COMUNICAÇÃO</b>	<b>EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO</b>	<b>ARTÍSTICA</b>	<b>TERRITORIAL</b>	<b>GOVERNANÇA</b>

# 1. DIMENSÃO ECONÔMICA

A cultura movimenta diretamente a economia local, com repasses a artistas e geração de renda inclusive em atividades como food trucks.

## EXEMPLOS:

Quantidade de Micro Empreendedores Individuais na Cultura	Valor Arrecadado pelo Fundo Municipal de Cultura
Arrecadação de Alimentos	Quanto cada Família Economiza em Mensalidades com os Cursos Ofertados



## 2. DIMENSÃO PARTICIPAÇÃO SOCIAL

Alcançamos muitas visualizações nas redes sociais, ampliando o acesso à cultura também no digital.

### EXEMPLOS:

Presença Digital e  
Influência Online

Influência - Meios de  
Comunicação



# 3. DIMENSÃO EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

Atendemos mais de 2.400 alunos em formação cultural, com presença forte de jovens mostrando o papel da cultura na educação.

## EXEMPLOS:

Número de Alunos  
Matriculados

Quantidade de  
Cursos Oferecidos

Número de Horas  
de Ensino

Número de alunos  
deficientes



# 4. DIMENSÃO ARTÍSTICA

A força artística do município se expressa na diversidade de linguagens e na ampla base de artistas locais ativos.

## EXEMPLOS:

Número de Atividades Culturais Realizadas

Satisfação dos Eventos Culturais

Número de Grupos Artísticos

Número de Artistas Cadastrados



# 5. DIMENSÃO TERRITORIAL

A cultura está distribuída em mais de 20 espaços pela cidade, garantindo descentralização

## EXEMPLOS:

Locais Mais Acessados para Apresentações (preço público)

Média de Público em Cada Espaço Cultural

Números de Atendidos por Região



# 6. DIMENSÃO GOVERNANÇA

Hortolândia consolida uma política cultural estruturada, com governança ativa, parcerias estratégicas e participação social

## EXEMPLOS:

Quadro Regulamentar em Cultura (Servidores)

Termos de Parceria com Instituições de Formação

Participação da Sociedade Civil na Governança Cultural

Premiações e Certificações



# FONTES DE COLETA DOS INDICADORES DE HORTOLÂNDIA

- Indicadores divididos pela equipe responsável por cada dimensão
- Sistema em implantação para coleta de dados da secretaria de cultura (formações, eventos e comunicação)
- Sistema Biblivre da Biblioteca
- Sebrae/IBGE
- Mapa da Cultura de Hortolândia
- Redes Sociais
- Pesquisa em campo sobre hábitos culturais
- Outros...



# NÚMEROS DESTAQUES DA CULTURA DE HORTOLÂNDIA

**+ de 48 mil**

No Fundo Municipal de Cultura em 2025

**+ de 1.6**

Toneladas de alimentos  
arrecadados nos eventos

**+ de 34 mil**

Seguidores no Instagram em 2025

**+ de 2.450**

Alunos nas  
Formações Culturais



**+ de 300**

Eventos realizados e de apoio  
no ano de 2025

**+ de 2.600**

Visitas no museu  
Estação Jacuba

**+ de 458**

Artistas cadastrados

**+ de 21**

Espaços públicos e parceiros  
dedicados à Cultura

**+ de 45**

Cursos ofertados



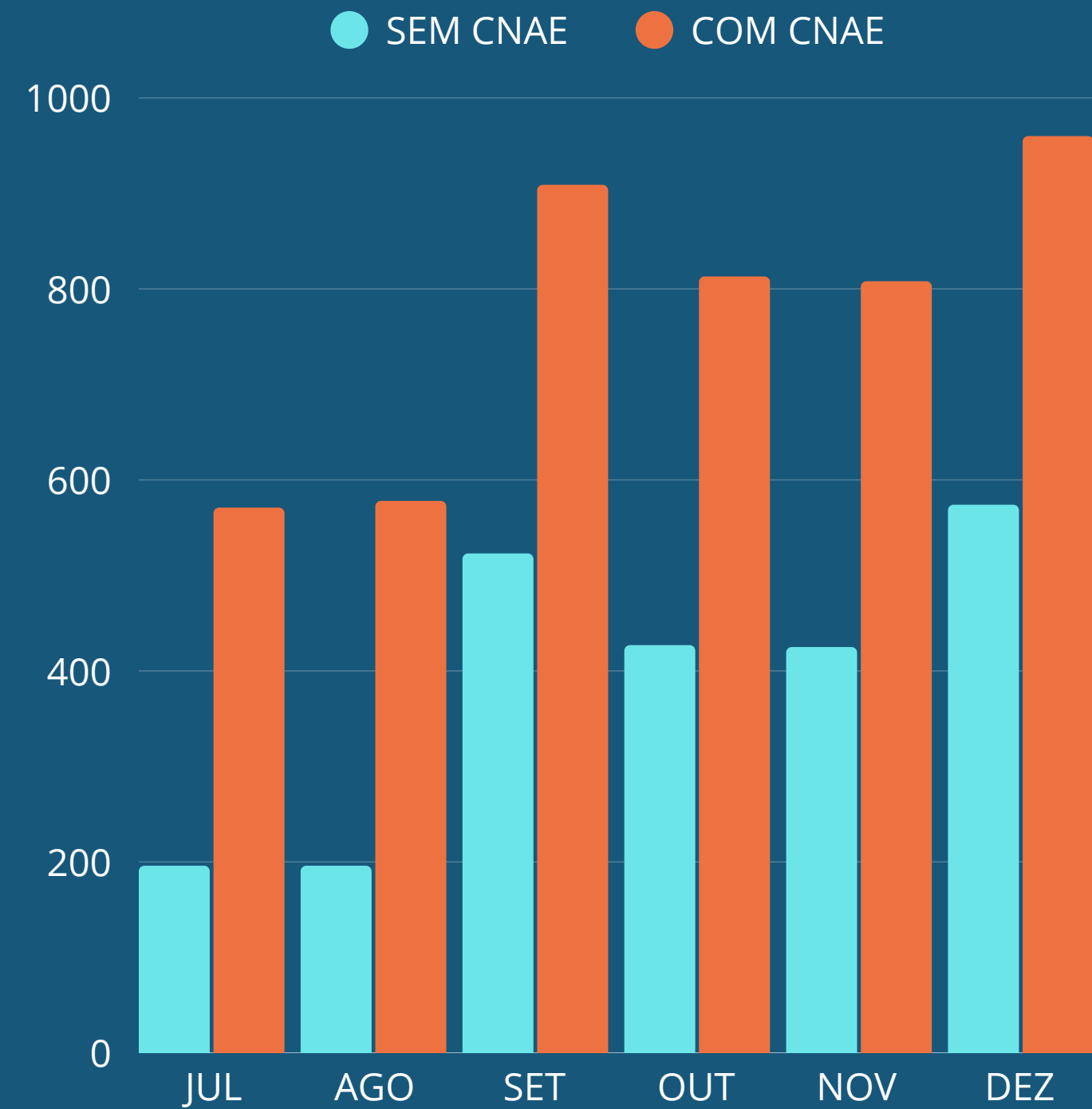


**1**

**DIMENSÃO  
ECONÔMICA**

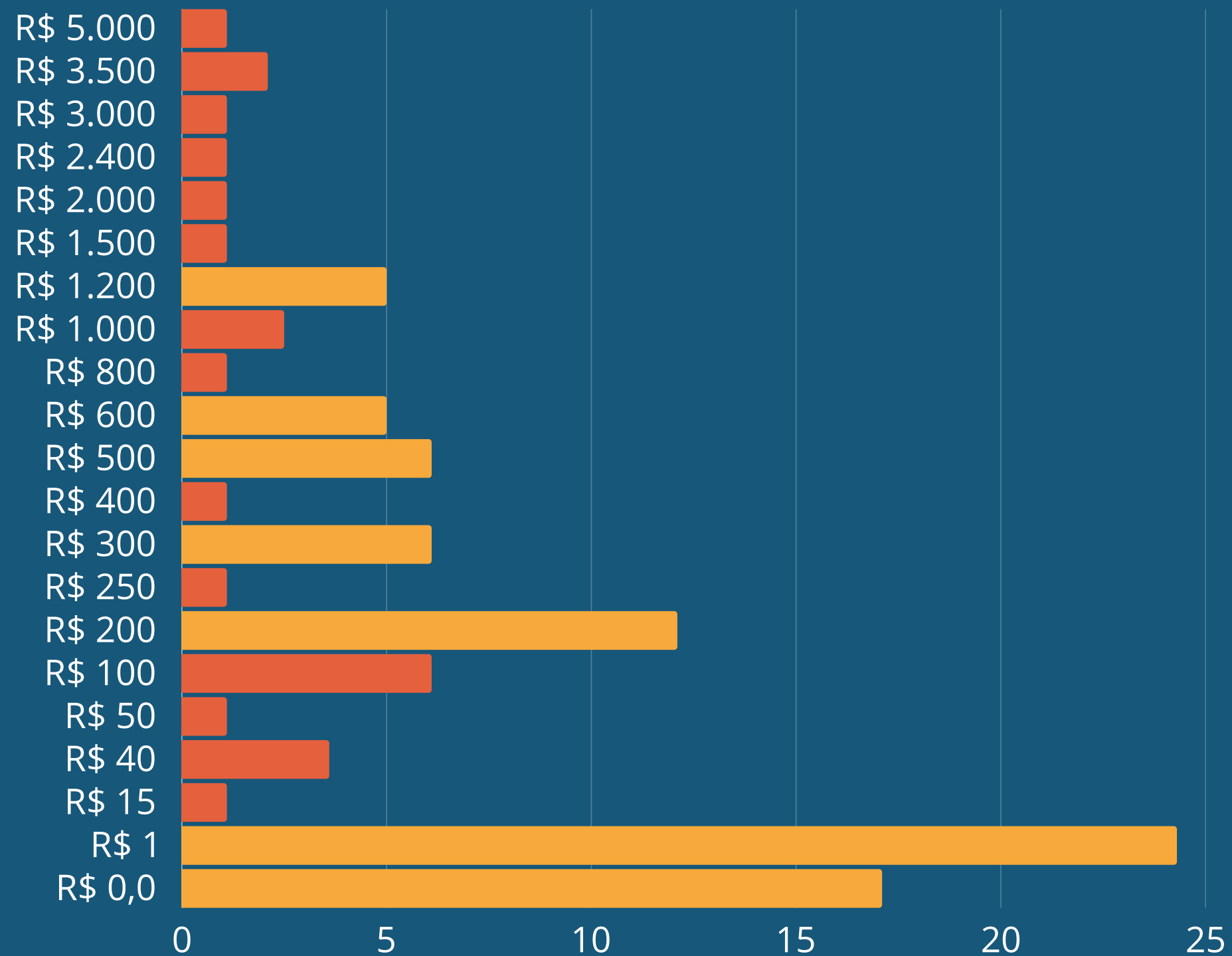
# 1. MICRO EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS NA CULTURA

MÊS	SEM CNAE	COM CNAE
JUL	196	571
AGO	196	578
SET	523	909
OUT	427	813
NOV	425	808
DEZ	574	960



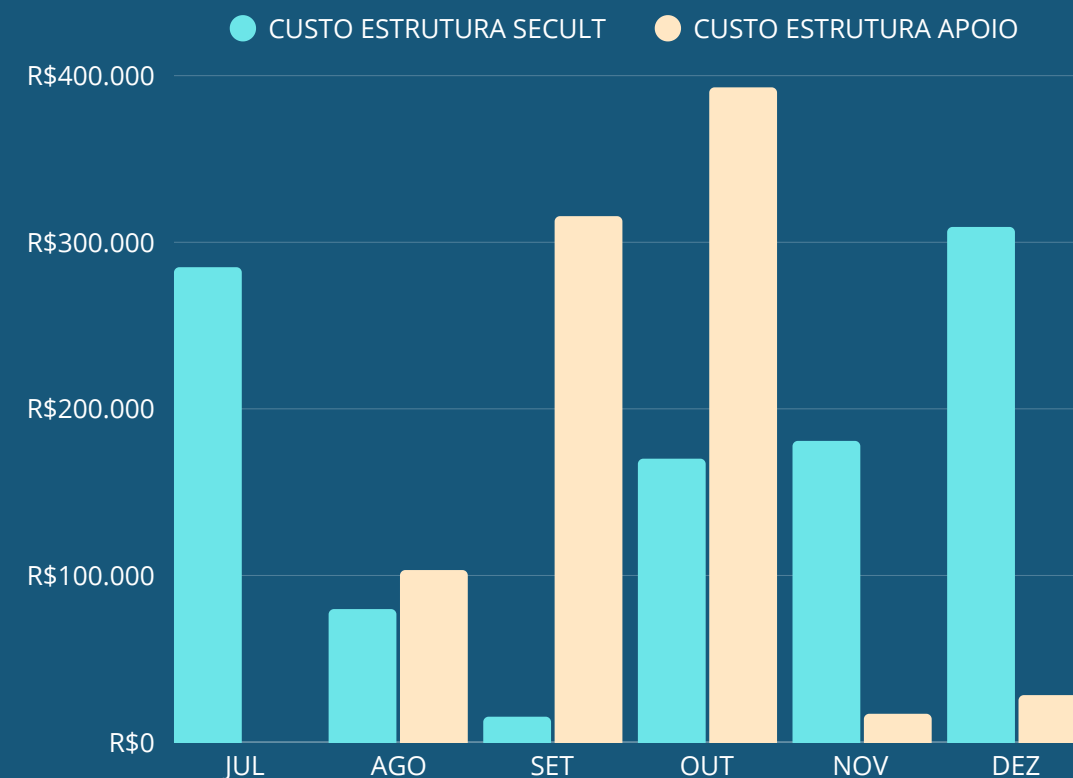
## 2. DESPESAS DOMICILIARES COM CULTURA

Valor Médio	Total
R\$5.000	1.1%
R\$3.500	2.1%
R\$3.000	1.1%
R\$2.400	1.1%
R\$2.000	1.1%
R\$1.500	1.1%
R\$1.200	5%
R\$1.000	2.5%
R\$800	1.1%
R\$600	5%
R\$500	6.1%
R\$400	1.1%
R\$300	6.1%
R\$250	1.1%
R\$200	12.1%
R\$100	6.1%
R\$50	1.1%
R\$40	3.6%
R\$15	1.1%
R\$1	24.3%
R\$0	17.1%



# 3. RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO

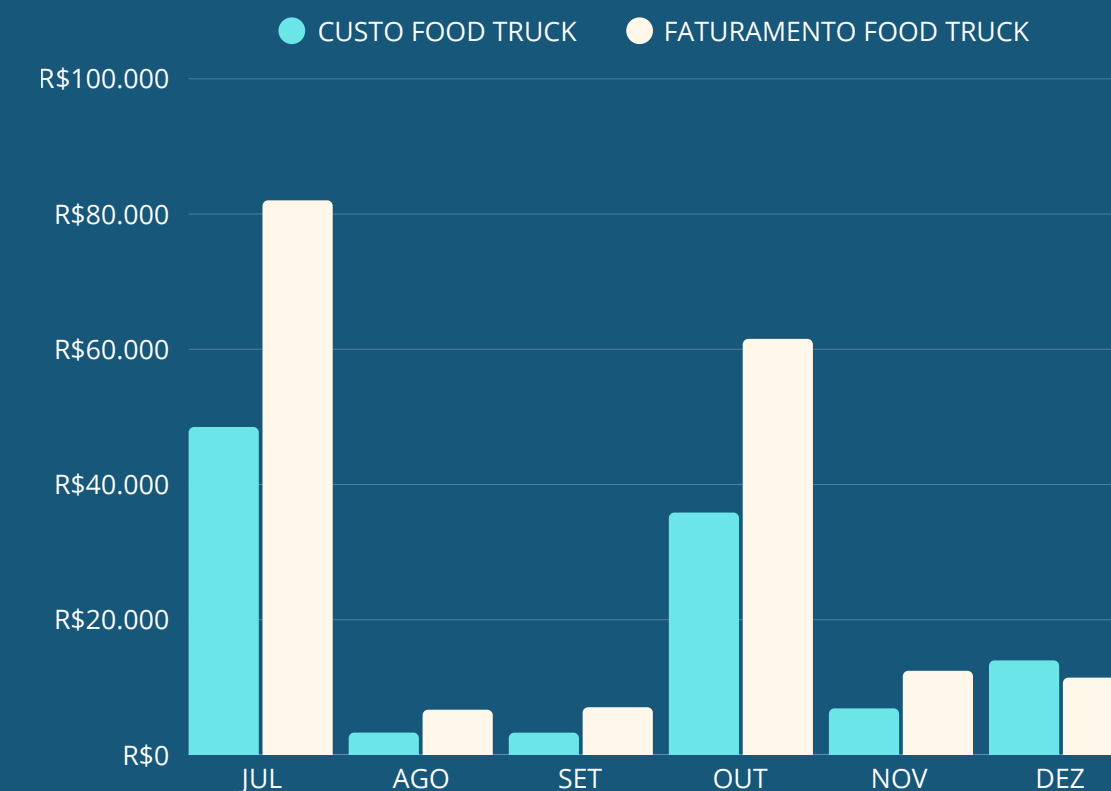
MÊS	CUSTO ARTISTA
JUL	R\$306.000,00
AGO	R\$167.600,00
SET	R\$78.600,00
OUT	R\$292.400,00
NOV	R\$214.600,00
DEZ	R\$130.000,00



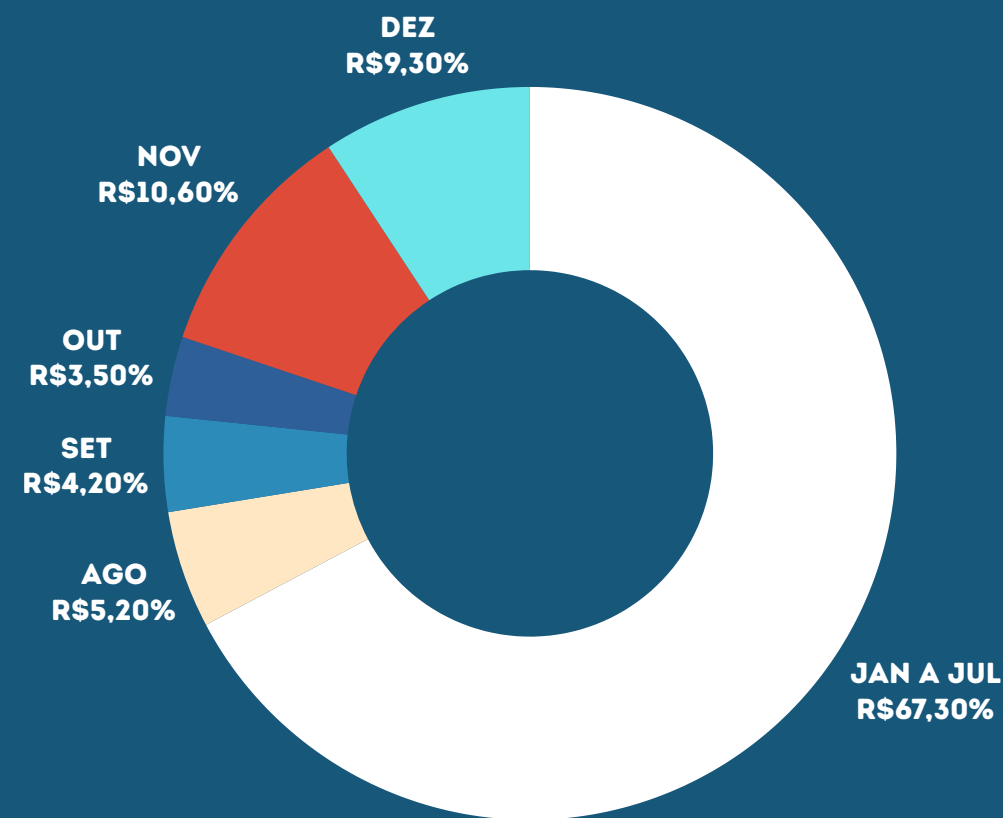
MÊS	CUSTO FOOD TRUCK	FATURAMENTO FOOD TRUCK
JUL	R\$48.508,24	R\$82.025,77
AGO	R\$3.306,64	R\$6.688,24
SET	R\$3.296,00	R\$7.055,97
OUT	R\$35.851,70	R\$61.535,72
NOV	R\$6.886,00	R\$12.443,83
DEZ	R\$13.984,00	R\$11.434,00



