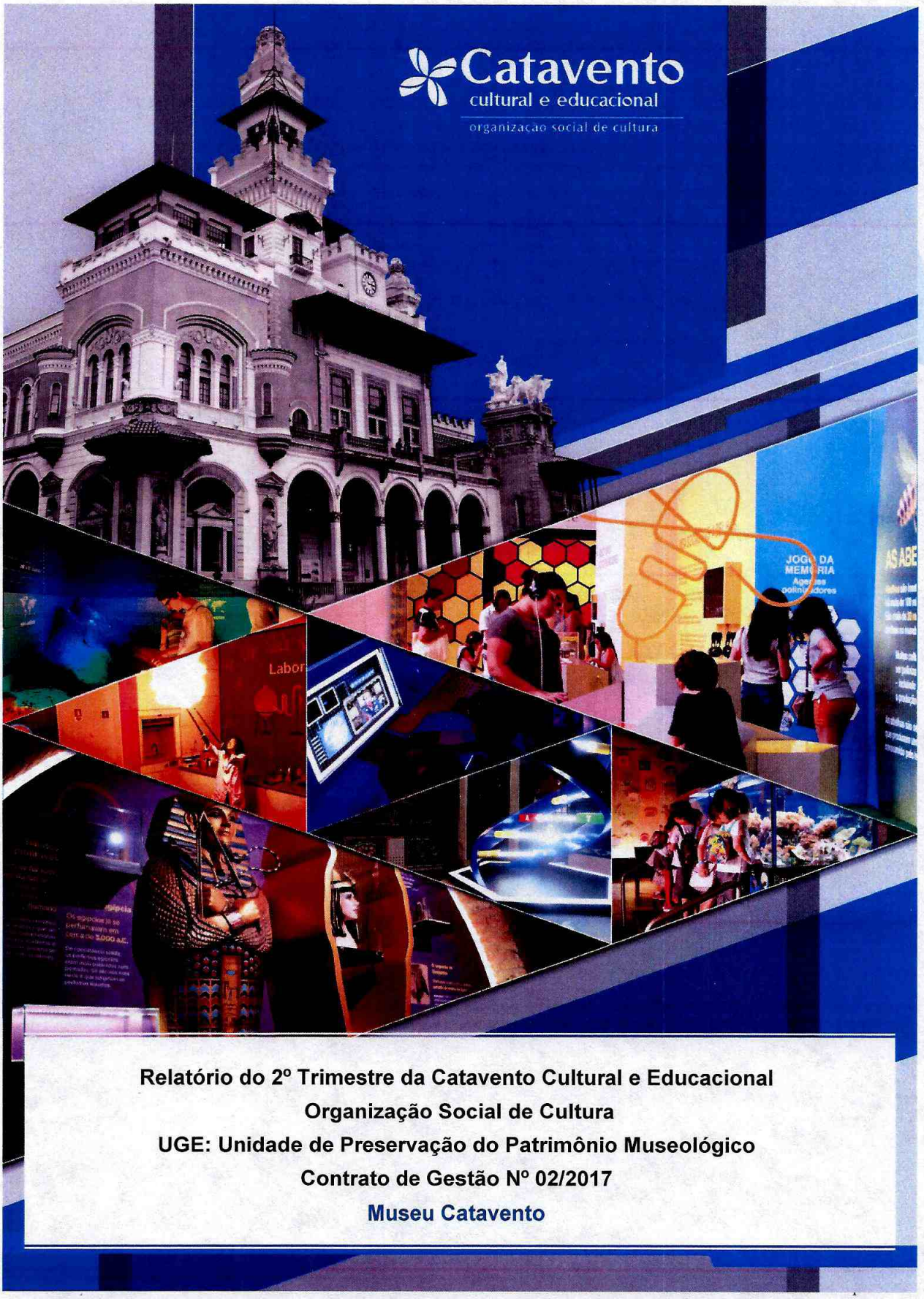
Catavento
cultural e educacional
organização social de cultura



Relatório do 2º Trimestre da Catavento Cultural e Educacional

Organização Social de Cultura

UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

Contrato de Gestão Nº 02/2017

Museu Catavento

APRESENTAÇÃO

O Museu Catavento é um equipamento da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, administrado pela Organização Social Catavento Cultural e Educacional por meio do Contrato de Gestão nº 02/2017, celebrado através da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico – UPPM, com vigência de 01 de dezembro de 2017 até 30 de novembro de 2022.