MÊS	CUSTO ESTRUTURA SECULT	CUSTO ESTRUTURA APOIO
JUL	R\$285.030,00	Não Aferido
AGO	R\$79.814,00	R\$103.240,00
SET	R\$15.210,00	R\$315.675,00
OUT	R\$170.089,00	R\$392.983,00
NOV	R\$180.765,00	R\$16.970
DEZ	R\$309.190,00	R\$28.170,00



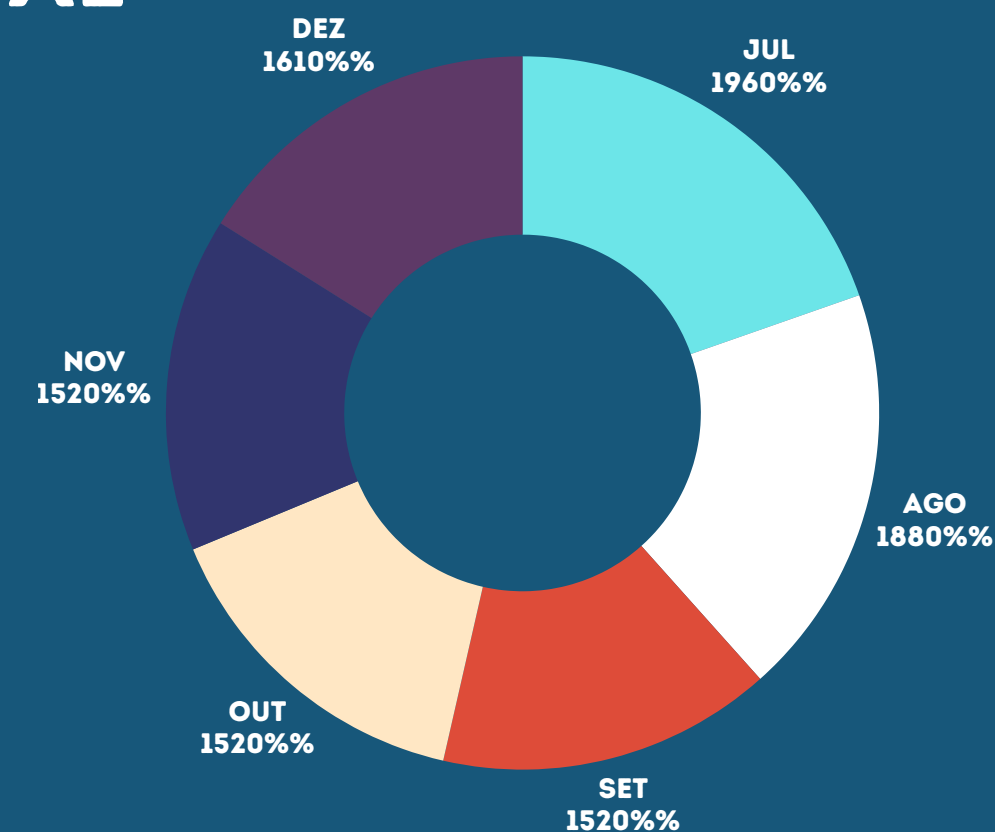
## 4. INVESTIMENTO PÚBLICO MUNICIPAL EM CULTURA



MÊS	INVESTIMENTO PÚBLICO MUNICIPAL EM CULTURA
JAN A JUL	R\$15.029.180,09
AGO	R\$1.157.839,54
SET	R\$939.236,07
OUT	R\$784.088,26
NOV	R\$2.368.541,36
DEZ	R\$2.068.098,85

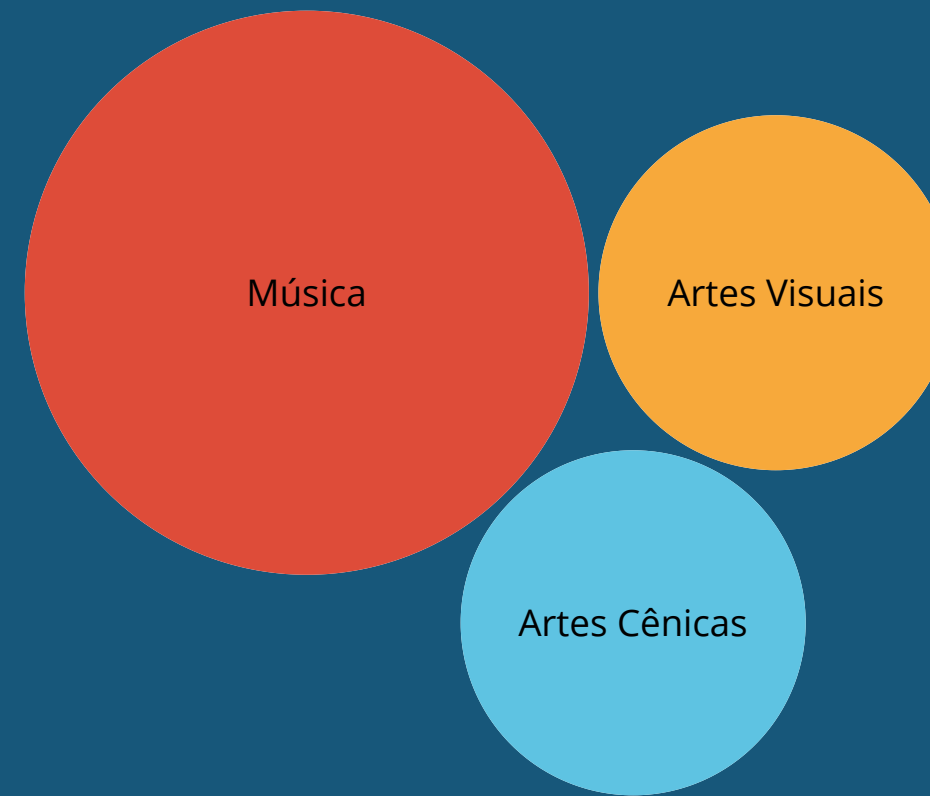
## 5. PERCENTUAL DE INVESTIMENTO MUNICIPAL

MÊS	PERCENTUAL DE INVESTIMENTO
JUL	2,20%
AGO	2,10%
SET	1,70%
OUT	1,70%
NOV	1,70%
DEZ	1,80%

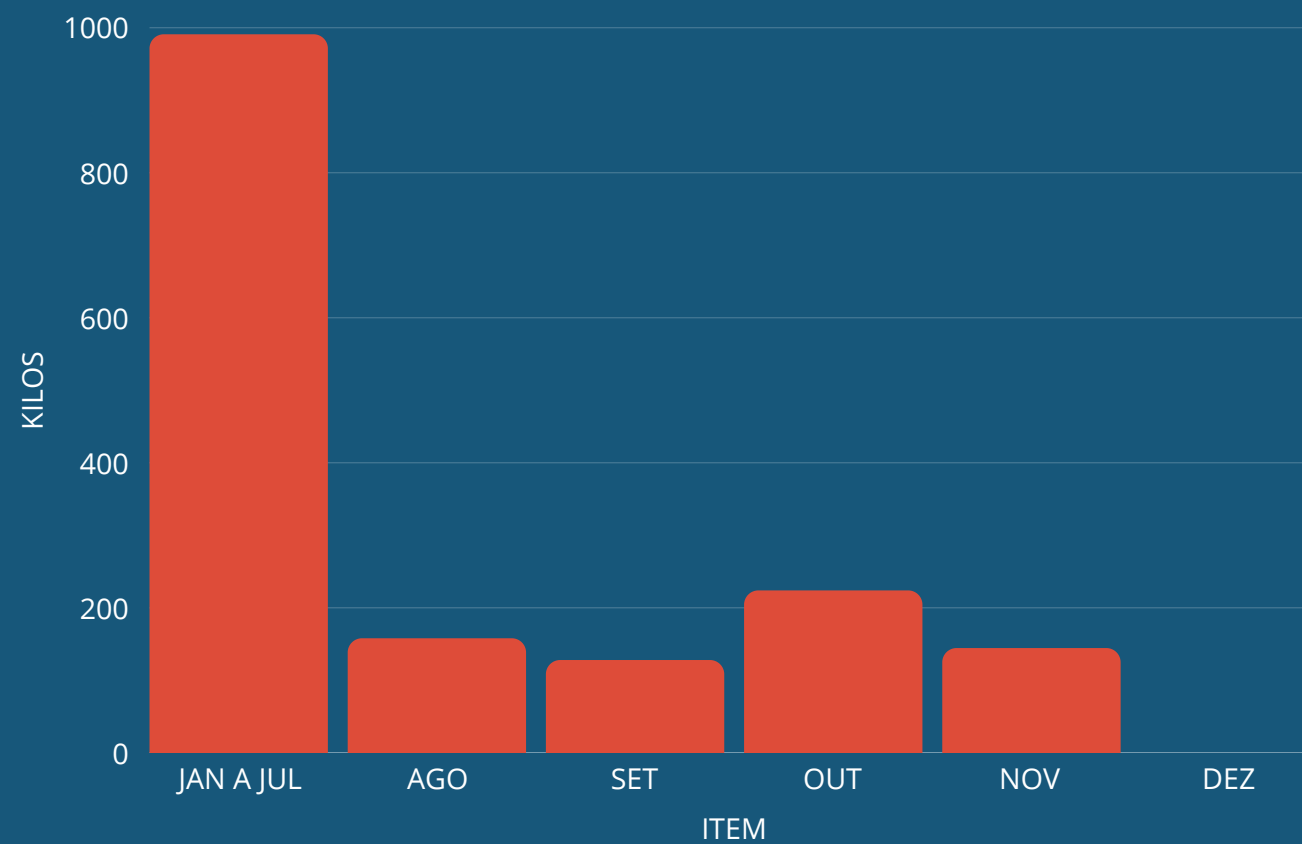


## 6. QUANTO CADA FAMÍLIA ECONOMIZA EM MENSALIDADES COM OS CURSOS OFERTADOS

ITEM	MÉDIA/MENSALIDADE
Música	R\$450,00
Artes Visuais	R\$178,20
Artes Cênicas	R\$168,33



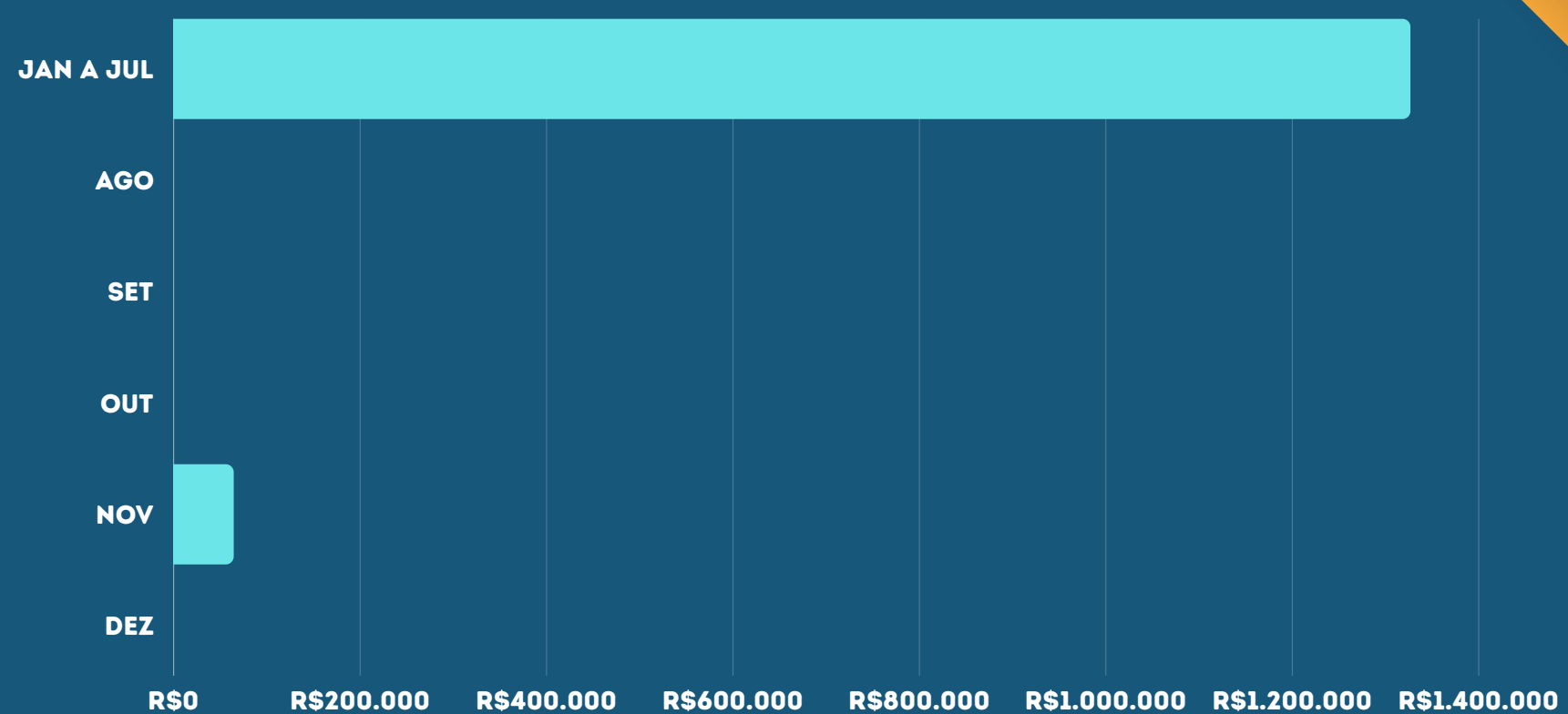
## 7. ARRECADAÇÃO DE ALIMENTOS



MÊS	KILOS
JAN A JUL	991
AGO	158
SET	128
OUT	224
NOV	144,5
DEZ	0

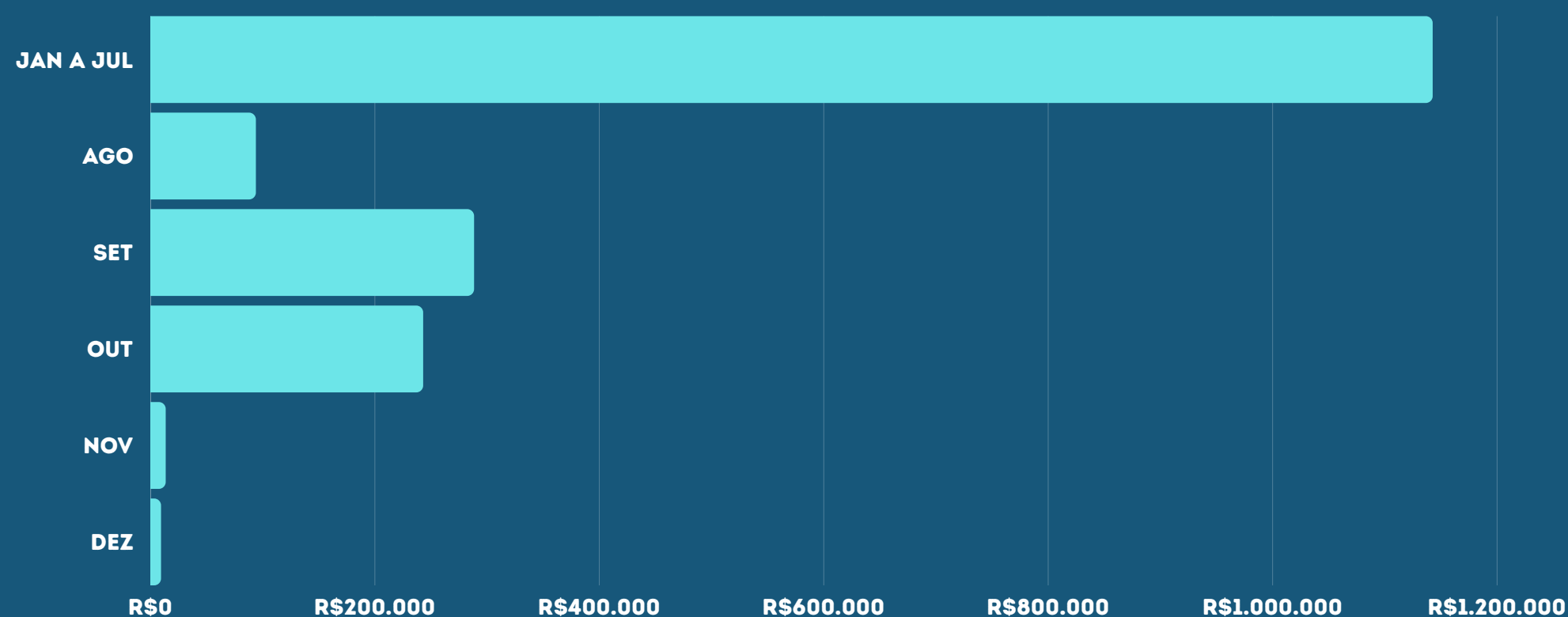
## 8. REPASSE FINANCEIRO A ARTISTAS LOCAIS

MÊS	REPASSE À ARTISTAS
JAN A JUL	R\$1.326.715,98
AGO	R\$0,00
SET	R\$0,00
OUT	R\$0,00
NOV	R\$64.400,00
DEZ	R\$0,00



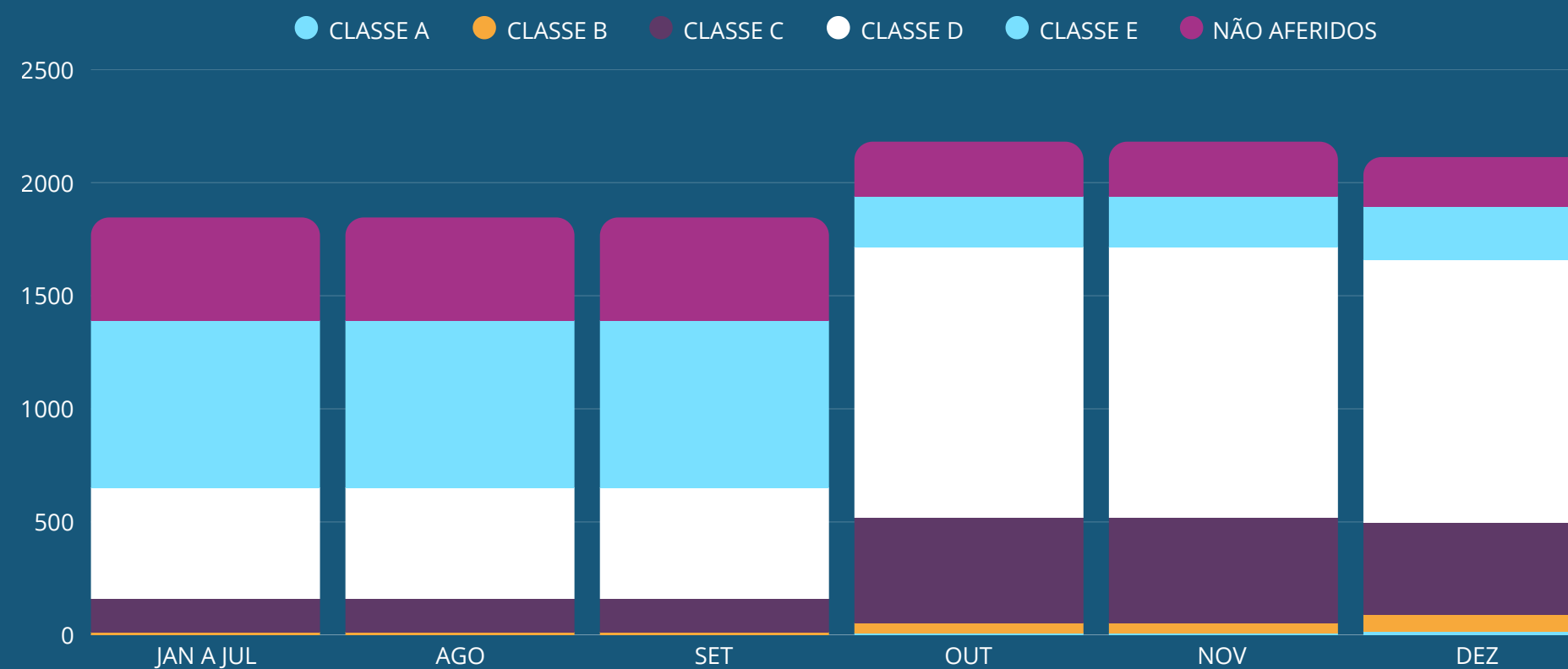
## 9. RECURSOS APORTADOS PARA ATIVIDADES COMUNITÁRIAS