No 2º trimestre de 2018 o Núcleo Técnico do Museu trabalhou para implementação de importantes iniciativas como a elaboração de um Plano de Acervo, Plano Educativo, Plano de Mobilização de Recursos, Plano de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, Revisão de Logotipo e Sinalização Interna e Externa, reformulação do site e atualização de Manual de Acessibilidade. Simultaneamente todos os Programas trabalharam não só para o cumprimento de suas metas, mas principalmente para o bom atendimento do visitante.

Como parte das ações do Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança foram realizadas pesquisas de satisfação de público, que neste trimestre mostrou um resultado de 85% de avaliação positiva. Além de mapear instituições do entorno, prover o acolhimento de seu visitante e acessibilidade atitudinal para toda sua equipe, a OS também focou em buscar novos parceiros, elaborar projetos para captação de recursos por meio de leis de incentivo ou de parcerias diretas, cessão onerosa de espaço e produção de ações para captação, participação em feiras para divulgação do Museu, além de parcerias que resultaram em doações como a instalação do experimento "Painéis Solares".

O Programa de Acervo trabalhou incessantemente ao longo do 2° trimestre no desenvolvimento de um documento técnico para gestão dos acervos do Museu Catavento, além disso tem trabalhado no desenvolvimento de projeto para melhorias da infraestrutura de acondicionamento do acervo do Museu e assim submetê-lo a editais pertinentes, realizando pesquisa com o acervo para publicação de artigos, atualização da Política de Acervo existente na instituição, plano de criação de um Centro de Referência sobre ciência e experimentos pertinentes as áreas de pesquisa do Museu, além disso a equipe do programa participou de cursos de capacitação para profissionais de Acervos Tecnológicos, Biológicos e Científicos.

O Programa de Exposições e Programação Cultural elaborou uma programação para o 2º trimestre que contou com a exposição "Desenhando o Palácio das Indústrias", resultado de ação realizada em parceria com os artistas do UrbanScketchers, Semana Nacional de Museus que neste ano seguiu a temática "Museus Hiperconectados: novas abordagens, novos públicos", proposta desenvolvida pelo IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus), Virada Cultural com apresentação nos dias 19 e 20 de maio do espetáculo teatral "O Show da Química", Exposição extra-muros "Catavento no Shopping" que recebeu mais de 20 mil visitantes em Manaus, campanha "É dia de Museu - , Campanha do Agasalho" e "É dia de Museu com o Crush", Workshop "Greenlight for girls" realizado através de parceria do Programa de Comunicação com a empresa Covestro e Organização Internacional G4G, nova instalação "Painéis Solares", atividade "Copas pelo Mundo", entre outros.

As ações desenvolvidas pelos Programas Educativo e de Programação Cultural resultaram em mais 130 mil visitantes neste trimestre. Mais de 60 mil visitas educativas foram oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário), através o Programa Educativo. Quase 4 mil visitantes com deficiência, idosos, refugiados ou em situação de vulnerabilidade social foram atendidos por meio do Núcleo Catavento Acessível. Além disso, várias atividades voltadas para o atendimento de famílias foram realizadas, resultando em 400 atendimentos, seja para visitas monitoradas ou realização de aniversários. Faz parte do plano do Programa Educativo, ainda realizar pesquisas de satisfação com o público escolar, professores e estudantes, realizar cursos, palestras, treinamentos e capacitações para professores,

educadores, estudantes e guias de turismo, bem como desenvolver atividades complementares para os funcionários do Museu.