MÊS	RECURSOS APORTADOS
JAN A JUL	R\$1.142.610,00
AGO	R\$93.970,00
SET	R\$288.405,00
OUT	R\$243.024,00
NOV	R\$13.610,00
DEZ	R\$9.445,00

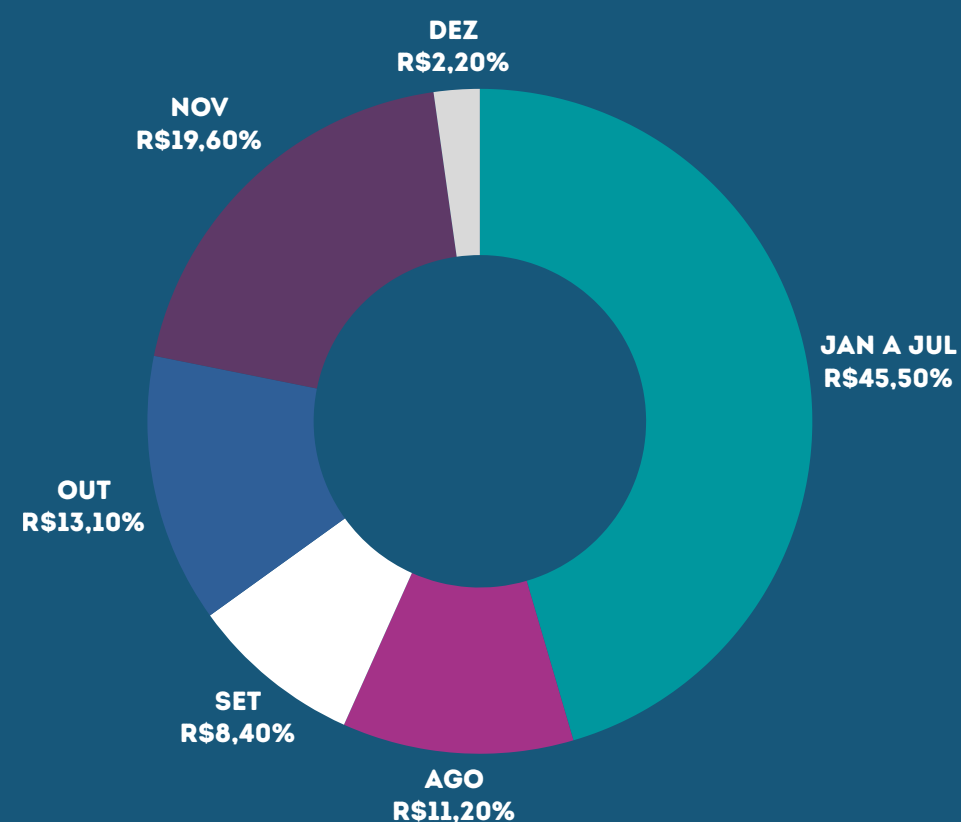


## 10. CLASSE SOCIAL DOS ALUNOS ATENDIDOS PELAS FORMAÇÕES

MÊS	CLASSE A	CLASSE B	CLASSE C	CLASSE D	CLASSE E	NÃO AFERIDOS
JAN A JUL	0	12	150	488	742	454
AGO	0	12	150	488	742	454
SET	0	12	150	488	742	454
OUT	7	48	466	1.194	224	242
NOV	7	48	466	1.194	224	242
DEZ	18	71	408	1.161	237	218



## 11. VALOR ARRECADADO PELO FUNDO MUNICIPAL DE CULTURA



MÊS	VALOR
JAN A JUL	R\$21.953,50
AGO	R\$5.429,40
SET	R\$4.043,61
OUT	R\$6.317,67
NOV	R\$9.472,37
DEZ	R\$1.075,94



# 2

## DIMENSÃO PARTICIPAÇÃO SOCIAL

# 12. PRESENÇA DIGITAL E INFLUÊNCIA ONLINE

INSTAGRAM						
ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
SEGUIDORES	33.015	33.350	33.515	33.926	34.121	34.346
NOVOS SEGUIDORES	2.553	305	137	851	550	551
GÊNERO	71,6% M/28,4% H	71,5% M/28,5% H	71,4% M/28,6% H	71,3%M/28,7%H	71,1%M/28,9%H	71,2%M/28,8%H
VIZUALIZAÇÕES	3.722.708	538.719	563.428	725.242	497.236	385.920
ALCANCE GERAL	637.430	76.354	65.974	110.860	71.660	57.756
INTERAÇÕES COM O CONTEÚDO	123.276	127.119	9.992	19.967	11.507	7.006
POSTAGENS NO FEED	326	49	44	52	38	24
INTERAÇÕES COM POSTAGENS	94.620	10.216	8.001	15.432	9.040	5.730
POSTAGENS NOS STORIES	500	168	125	132	120	105
VIZUALIZAÇÕES DE STORIES	921.570	137.006	121.815	181.665	148.196	116.119
ALCANCE DOS STORIES	54.996	7.151	7.015	10.863	6.074	8.140

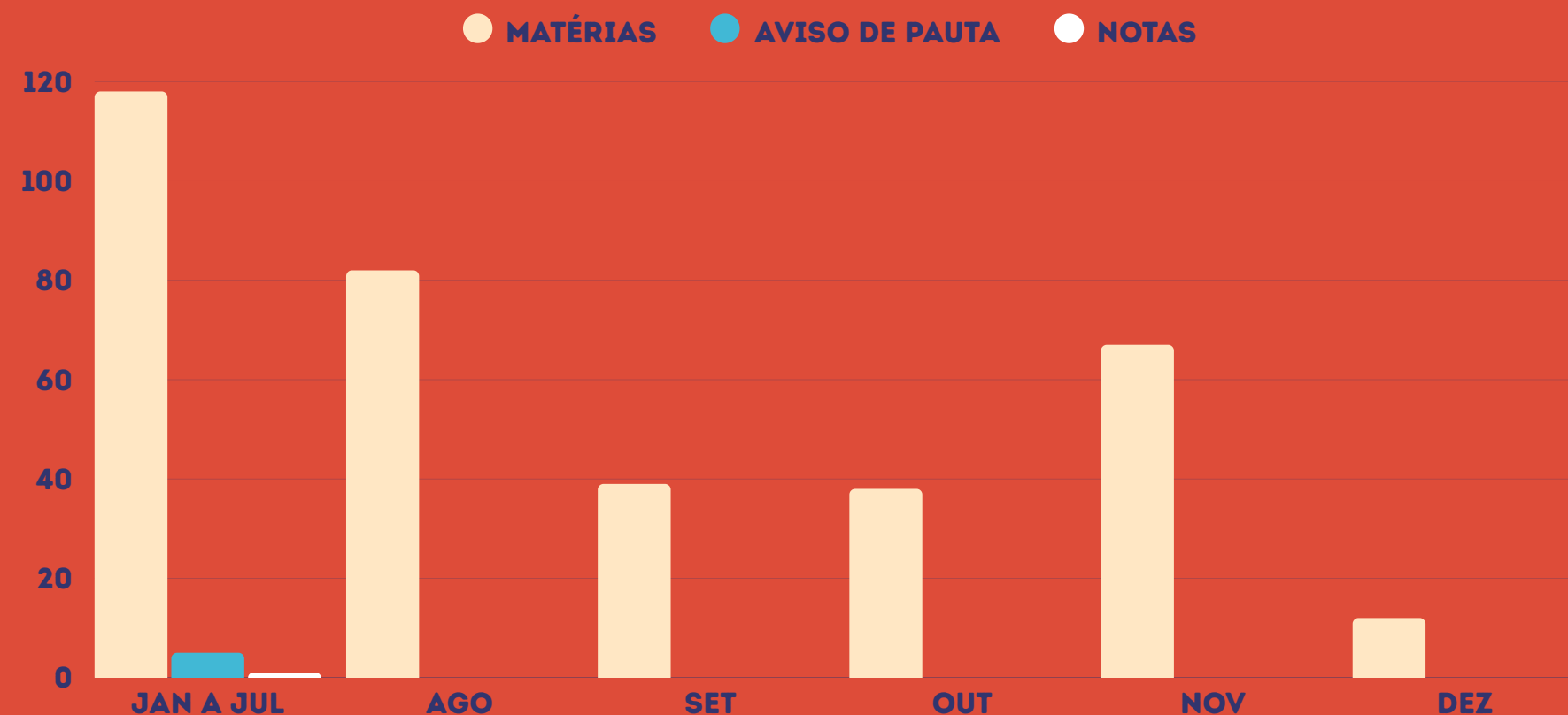
FACEBOOK						
ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
SEGUIDORES	2.484 (julho)	2.499	2.510	2.529	2.543	2.559
GÊNERO	69,1% M/30,9% H	68,9% M/31,1% H	68,9% M/31,1% H	69,4%M/30,6%H	69,3% M/30,7%H	69,2% M/30,8%H
VIZUALIZAÇÕES	99.142	16.953	14.051	18.360	12.317	2.484
ALCANCE GERAL	10.483	3.081	2.188	1.713	1.655	1.655
INTERAÇÕES COM O CONTEÚDO	2.424	504	347	436	245	0

TIK TOK						
ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
SEGUIDORES	111	125	159	251	438	544
GÊNERO	49% M/51% H	49% M/51% H	55% M/45% H	42% M/58% H	37% M/63% H	38% M/62% H
CONTEÚDOS POSTADOS	19	5	12	7	1	20
VIZUALIZAÇÕES DE PUBLICAÇÕES	4.726	1.963	2.550	10.000	9.300	5.800
VIZUALIZAÇÕES DE PERFIL	60	18	18	58	59	40
CURTIDAS	196	125	137	610	786	404
COMENTÁRIOS	9	10	10	33	59	22
COMPARTILHAMENTOS	5	0	1	14	40	12

YOUTUBE						
ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
SEGUIDORES	2.268	2.273	2.279	2.279	2.278	2.280
NOVOS SEGUIDORES	54	5	6	3	-1	2
GÊNERO	57,3% M / 42,7% H	57,3% M / 42,7% H	57,3% M / 42,7% H	57,3% M / 42,7% H	0% M / 100% H	SEM DADOS
VÍDEOS POSTADOS	4	0	1	1	0	0
VIZUALIZAÇÕES TOTAIS	2.588	297	356	329	579	5

WHATSAPP						
ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ATENDIMENTOS	114	100	100	100	96	84
CANAL DE INTERAÇÃO	248	301	316	318	320	320

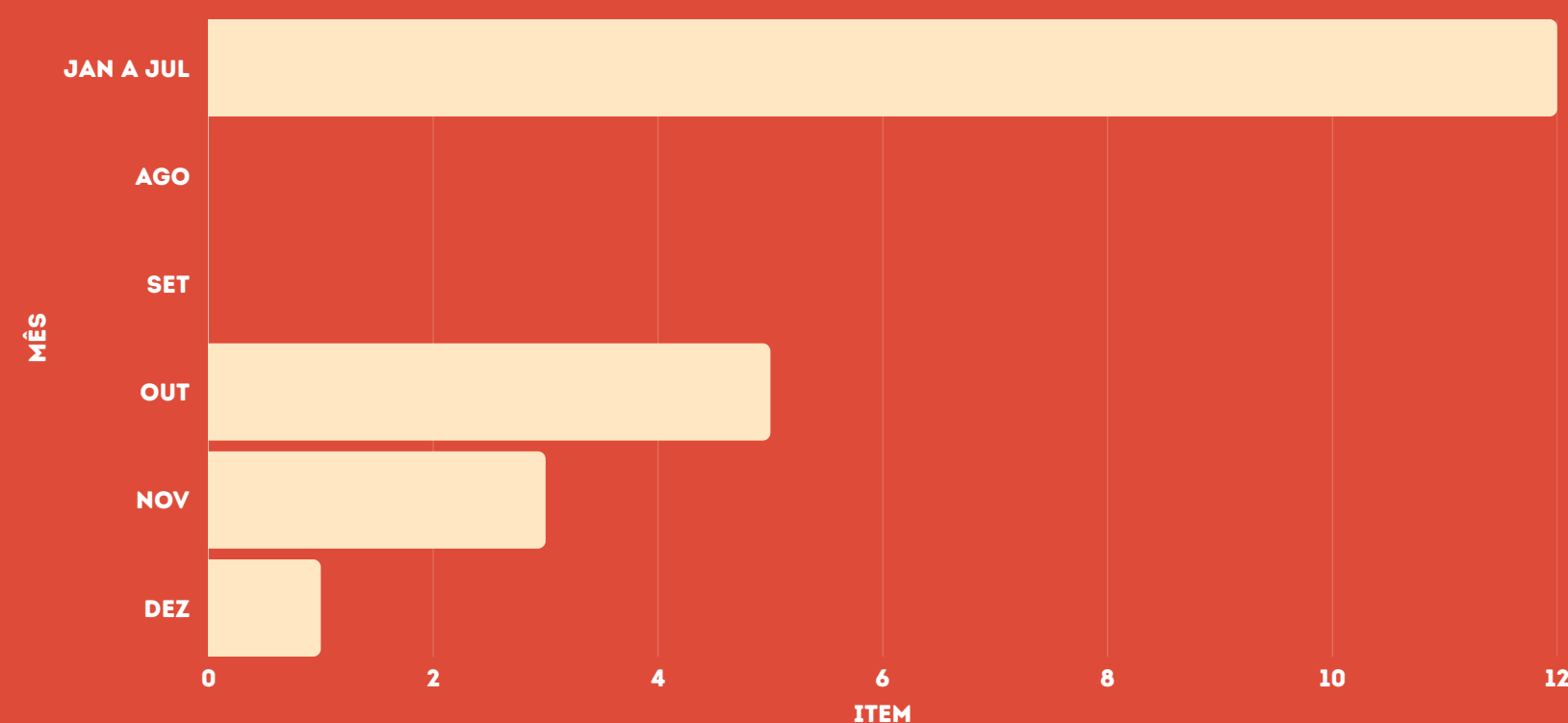
# 13. INFLUÊNCIA - MEIOS DE COMUNICAÇÃO



MÊS	MATÉRIAS	AVISO DE PAUTA	NOTAS
JAN A JUL	118	5	1
AGO	82	0	0
SET	39	0	0
OUT	38	0	0
NOV	67	0	0
DEZ	12	0	0

# 14. ENCONTROS PÚBLICOS DE PARTICIPAÇÃO SOCIAL

MÊS	ITEM
JAN A JUL	12
AGO	0
SET	0
OUT	5
NOV	3
DEZ	1



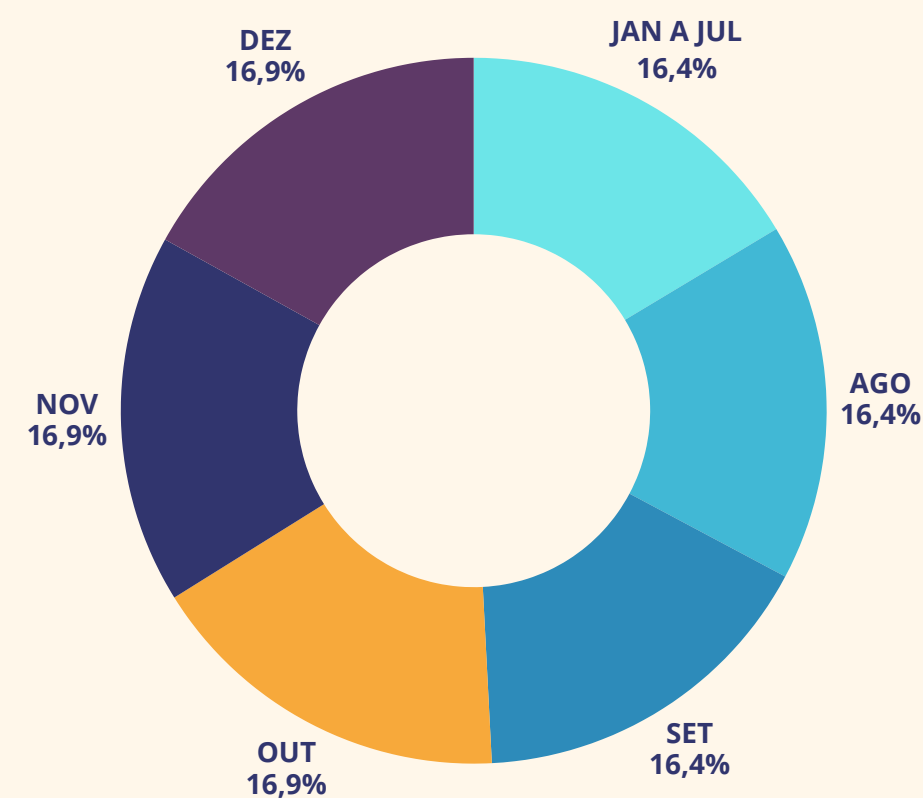


3

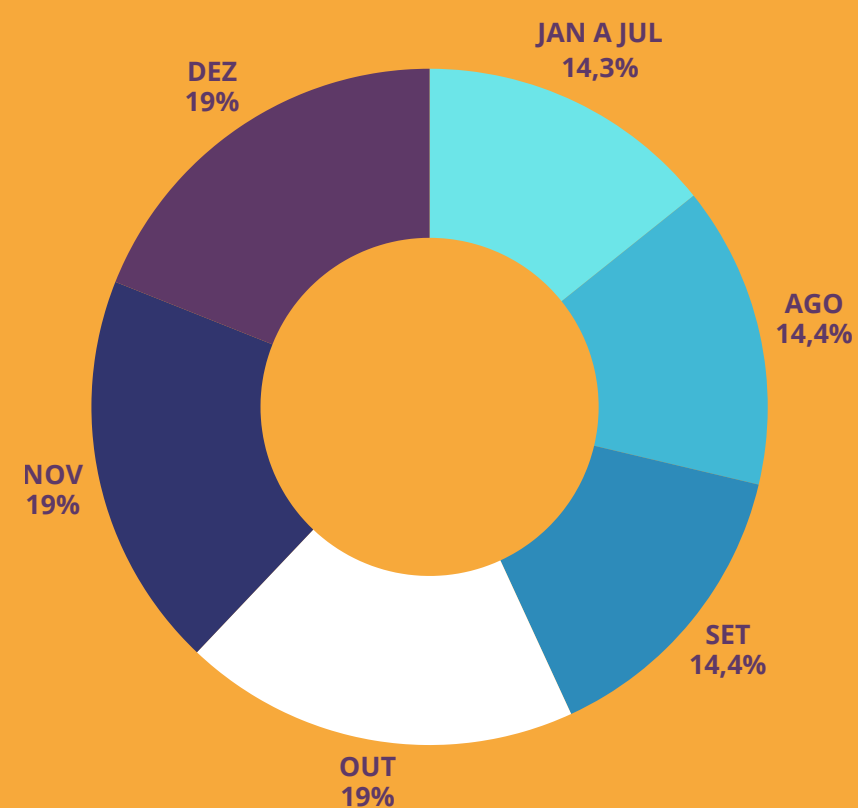
**DIMENSÃO  
EDUCAÇÃO E  
FORMAÇÃO**

## 15. NÚMERO DE ESCOLAS PARTICULARES DEDICADAS AO ENSINO DAS ARTES

MÊS	ESCOLAS
JAN A JUL	30
AGO	30
SET	30
OUT	31
NOV	31
DEZ	31



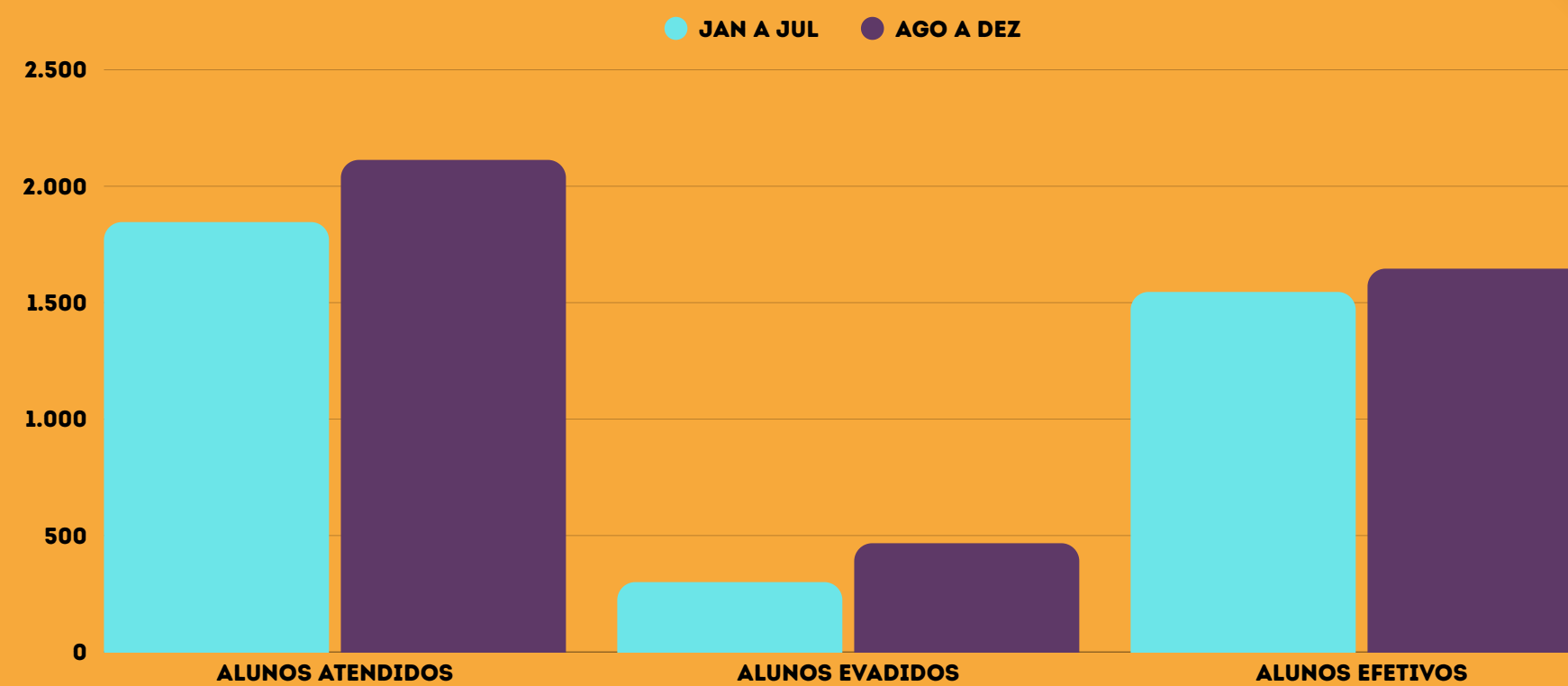
## 16. NÚMERO DE ALUNOS MATRICULADOS



MÊS	ALUNOS
JAN A JUL	1.846
AGO	1.868
SET	1.868
OUT	2.453
NOV	2.453
DEZ	2.456

## 17. NÚMERO DE ALUNOS ATENDIDOS/EVADIDOS/EFETIVOS - SEMESTRAL

MÊS	JAN A JUL	AGO A DEZ
ALUNOS ATENDIDOS	1.846	2.113
ALUNOS EVADIDOS	300	467
ALUNOS EFETIVOS	1.546	1.646



## 18. QUANTIDADE DE CURSOS - POLOS E ESPAÇOS PARCEIROS

MÊS	CURSOS
JAN A SET	46
OUT A DEZ	45

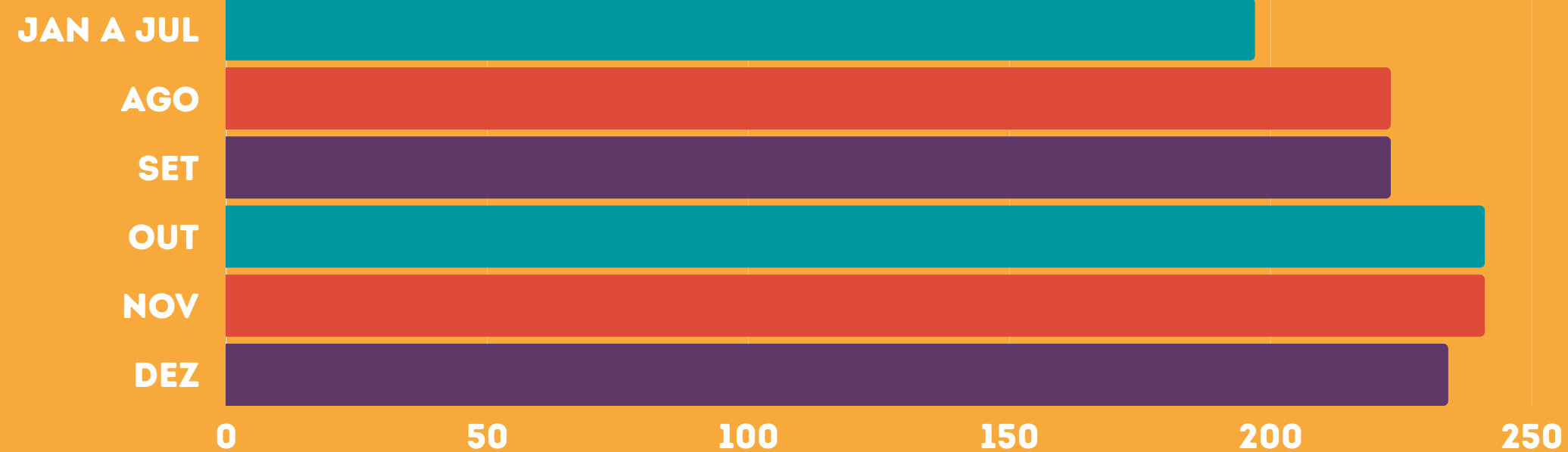


## 19. QUANTIDADE DE LINGUAGENS

MÊS	LINGUAGENS
JAN A DEZ	5

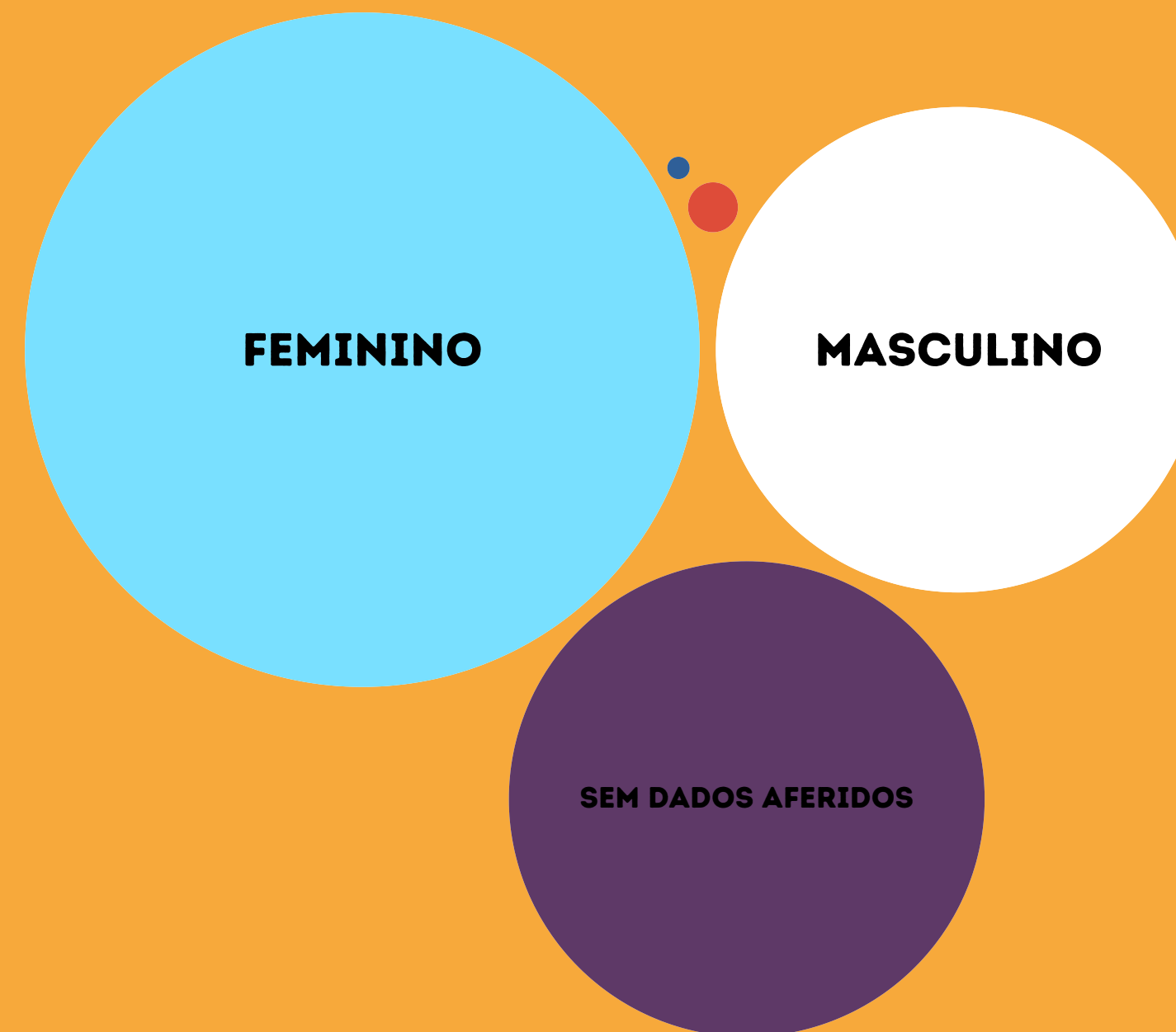
## 20. NÚMERO DE ALUNOS COM DEFICIÊNCIA

MÊS	Nº DE ALUNOS COM DEFICIÊNCIA
JAN A JUL	197
AGO	223
SET	223
OUT	241
NOV	241
DEZ	234



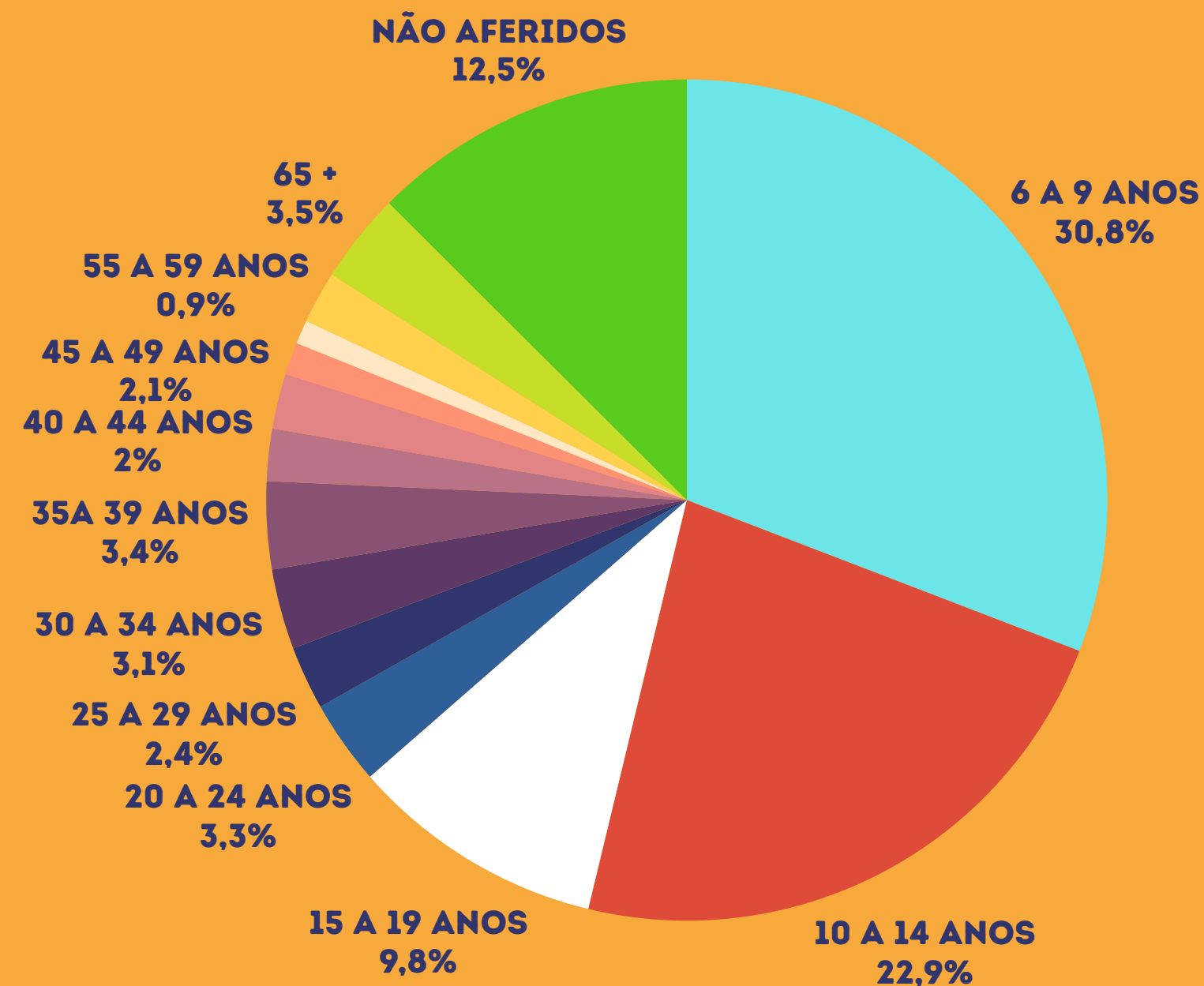
## 21. GÊNERO DOS ALUNOS

GÊNERO	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Masculino	473	473	473	712	712	696
Feminino	913	913	913	1.230	1.230	1.205
Optou não informar	5	5	5	6	6	6
Não Binário	1	1	1	3	3	3
Outros	0	0	0	0	0	1
Sem dados aferidos	454	454	454	231	231	202



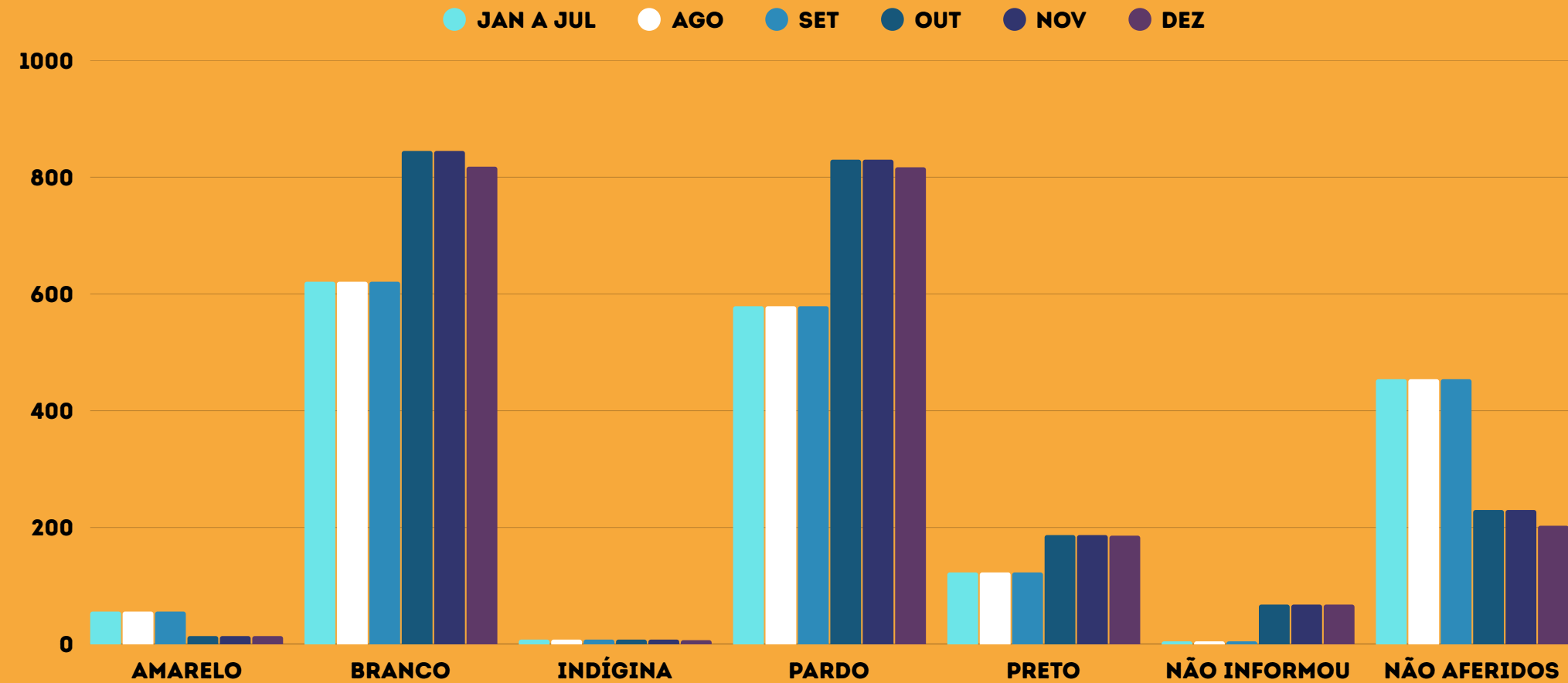
## 22.IDADE (FAIXA ETÁRIA DOS ALUNOS)

IDADE	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
6 a 9 anos	569	569	569	679	679	608
10 a 14 anos	423	423	423	510	510	480
15 a 19 anos	181	181	181	261	261	316
20 a 24 anos	60	60	60	71	71	67
25 a 29 anos	45	45	45	58	58	59
30 a 34 anos	57	57	57	60	60	63
35a 39 anos	62	62	62	62	62	59
40 a 44 anos	37	37	37	49	49	54
45 a 49 anos	39	39	39	51	51	49
50 a 54 anos	23	23	23	28	28	32
55 a 59 anos	17	17	17	24	24	23
60 a 64 anos	37	37	37	33	33	32
65 +	64	64	64	52	52	57
Não aferidos	231	231	231	233	233	214



## 23. RAÇA (ALUNOS)

RAÇA	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Amarelo	56	56	56	14	14	14
Branco	621	621	621	845	845	818
Indígena	8	8	8	8	8	7
Pardo	579	579	579	830	830	817
Preto	123	123	123	187	187	186
Não informou	5	5	5	68	68	68
Não aferidos	454	454	454	230	230	203



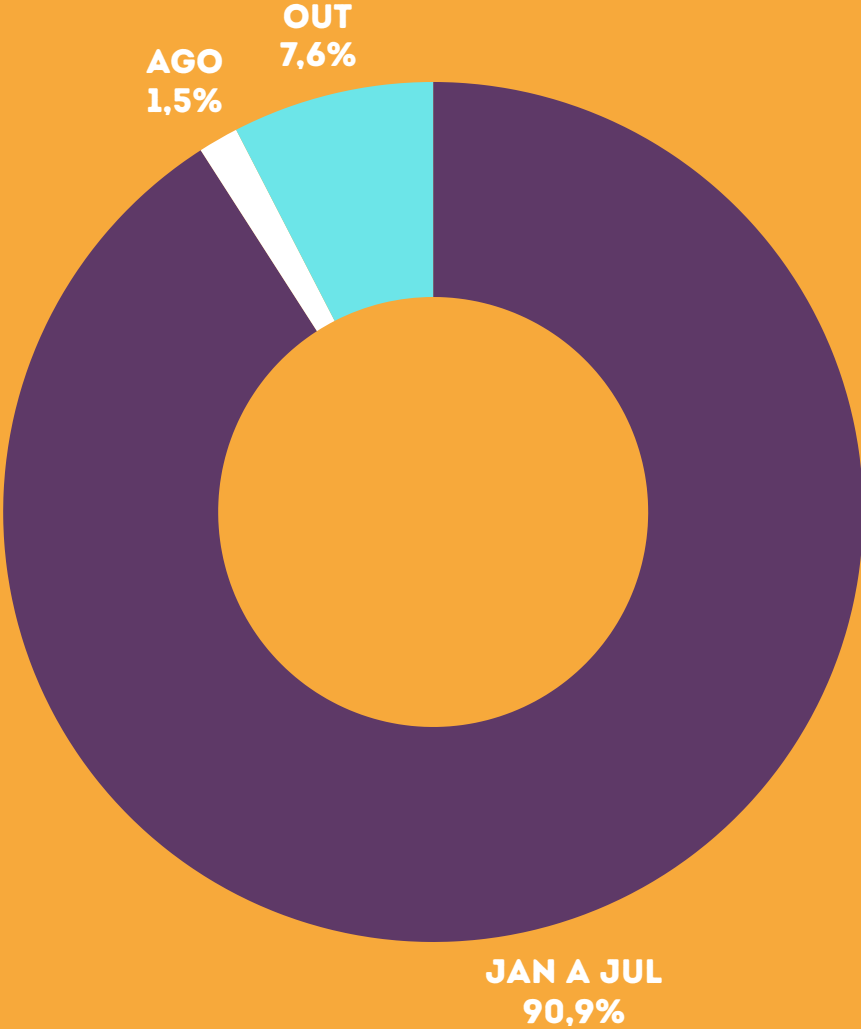
## 24. QUANTIDADE DE CURSOS LIVRES, PREPARATÓRIOS E TÉCNICOS