O Programa de Apoio ao SISEM permite que o Museu Catavento possa levar seu conhecimento e experiência para outros espaços. Neste trimestre destacamos a atividade que foi desenvolvida na Estação Literária Prof. Maria de Lourdes Évora Camargo, em parceria com a Secretaria de Cultura, Esportes e Lazer do Município de Guararema. Cada um dos cerca de 90 participantes pode produzir seu Terrário após explicação prévia, e pode levar o experimento para casa para manter as observações do que ocorrerá no sistema fechado ao longo do tempo. O Museu Catavento cedeu toda a estrutura para realização da atividade, incluindo os materiais (potes de vidro, terra, pedriscos, musgo, plantas, sacolas) e três pessoas do educativo coordenaram a atividade.

O Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, através do qual a instituição tem suas ações divulgadas na mídia, redes sociais, site e plataformas digitais, para este trimestre o Museu Catavento teve um total de 403 inserções na mídia, uma média de 4,4 ao dia, atribuímos tal resultado a programação especial desenvolvida para o período como a exposição Catavento no Shopping, inauguração da instalação Painéis Solares, Campanha do Agasalho, entre outros. O resultado nas redes sociais também foi positivo, visto que mais de 90 mil pessoas curtiram, passaram a seguir ou se envolveram nas ações publicadas nas páginas do Museu Catavento, como a Semana Nacional de Museus, Virada Cultural, exposições extra-muros, campanha "É Dia de Museu", workshop “Greenlight for Girls” entre outros.

Todas as ações desenvolvidas pelo Museu Catavento visam o bom atendimento de seu público. A seguir detalhamos as atividades desenvolvidas por cada Programa no 2º trimestre de 2018.

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

Este programa tem por objetivo administrar, supervisionar e gerenciar o museu com qualidade, eficiência, eficácia, transparência e economicidade, garantindo a preservação e comunicação de seus acervos culturais em estreita consonância com a política museológica e com as diretrizes da SEC. O resumo que contempla as ações que vêm sendo tomadas para os cinco eixos principais, encontra-se no anexo técnico Relato de ações envolvendo os 5 eixos.

A seguir apresentamos o cumprimento das metas para este 2º trimestre:

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
1	Planejamento Estratégico elaborado / atualizado de acordo com as diretrizes da SEC e gerenciar a estruturação dos demais documentos norteadores (Eixo 1 e 5)	1.1	Meta-Produto	Planejamento Estratégico e/ou Plano Museológico entregues	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
2	Plano Museológico elaborado / atualizado de acordo com as diretrizes da SEC e gerenciar a estruturação dos demais documentos norteadores (Eixo 1 e 5)	2.1	Meta-Produto	Planejamento Estratégico e/ou Plano Museológico entregues	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
3	Plano de Mobilização de Recursos elaborado e implantado (Eixo 3)	3.1	Meta-Produto	Plano de Mobilização de Recursos entregue	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
4	Recursos financeiros captados (Eixo 3)	4.1	Meta-Resultado	12% do repasse anual de 2018	1º Trim	R$ 237.865	R$ 522.577	220%
					2º Trim	R$ 237.865	R$ 1.114.693	469%
					3º Trim	R$ 237.865		0%
					4º Trim	R$ 237.865		0%
					META ANUAL	R$ 951.458	R$ 1.637.270	172%
5	Parcerias	5.1	Meta-Produto	Nº de parcerias firmadas	1º Trim	3	4	133%
					2º Trim	2	6	300%
					3º Trim	3		0%
					4º Trim	2		0%
					META ANUAL	10	10	100%
6	Projetos em Leis de Incentivo	6.1	Meta-Produto	Nº de projetos inscritos	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
7	Comitê de Patronos	7.1	Meta-Produto	Nº de comitês	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%

8	Pesquisa de satisfação de público geral realizada a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)	8.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	= ou > 80%	86%	108%
					2º Trim	= ou > 80%	85%	106%
					3º Trim	= ou > 80%		0%
					4º Trim	= ou > 80%		0%
					META ANUAL	= ou > 80%	86%	107%
10	Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	10.1	Meta-Produto	Nº de Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	3	300%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	4	100%
11	Manual de acolhimento e acessibilidade atitudinal para a equipe da instituição	11.1	Meta-Produto	Nº de Manuais de acolhimento e acessibilidade atitudinal para a equipe da instituição entregue	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
13	Instituições mapeadas para Desenvolvimento de ações junto ao entorno	13.1	Meta-Resultado	Nº de ações	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
14	Planos de Ações Extra Muros	14.1	Meta-Produto	Nº de Planos de Trabalho	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
15	Assessoria Técnica para Implantação do Centro de Referência	15.1	Meta-Produto	Nº de Assesorias	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 3.1 – Plano de Mobilização de Recursos elaborado e implantado