MÊS	CURSOS
JAN A DEZ	35

## 25. NÚMERO DE HORAS DE ENSINO

MÊS	HORAS DE ENSINO
JAN A DEZ	1.544H por mês

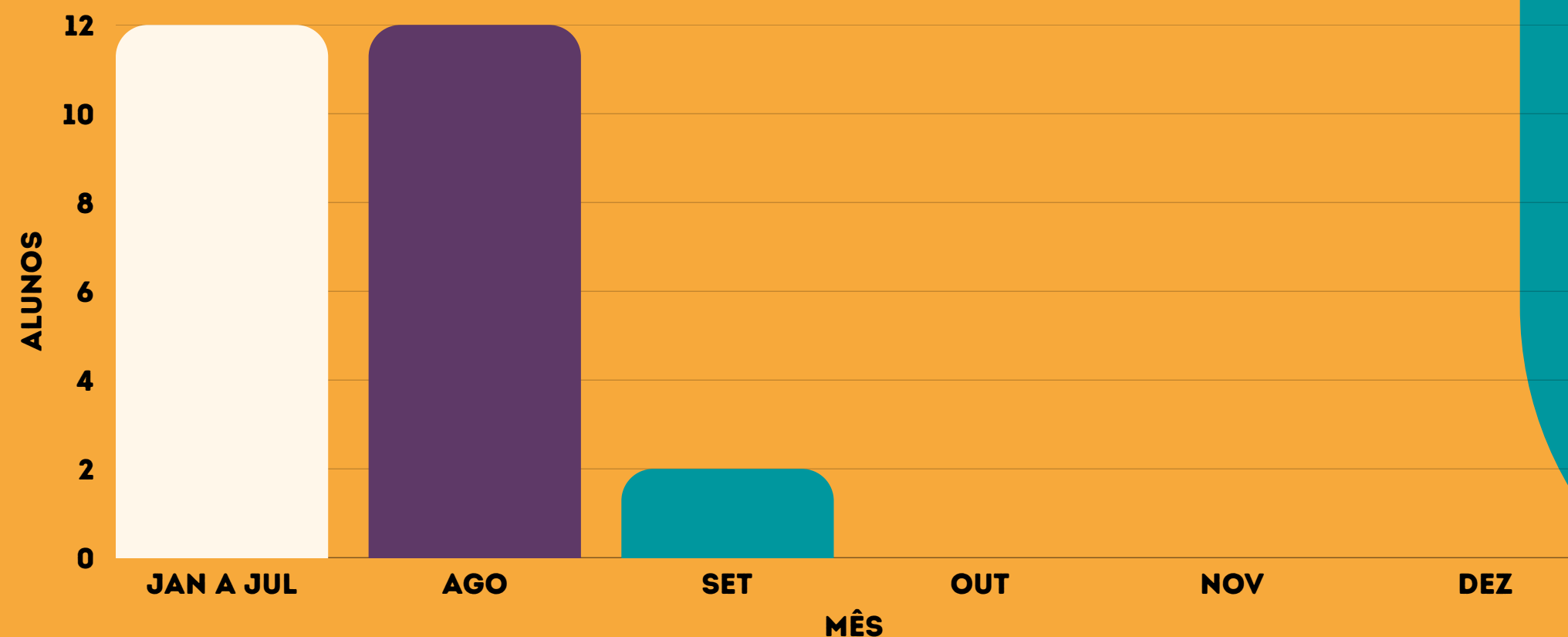
## 26. FORMAÇÃO PROFISSIONAL PARA O EMPREGO



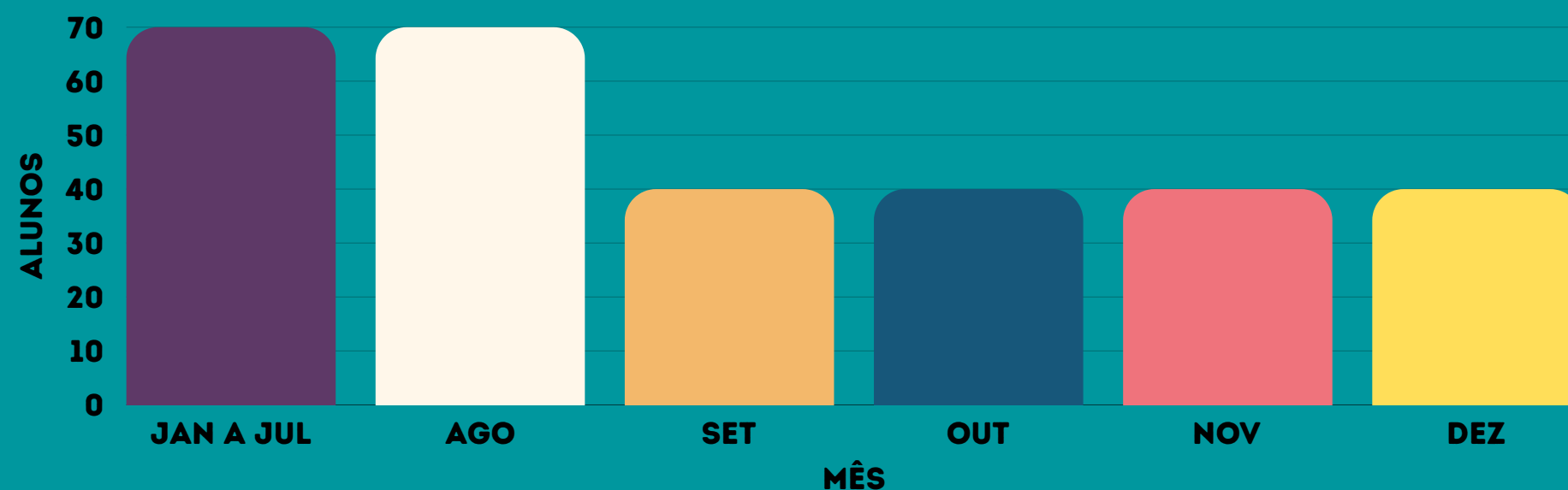
MÊS	QUANTIDADE DE PESSOAS
JAN A JUL	60
AGO	1
SET	0
OUT	5
NOV	0
DEZ	0

## 27. NÚMERO DE CAPACITAÇÕES

MÊS	CAPACITAÇÕES
JAN A JUL	12
AGO	12
SET	2
OUT	0
NOV	0
DEZ	0



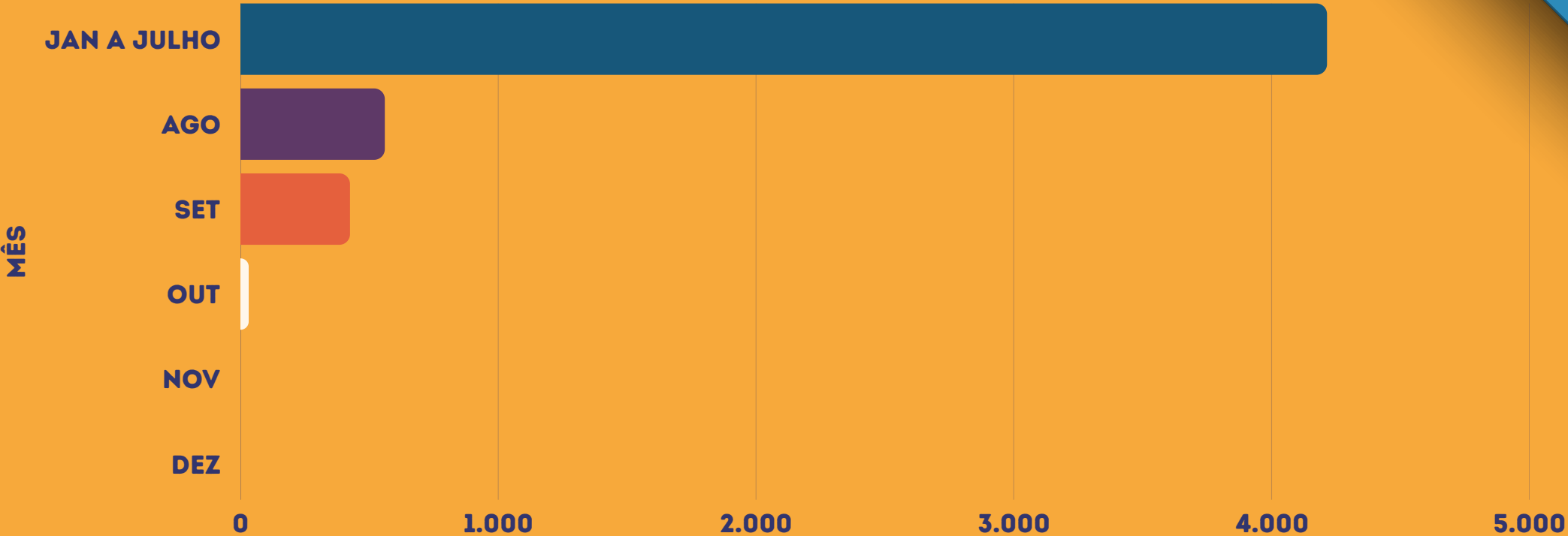
## 28. NÚMERO DE PESSOAS ATENDIDAS COM BOLSA DE ESTUDOS PARA AS FORMAÇÕES



MÊS	ALUNOS
JAN A JUL	70
AGO	70
SET	40
OUT	40
NOV	40
DEZ	40

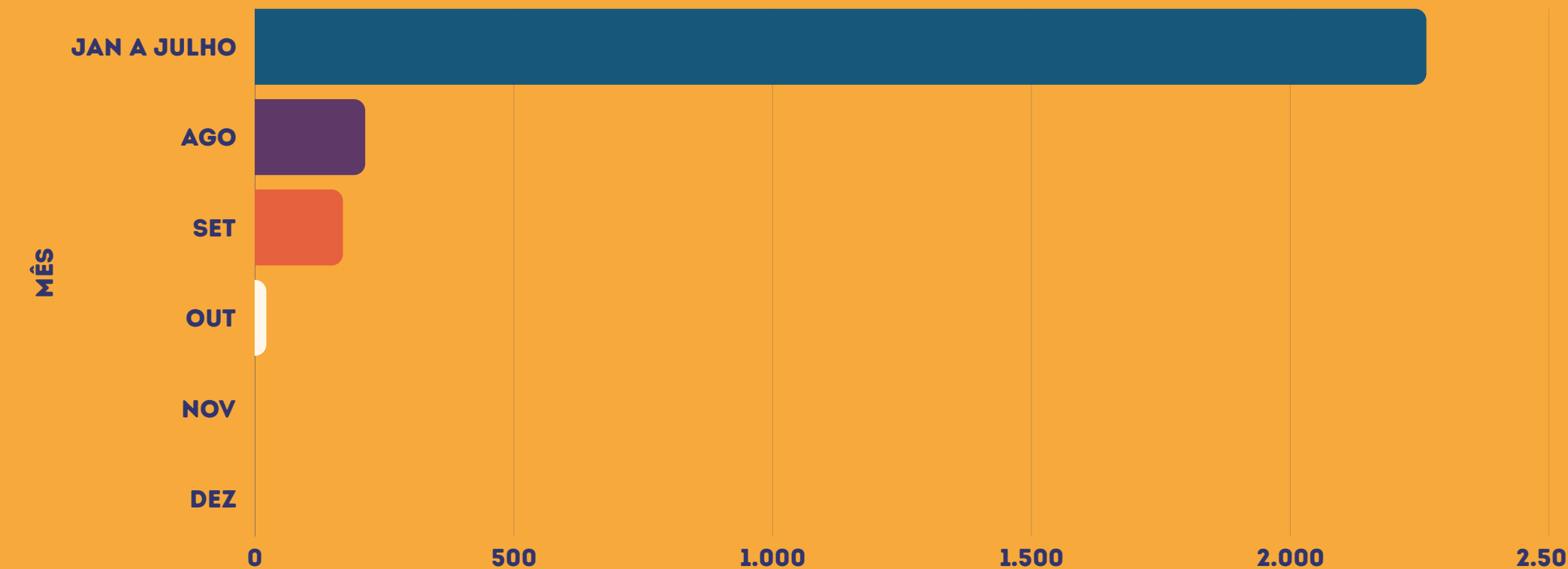
# 29. NÚMERO DE EMPRÉSTIMOS DE VOLUMES DE MANEIRA ITINERANTE OU DIRETO NA BIBLIOTECA

MÊS	EMPRÉSTIMOS
JAN A JULHO	4.215
AGO	560
SET	425
OUT	32
NOV	0
DEZ	0

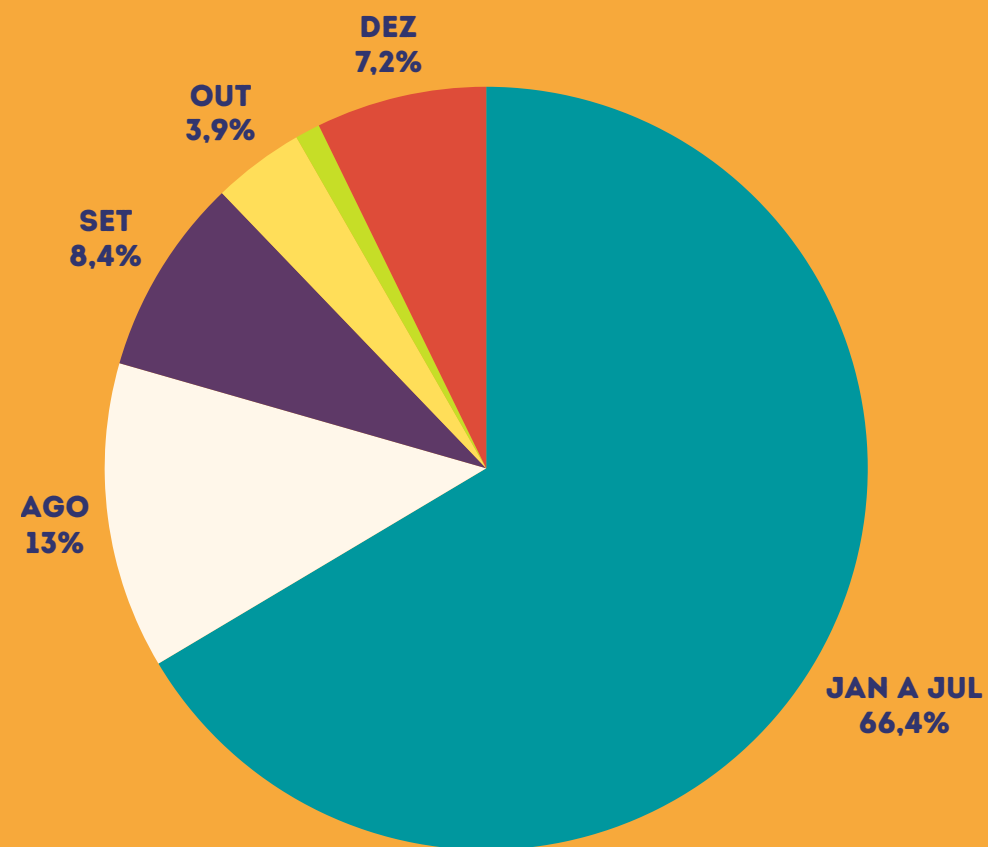


# 30. NÚMERO DE VISITANTES NA BIBLIOTECA

MÊS	VISITANTES
JAN A JULHO	2.263
AGO	213
SET	170
OUT	22
NOV	0
DEZ	0



## 31. NÚMERO DE PESQUISAS ONLINE E DE FINAL DE SEMANA NA BIBLIOTECA



MÊS	QUANTIDADE DE PESQUISAS
JAN A JUL	9.431
AGO	1.844
SET	1.190
OUT	552
NOV	150
DEZ	1.026

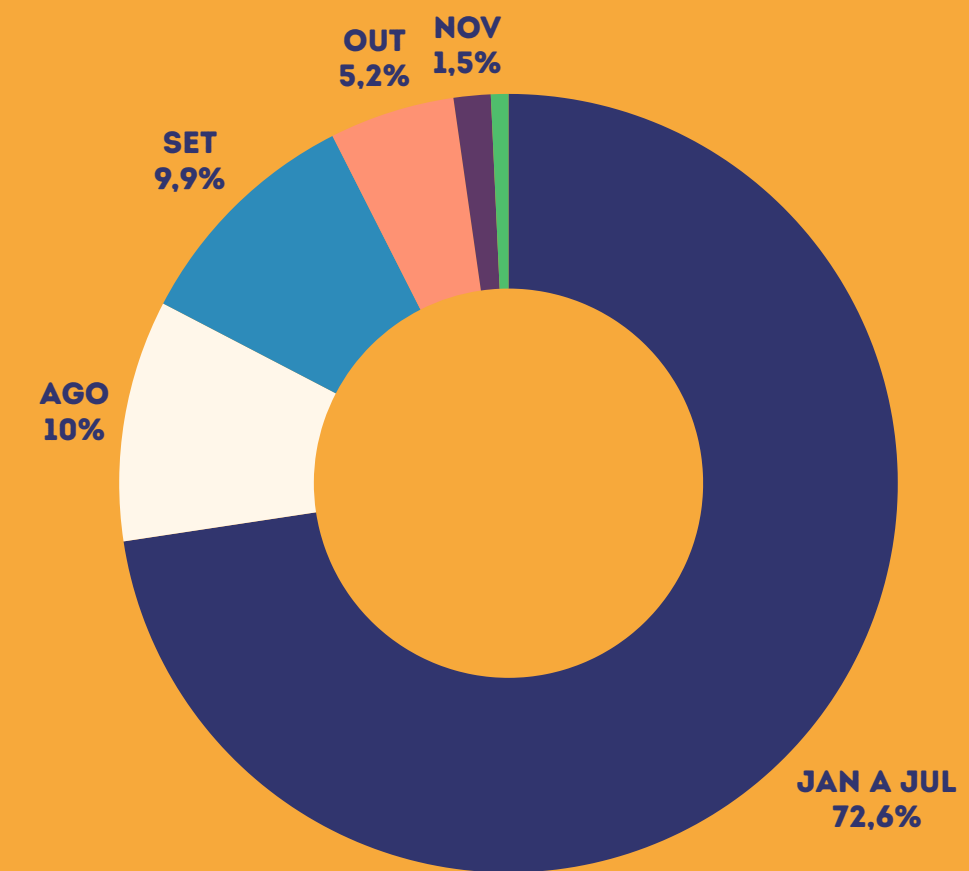
## 32. NÚMERO DE ACESSOS À INTERNET DA BIBLIOTECA

MÊS	ACESSOS
JAN A JUL	252
AGO	23
SET	11
OUT	2
NOV	0
DEZ	0

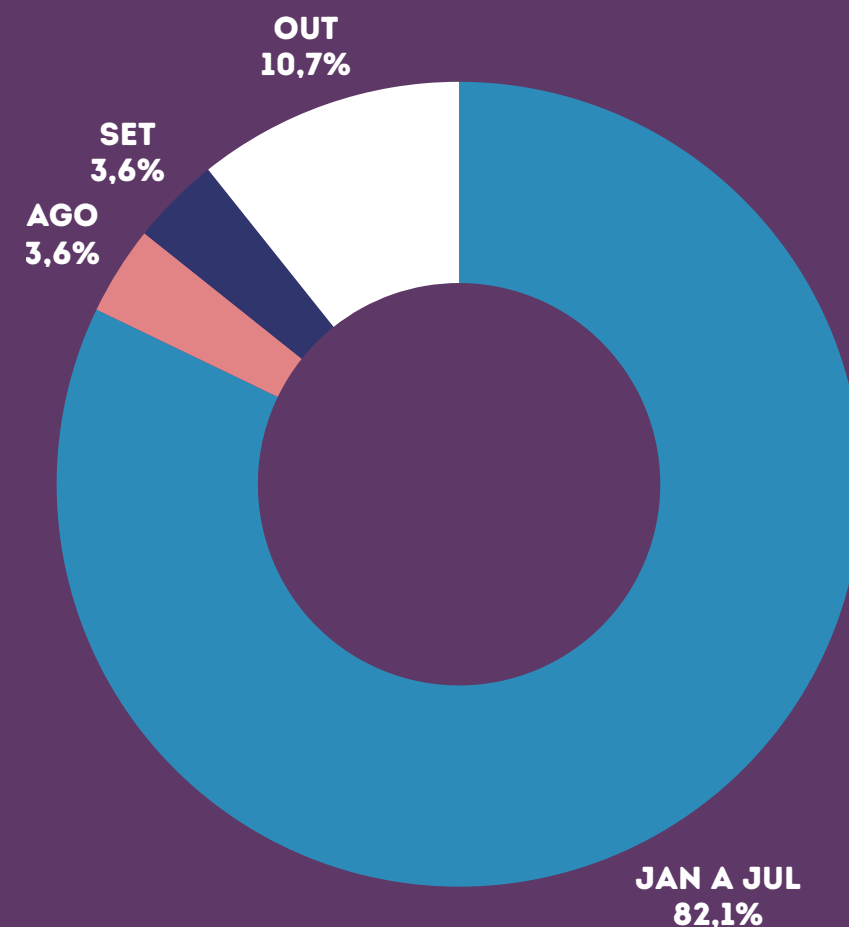


### 33. NÚMERO DE ATENDIMENTOS VIA BIBLIOZAP

MÊS	ATENDIMENTOS
JAN A JUL	1.702
AGO	235
SET	232
OUT	122
NOV	36
DEZ	17

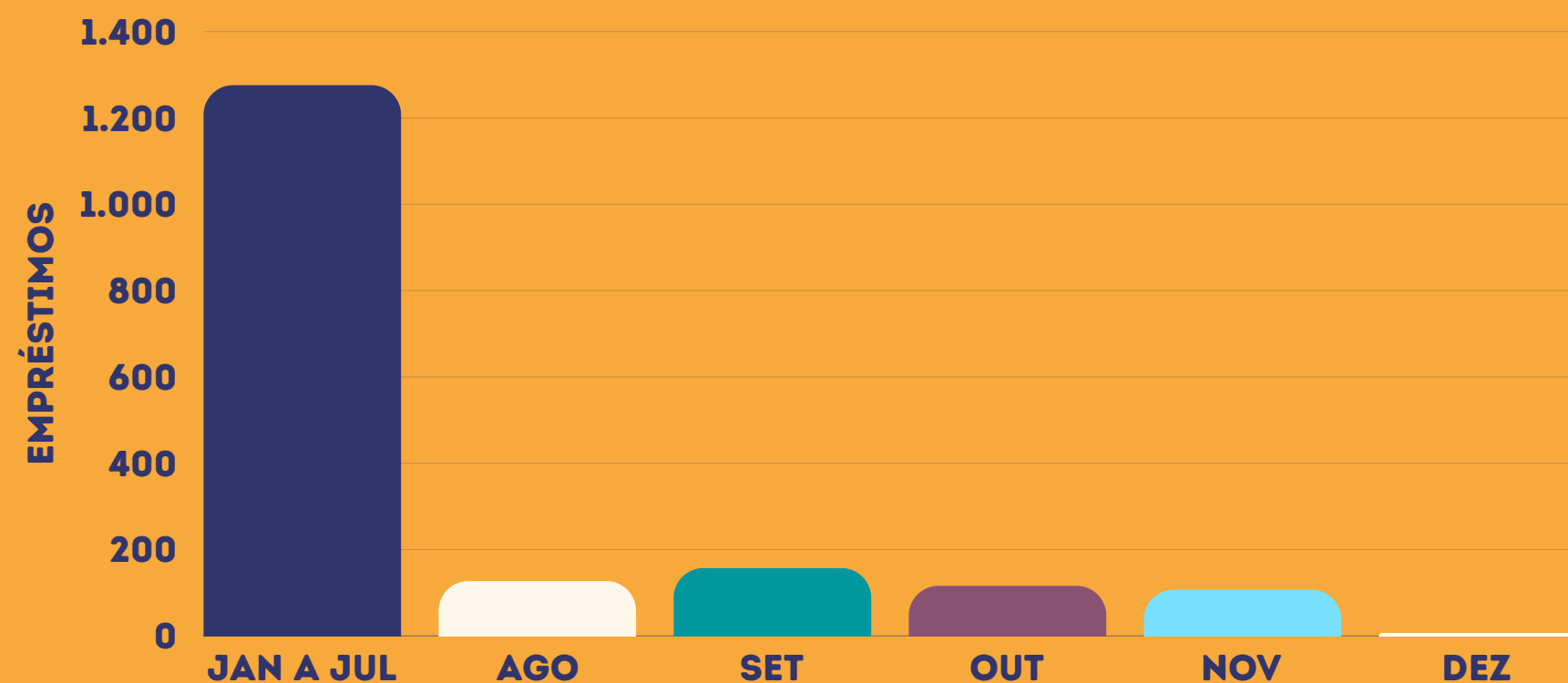


### 34. NÚMERO DE MATÉRIAS PUBLICADAS RELACIONADAS AS AÇÕES DA BIBLIOTECA



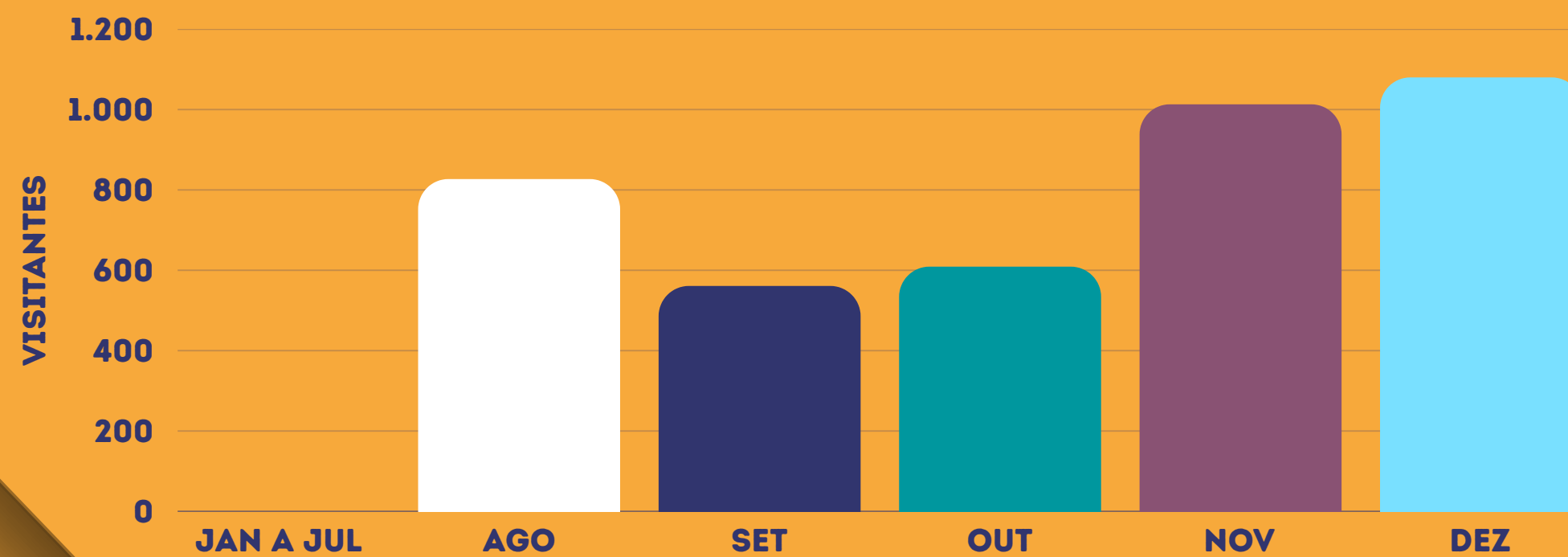
MÊS	MATÉRIAS
JAN A JUL	23
AGO	1
SET	1
OUT	3
NOV	0
DEZ	0

## 35. NÚMERO DE DOAÇÕES PARA A BIBLIOTECA




MÊS	DOAÇÕES
JAN A JUL	1.276
AGO	127
SET	157
OUT	116
NOV	107
DEZ	7

## 36. NÚMERO DE VISITANTES NO MUSEU ESTAÇÃO JACUBA



MÊS	VISITANTES
JAN A JUL	-
AGO	827
SET	561
OUT	609
NOV	1.013
DEZ	1.080

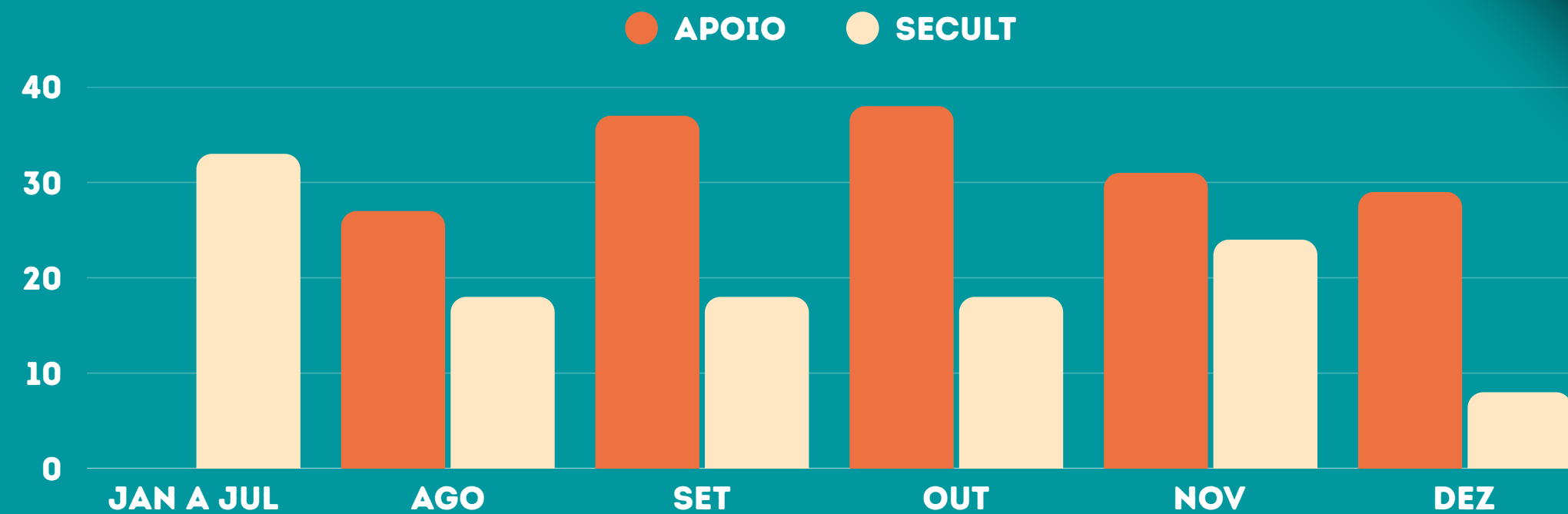


4

**DIMENSÃO  
ARTÍSTICA**

## 37. NÚMERO DE ATIVIDADES CULTURAIS E DE APOIO REALIZADAS

MÊS	SECULT	APOIO
JAN A JUL	33	-
AGO	18	27
SET	18	37
OUT	18	38
NOV	24	31
DEZ	8	29



## 38. NÚMERO DE PESSOAS ATENDIDAS PELAS ATIVIDADES CULTURAIS

MÊS	QUANTIDADE PESSOAS
JAN A JUL	13.807
AGO	2.659
SET	1.462
OUT	5.166
NOV	3.421
DEZ	4.480



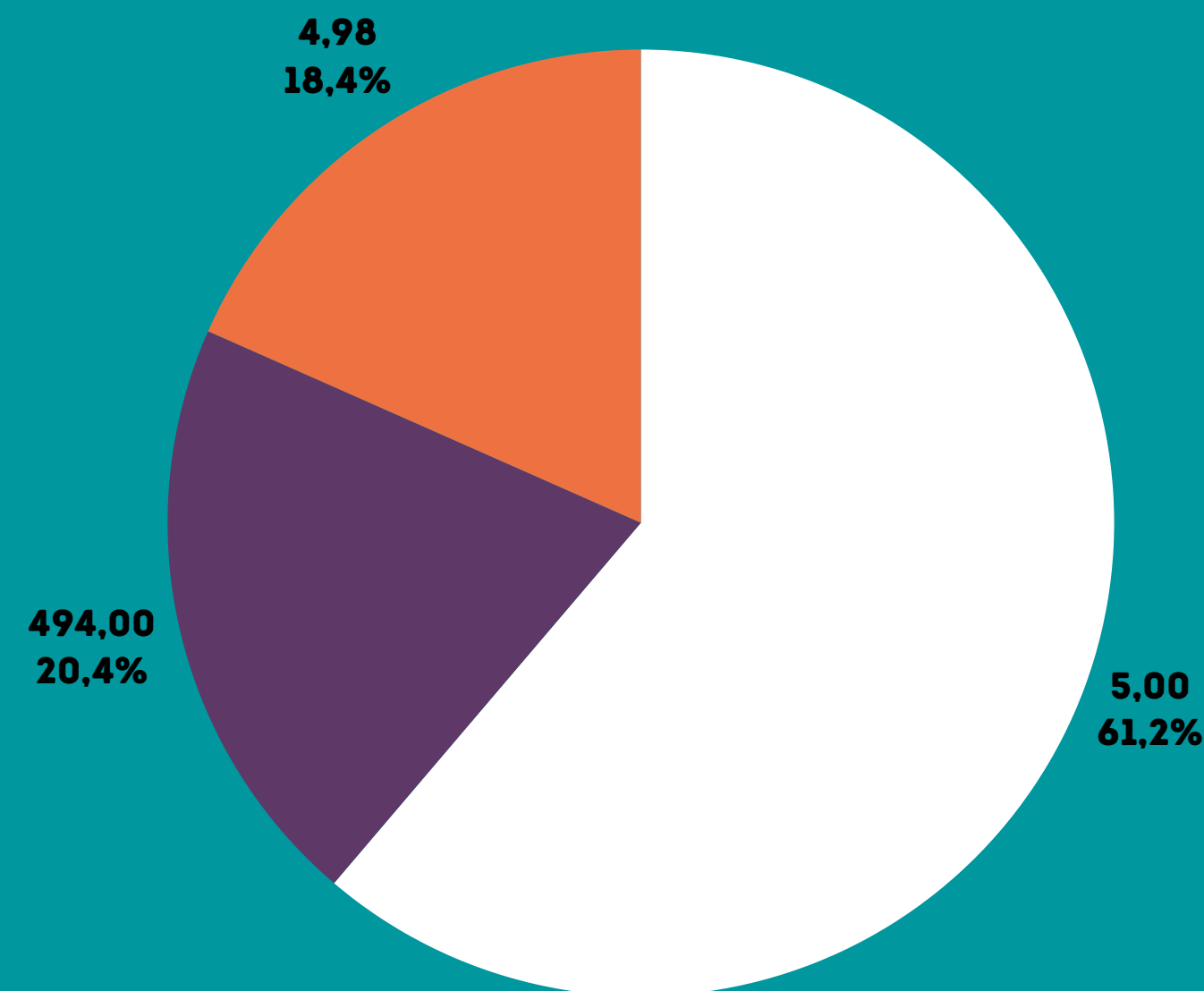
## 39. NÚMERO DE ALUNOS DA REDE PÚBLICA ATENDIDOS POR FORMAÇÕES CULTURAIS

Sem dados aferidos

## 40. SATISFAÇÃO DOS EVENTOS CULTURAIS REALIZADOS PELA SECULT

Alguns eventos:

EVENTOS	SET	OUT	NOV
CONCERTO NO PAÇO	5	-	-
PARADA POÉTICA	49	5	
BRC	5	5	5
+ DANÇA		494	5
HORTOCITY COMEDY	4,81	5	5
SEXTA MUSICAL	494	5	5
ESPETÁCULO TEATRAL	4,88	4,98	4,5



## 41. NÚMERO DE GRUPOS ARTÍSTICOS PRÓPRIOS



MÊS	GRUPOS
JAN A JUL	14
AGO	14
SET	15
OUT	15
NOV	15
DEZ	15

## 42. PÚBLICO ATENDIDO POR CADA GRUPO ARTÍSTICO

Sem dados aferidos

## 43. RECURSO INVESTIDO X PÚBLICO X GRUPO

### NOVA BANDA JOVEM

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	23	5	6	4	6	6
APRESENTAÇÕES	2	0	1	0	2	2
PÚBLICO ATENDIDO	4.500	205	452	160	24	240
RECURSO INVESTIDO	R\$:103.400	R\$:18.200	R\$:18.500	R\$:18.500	R\$:18.500	R\$:18.500

### BANDA DOS PITICOS

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	22	4	5	2	4	4
APRESENTAÇÕES	4	0	0	2	0	0
PÚBLICO ATENDIDO	1.000	150	210	910	210	210
RECURSO INVESTIDO	R\$:9.500	R\$:1.900	R\$:1.900	R\$:1.900	R\$:1.900	R\$:1.900

### BANDA MUNICIPAL

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	32	5	3	4	5	5
APRESENTAÇÕES	3	0	2	1	0	0
PÚBLICO ATENDIDO	992	125	442	200	175	175
RECURSO INVESTIDO	R\$:243.984,55	R\$:35.549,13	R\$:35.785,55	R\$:33.794,75	R\$:33.801,05	R\$:35.927,30

### MADEIRA BRASIL

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	11	1	1	1	1	1
APRESENTAÇÕES	3	1	1	1	0	1
PÚBLICO ATENDIDO	976	1.030	194	200	200	200
RECURSO INVESTIDO	R\$:28.420	R\$:4.060	R\$:4.060	R\$:4.060	R\$:4.060	R\$:4.060



## 43. RECURSO INVESTIDO X PÚBLICO X GRUPO

### SOPRO DE PRATA

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	12	2	2	1	1	1
APRESENTAÇÕES	2	0	0	1	1	1
PÚBLICO ATENDIDO	770	15	16	120	150	150
RECURSO INVESTIDO	R\$:32.500	R\$:4.570	R\$:4.570	R\$:5.080	R\$:5.080	R\$:4.570

### VIBRASAX

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	9	1	1	2	1	1
APRESENTAÇÕES	5	1	1	0	1	1
PÚBLICO ATENDIDO	1.996	530	316	14	200	200
RECURSO INVESTIDO	R\$:28.930,00	R\$:4.570	R\$:4.560	R\$:4.570	R\$:4.570	R\$:3.040

### ARCO BRASIL

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	9	1	0	1	0	0
APRESENTAÇÕES	5	1	2	1	2	2
PÚBLICO ATENDIDO	3.060	530	1.120	300	1.120	1.120
RECURSO	R\$:35.370	R\$:5.450	R\$:5.450	R\$:5.450	R\$:5.450	R\$:4.940



## 43. RECURSO INVESTIDO X PÚBLICO X GRUPO

### QUINTETO CULTURA

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
APRESENTAÇÕES	28	-	7	0	0	0
PÚBLICO ATENDIDO	6.790	-	330	0	0	0
RECURSO INVESTIDO	R\$:105.000	R\$:15.000	R\$:15.000	R\$:15.000	R\$:15.000	R\$:15.000

### CORAL JOVEM

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	27	4	4	4	4	4
APRESENTAÇÕES	2	1	0	1	0	0
PÚBLICO ATENDIDO	287	550	134	120	160	160
RECURSO INVESTIDO	R\$:23.275,00	R\$:3.325	R\$:3.325	R\$:3.325	R\$:3.325	R\$:3.325

### ORQUESTRA DE VIOLA CAIPIRA

ITEM	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
ENSAIOS	5	2	0	1	1	1
APRESENTAÇÕES	7	1	3	0	0	0
PÚBLICO ATENDIDO	3.100	130	1.260	30	35	35
RECURSO INVESTIDO	R\$:77.000	R\$:11.000	R\$:11.000	R\$:11.000	R\$:11.000	R\$:11.000



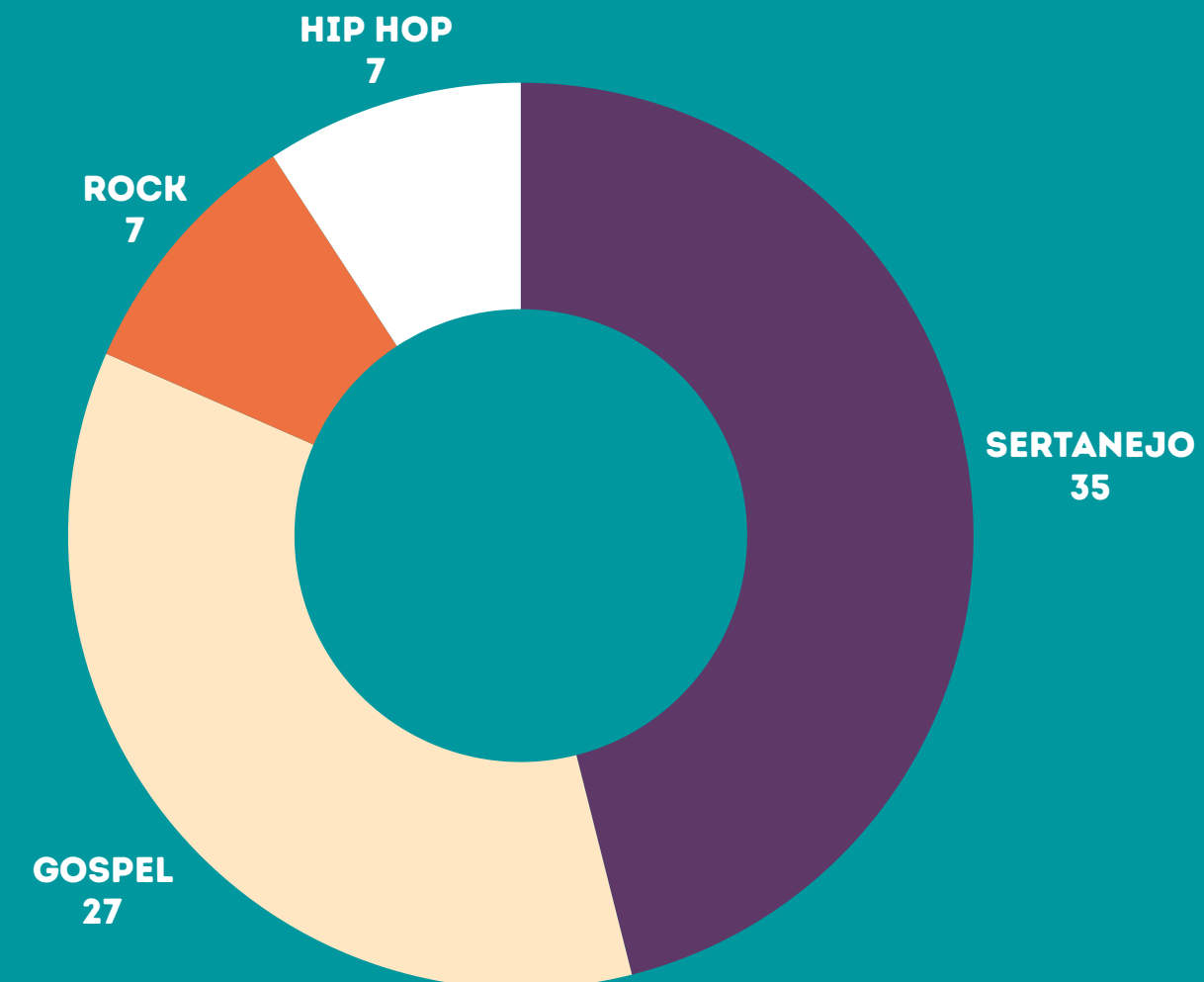
## 44. NÚMERO DE ARTISTAS CADASTRADOS

MÊS	ARTISTAS
JAN A DEZ	458

## 45. PREFERÊNCIA ARTÍSTICA LOCAL - ESTILO MUSICAL

4 PRINCIPAIS:

PREFERÊNCIA	PORCENTAGEM
SERTANEJO	35%
GOSPEL	27%
ROCK	7%
HIP HOP	7%



## 46. PARTICIPAÇÃO EM ATIVIDADES CULTURAIS

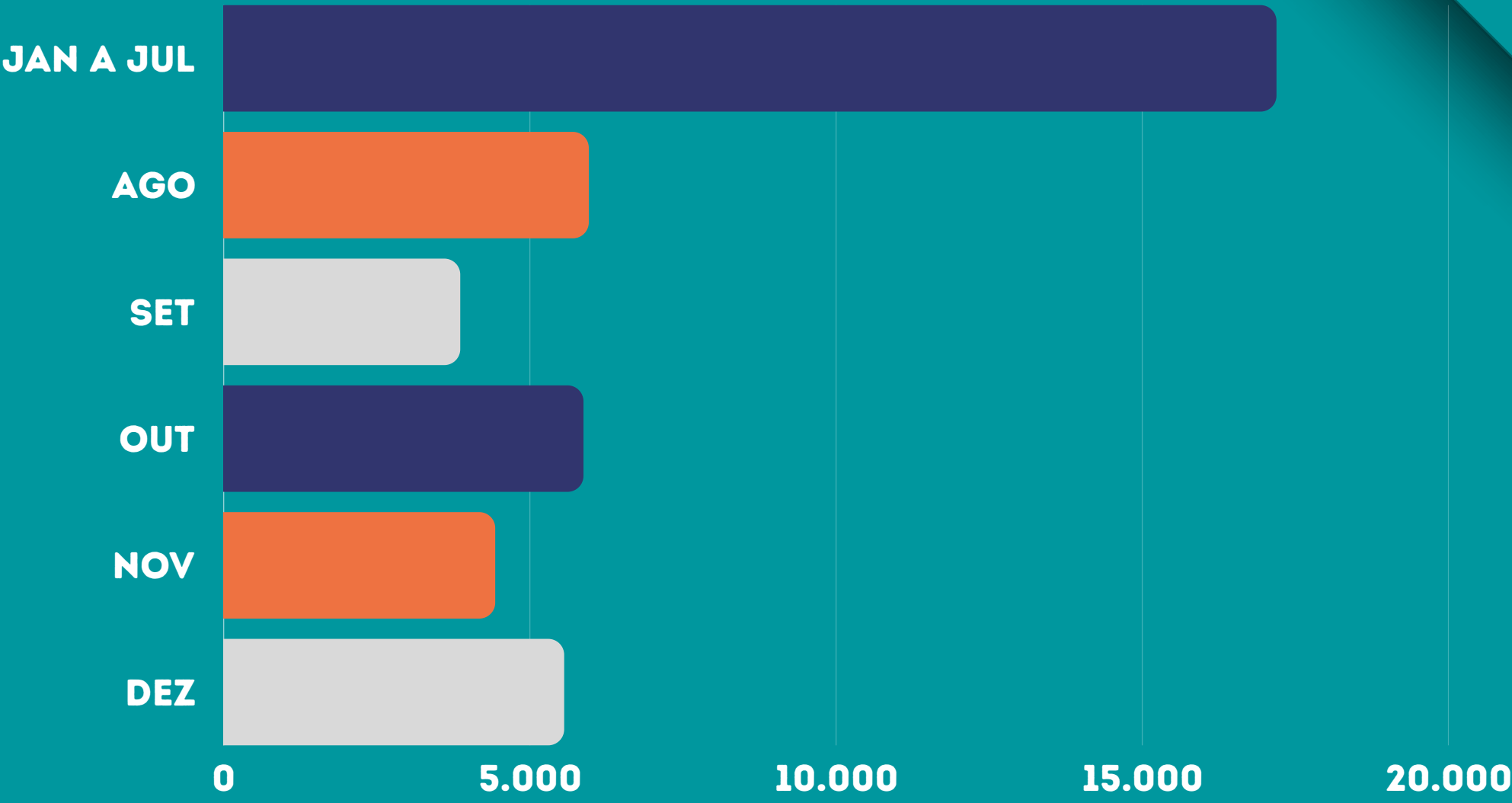
### HORTOLÂNDIA - Pesquisa de Opinião Pública sobre Hábitos Culturais

#### ATIVIDADES QUE FREQUENTOU



# 47. PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS CULTURAIS REALIZADOS PELA SECULT

MÊS	PESSOAS
JAN A JUL	17.192
AGO	5.962
SET	3.863
OUT	5.875
NOV	4.434
DEZ	5.560



# 48. NÚMERO DE ESPAÇOS PRIVADOS DEDICADOS A CULTURA

Sem dados aferidos

## 49. COLETIVOS CULTURAIS FORMALIZADOS E NÃO FORMALIZADOS

COLETIVOS	JAN A JUL	AGO A DEZ
CERTIFICADOS	20	21
NÃO CERTIFICADOS	1	-



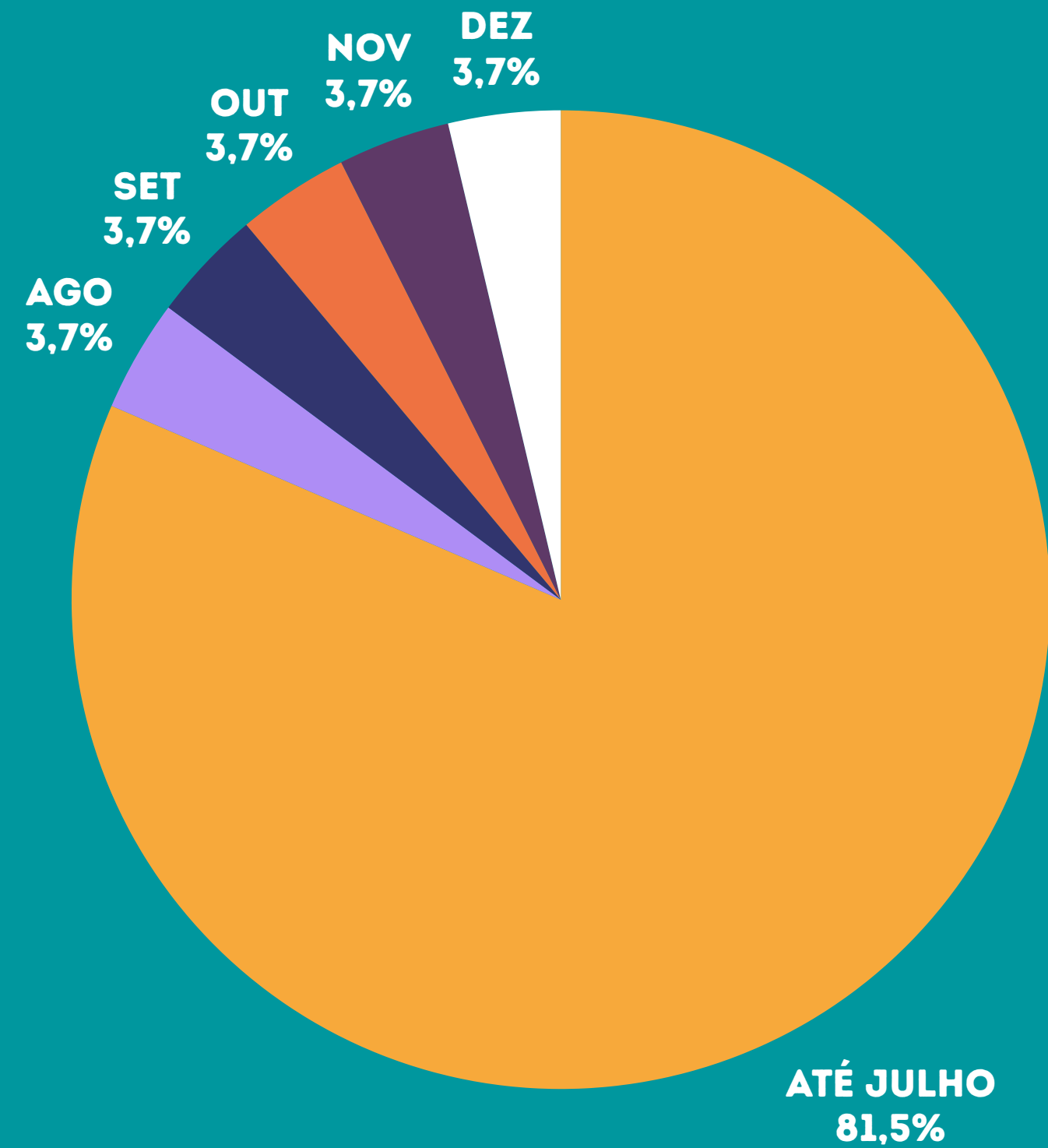
## 50. OBRAS PRÓPRIAS PRODUZIDAS PELA SECULT

### 5 OBRAS

- 2012 - Documetário “Mestre Chiquinho”
- 2018 - Produção fonográfica com a Orquestra de Violas
- 2023 - Filme: “Cidade dos Sonhos”
- 2024 - Filme: “ O Sonho que se Tornou Realidade”
- 2025 - EP: Quinteto Cultura

## 51. OBRAS PRÓPRIAS PRODUZIDAS POR MORADORES DA CIDADE

MÊS	LIVROS
ATÉ JULHO	44
AGO	2
SET	2
OUT	2
NOV	2
DEZ	2





5

**DIMENSÃO  
TERRITORIAL**

## 52. LOCAIS MAIS ACESSADOS PARA APRESENTAÇÕES PELO PREÇO PÚBLICO

- TEATRO ELIZABETH KELLER DE MATOS
- CINE TEATRO AUGUSTO BOAL

## 53. MÉDIA DE PÚBLICO EM CADA ESPAÇO CULTURAL NOS EVENTOS

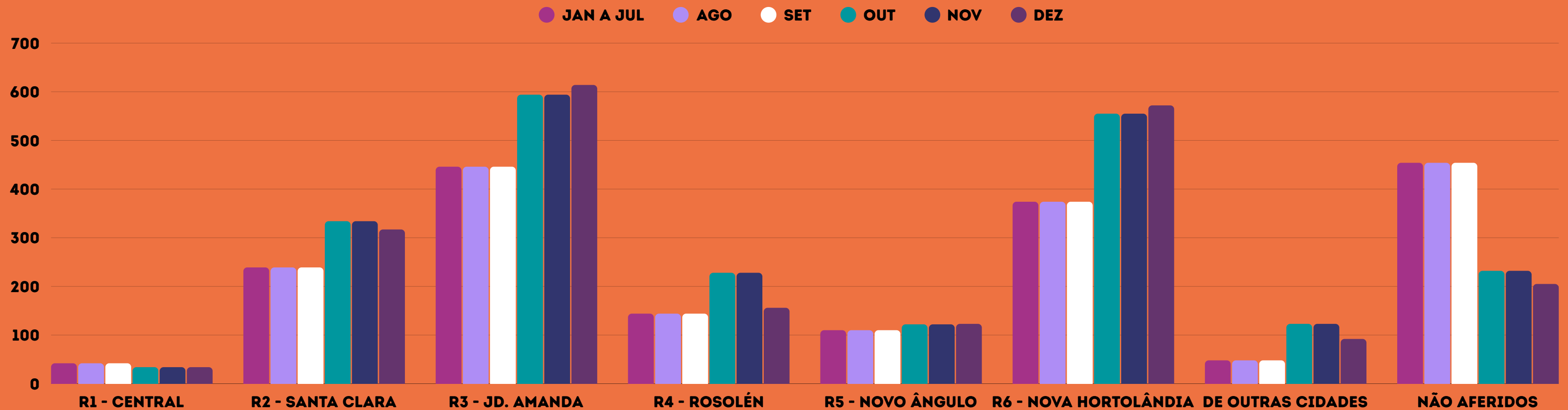
- ALGUNS ESPAÇOS

ESPAÇOS	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
CENTRO DE EVENTOS A PODEROSA	9.000	-	2.000	4.000	500	1.500
TEATRO ELIZABETH	2.529	1.602	1.831	1.131	1.417	2.516
CINE TEATRO AUGUSTO BOAL	1.205	284	313	35	433	196
PAÇO MUNICIPAL	100	100	200	0	100	0
ESTAÇÃO JACUBA	700	827	561	609	1.013	1.080
ARLINDO ZADI	80	70	40	0	0	0



## 54. NÚMERO DE ATENDIDOS (FORMAÇÕES E EVENTOS) POR REGIÃO

REGIÕES	JAN A JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
R1 - CENTRAL	42	42	42	34	34	34
R2 - SANTA CLARA	239	239	239	334	334	317
R3 - JD. AMANDA	446	446	446	594	594	614
R4 - ROSOLÉN	144	144	144	228	228	156
R5 - NOVO ÂNGULO	110	110	110	122	122	123
R6 - NOVA HORTOLÂNDIA	374	374	374	555	555	572
DE OUTRAS CIDADES	48	48	48	123	123	92
NÃO AFERIDOS	454	454	454	232	232	205



## **55. DIVISÃO, ESPAÇO, REGIÃO (ONDE ATUAM NOSSAS FORMAÇÕES)**

- 21 Espaços (públicos e parceiros)

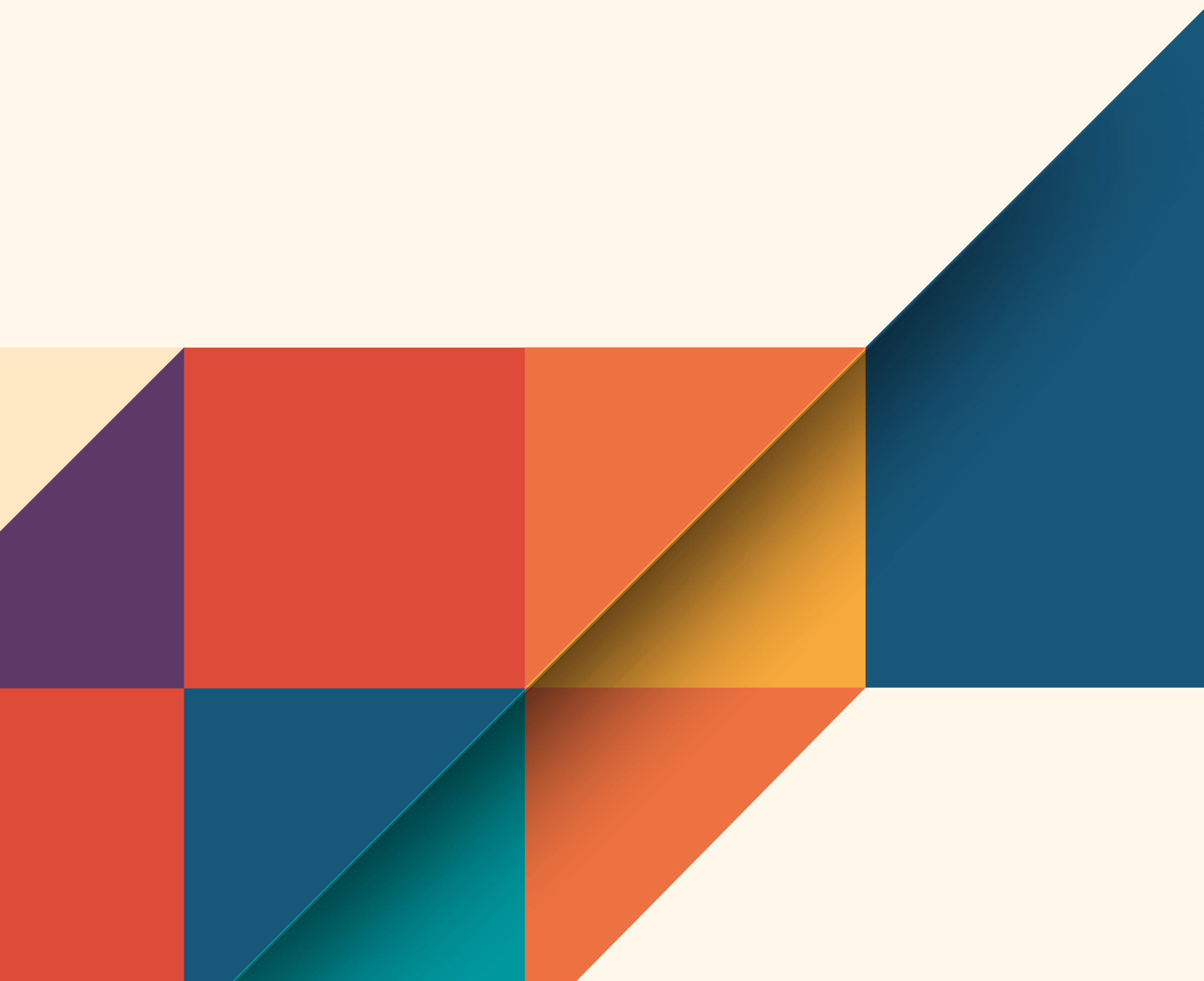
## **56. NÚMERO DE HABITANTES X VAGAS NA REGIÃO**

- Sem dados aferidos

## **57. NÚMERO DE ESPAÇOS PÚBLICOS DEDICADOS A CULTURA**

- 14 Espaços Públicos



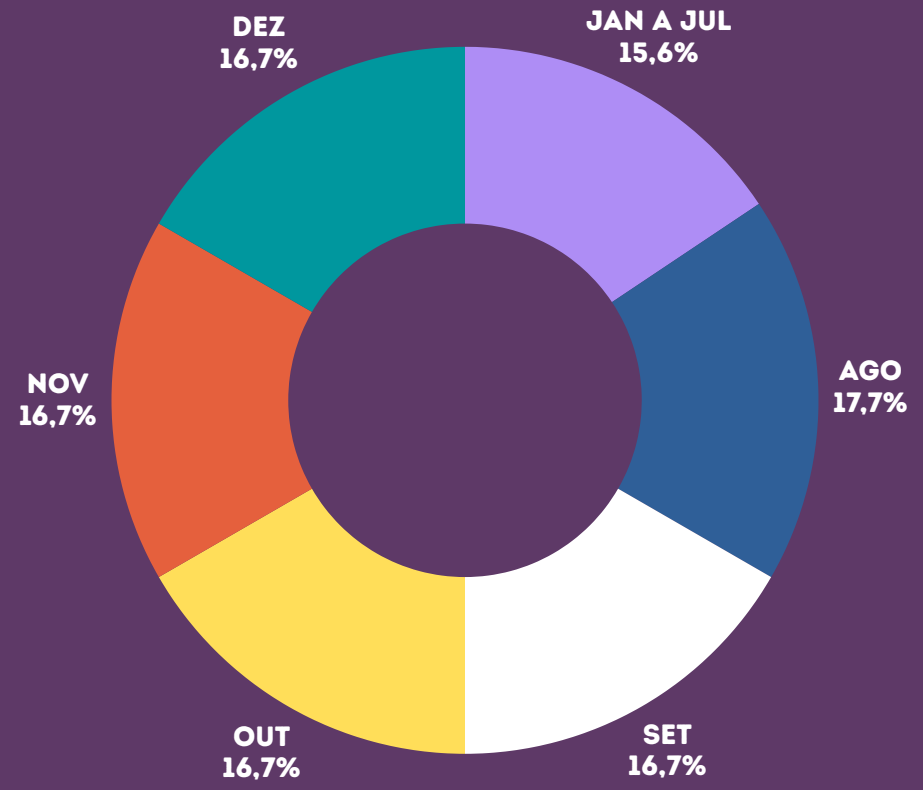


6

**DIMENSÃO  
GOVERNANÇA**

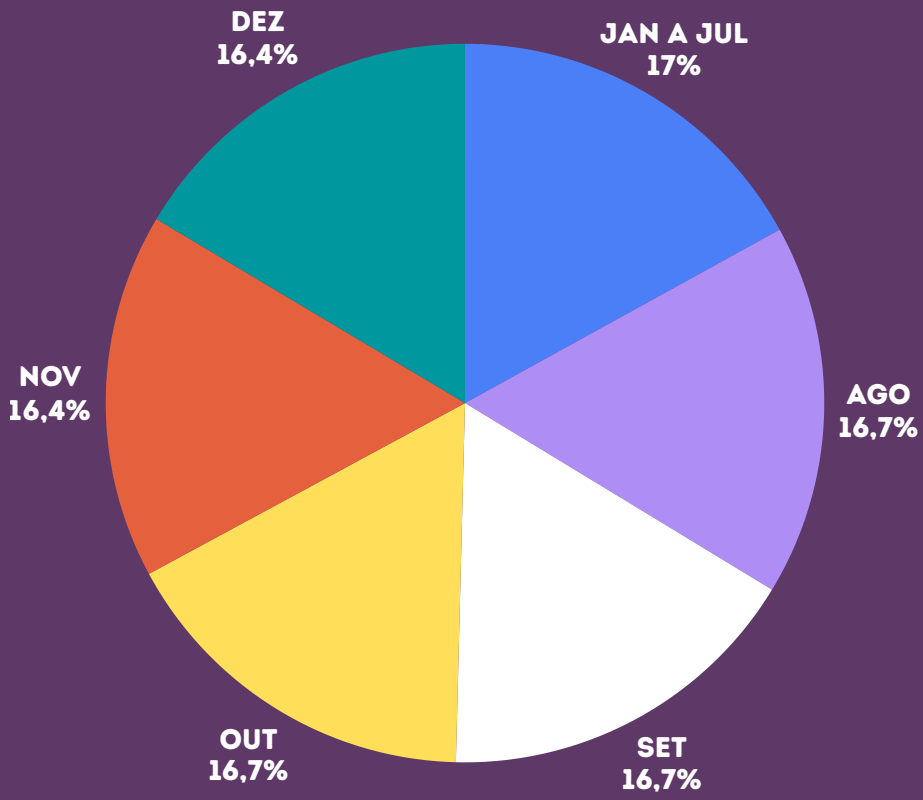
# 58. TERMOS DE PARCERIAS COM INSTITUIÇÕES DE FORMAÇÃO

MÊS	PARCEIROS
JAN A JUL	15
AGO	17
SET	16
OUT	16
NOV	16
DEZ	16

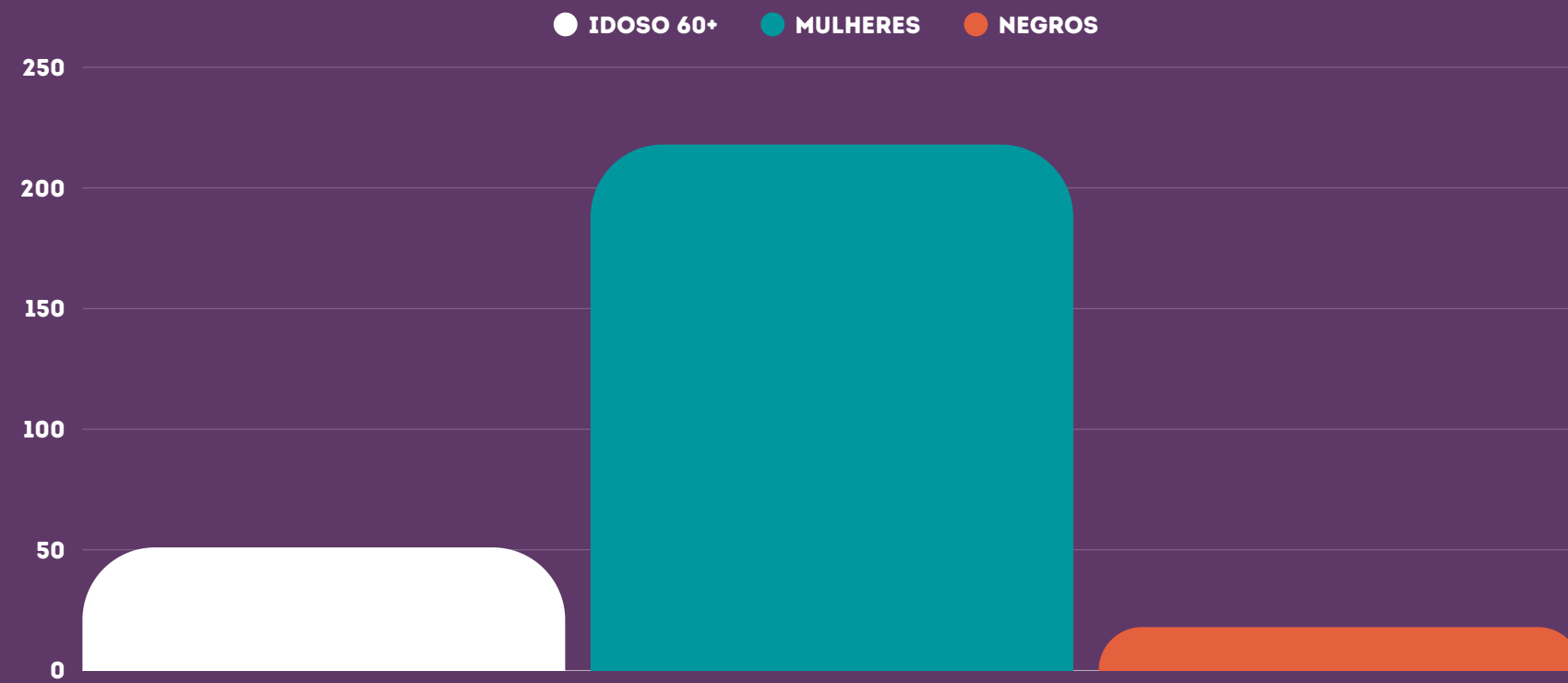


# 59. QUADRO REGULAMENTAR EM CULTURA

MÊS	SERVIDORES
JAN A JUL	63
AGO	62
SET	62
OUT	62
NOV	61
DEZ	61



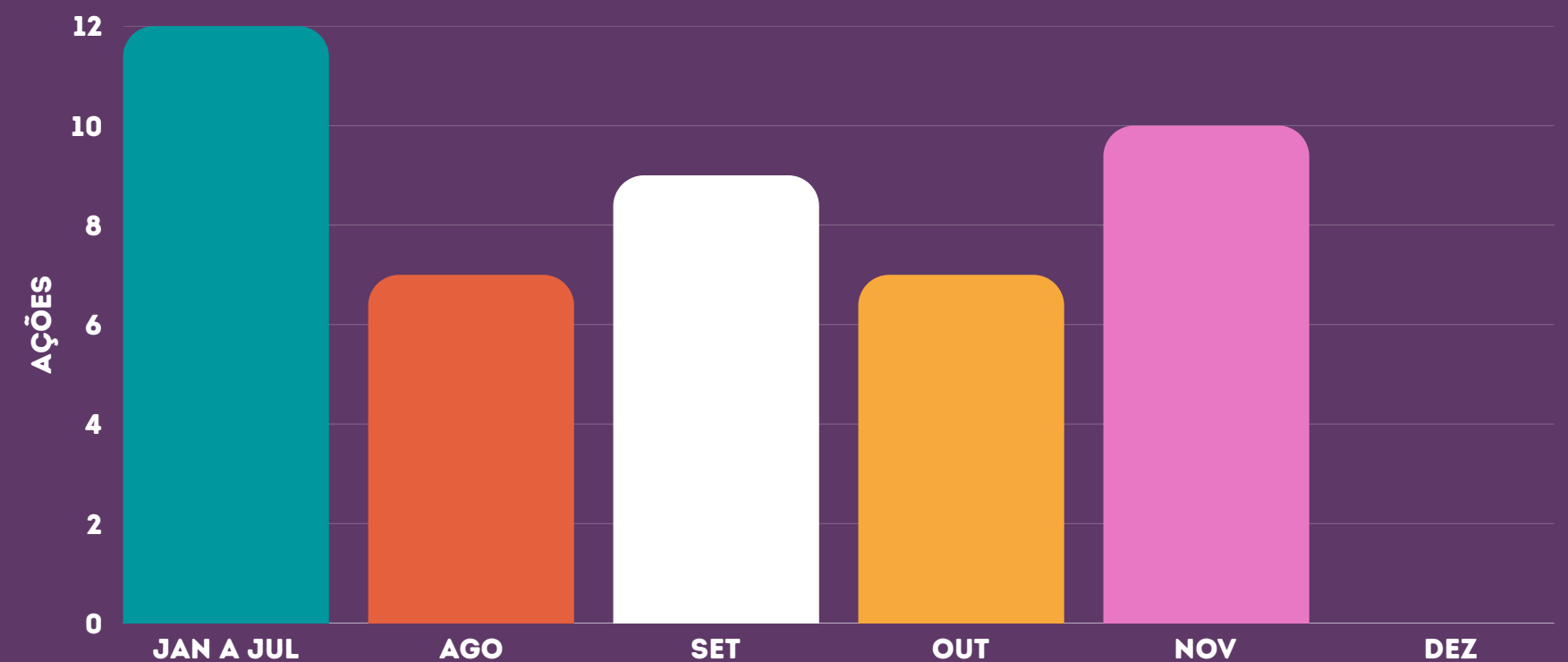
## 60. NÚMERO DE SERVIDORES: MULHERES, NEGROS, LGBTQIAPN+, IDOSOS



MÊS	MULHERES	NEGROS	IDOSO 60+
JAN A JUL	31	3	10
AGO	31	3	9
SET	39	3	8
OUT	39	3	8
NOV	39	3	8
DEZ	39	3	8

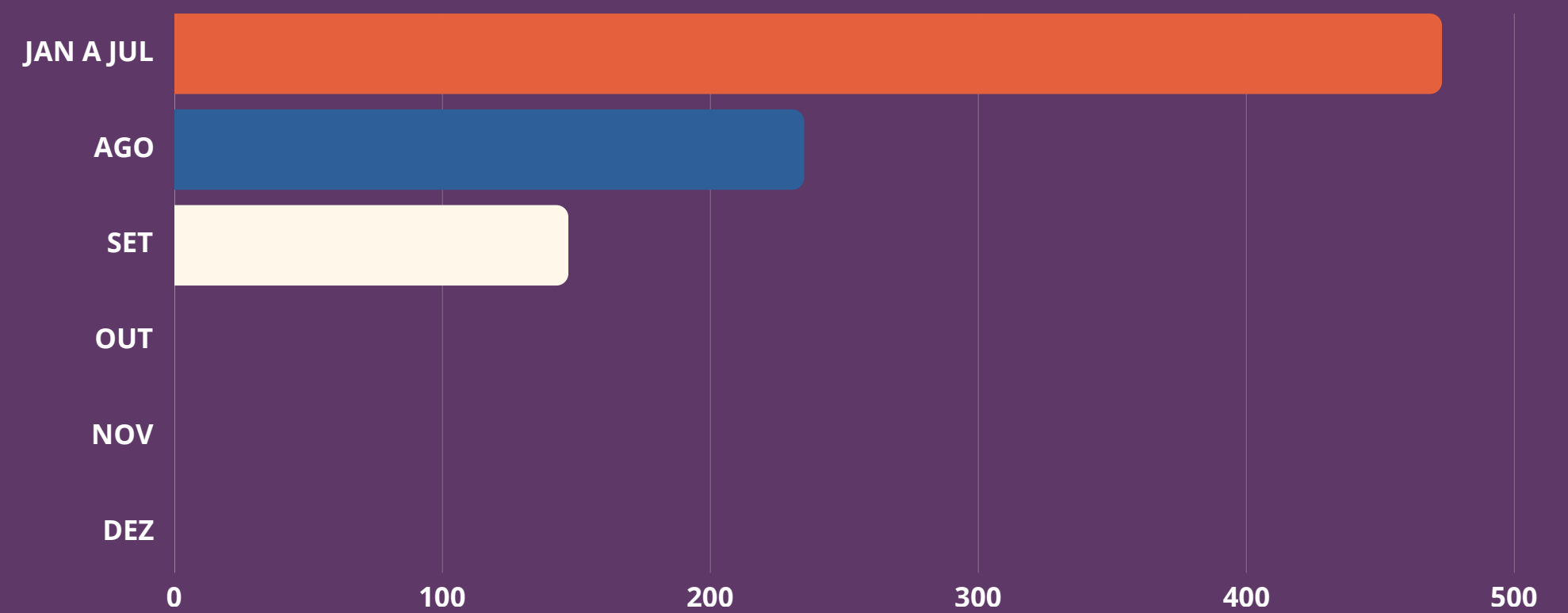
## 61. PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL NA GOVERNANÇA CULTURAL

MÊS	AÇÕES
JAN A JUL	12
AGO	7
SET	9
OUT	7
NOV	10
DEZ	0



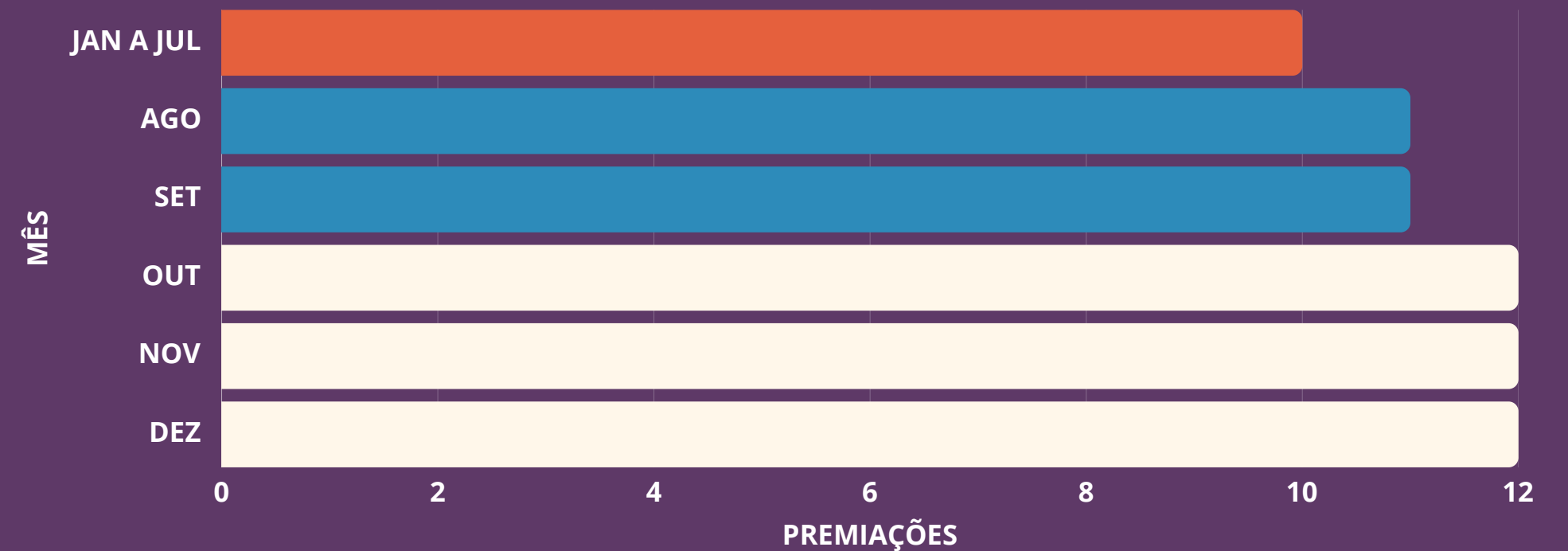
## 62. QUANTIDADE DE SERVIDORES PÚBLICOS, AGENTES CULTURAIS FORMADOS EM AÇÕES DA SECULT

MÊS	QUANTIDADE
JAN A JUL	473
AGO	235
SET	147
OUT	0
NOV	0
DEZ	0



## 63. PREMIAÇÕES E CERTIFICAÇÕES

MÊS	PREMIAÇÕES
JAN A JUL	10
AGO	11
SET	11
OUT	12
NOV	12
DEZ	12



## **PARA REFLETIR:**

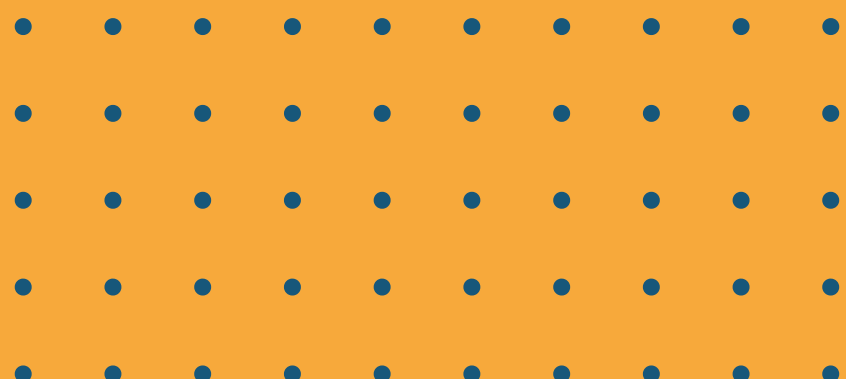
**“O que hoje apresentamos em números, amanhã se reflete em cidadania, pertencimento e identidade cultural fortalecida.”**

**“Medir a cultura é reconhecer seu valor: cada dado apresentado aqui representa pessoas, histórias e futuros sendo construídos.”**





**OBRIGADO**



# **SIGAM NOSSAS REDES**

**INSTAGRAM: @SECULHORTOLÂNDIA**

**FACEBOOK: SECRETARIA DE CULTURA DE HORTOLÂNDIA**

**TIKTOK: @SECULHORTOLÂNDIA**

**WHATSAPP**

**(19)99979-5576**

**MAPA DA CULTURA**

**<https://mapadacultura.hortolandia.sp.gov.br/>**