Durante o 2º trimestre foi elaborado o Plano de Mobilização de Recursos com base nos estudos e nas expectativas que a equipe de Captação tem para realizações futuras com parceiros, leis de incentivos e demais fontes de recursos disponíveis para captação. A elaboração desse Plano para a Organização é de extrema importância, pois além de nortear a equipe em futuras captações, também vai de encontro com a expectativa da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, em que cada vez menos as Organizações Sociais tenham como principal recurso os repasses vindos do Estado.

Meta 4 – Recursos financeiros captados

As principais fontes de recursos ocorridas no trimestre foram através de receitas operacionais com bilheteria, café e estacionamento, que no 2º trimestre somou o valor de R$ 500.755,00. Tivemos diversas parcerias no período, e a mais importante foi a captação de R$ 400 mil com a parceira OAK, que disponibilizará diversas apresentações da peça teatral "Esse mosquito

vai dançar", por um período de 4 meses. Tivemos também a reforma do auditório no que diz respeito aos equipamentos de luz e som cujo valor foi de R$ 70 mil.

Meta 5.1 –Parcerias

Parceria Lei Rouanet:

Espetáculo de Teatro Show de Química: O espetáculo proporcionou às crianças vivenciarem os efeitos espetaculares da química e como ela faz parte de nossa vida cotidiana, participando de forma interativa e permitindo se formar como cientista mirim.

Parceria Direta/Cessão de Direitos de Uso de Imagem e Conexos:

Exposição Itinerante "Catavento no Shopping – Museu de Ciências" no Shopping Manauara em Manaus: composta de 19 experimentos que replica um pouco da exposição permanente do Museu Catavento.

"Catavento no Shopping – Museu de Ciências" no Shopping Manauara em Manaus

21º Feira do Estudante-EXPO CIEE: Realizada de 25 a 27 de maio no Pavilhão da Bienal do Parque do Ibirapuera. Cessão de estande para divulgação do Museu. Os jovens puderam se cadastrar para oportunidades de estágio e aprendizagem, participar de oficinas de capacitação e simulações de dinâmica de grupo, processos seletivos, entre outras atrações.

Cessão Onerosa:

Em comemoração aos 70 anos da empresa Viação COMETA, foram distribuídos por algumas cidades brasileiras um recorte curatorial da história da empresa. Para compor na cidade de São Paulo a Cometa utilizou os pátios do Museu Catavento, um lugar turístico dentro de São Paulo, para mostrar aos visitantes toda sua evolução de equipamentos e empresa. A Exposição foi composta por 3 ônibus, indo dos seus modelos mais antigos, o "Flecha", até seus modelos mais atuais e modernos. Completando com a vitrine de memórias, que trazia relíquias do acervo expositivo mostrando desde uniformes antigos, tickets de embarque até materiais de divulgação.

Doação:

Instalação do experimento "Painéis Solares": O experimento é composto por três placas solares policristalinas de 50W cada que movimentam esculturas cinéticas (um modelo do sistema solar, um "ser humano" que movimenta engrenagens, um "peixe articulado" e um Catavento) em um totem interativo. O experimento didático, instalado na área externa do Museu, faz parte da exposição permanente e visa à difusão do uso de energias renováveis para o público jovem.

Experimento "Painéis Solares"

Equipamento de som e iluminação: Com a instalação dos equipamentos o auditório passou para status de teatro.

Meta 6.1 – Projetos em Leis de Incentivo

Museu Catavento – Plano Anual de Atividades 2018 – Lei Rouanet - PRONAC 177170. Alinhado com o objetivo de buscar novas fontes de apoio para fomentar de suas atividades anuais, o Museu Catavento obteve o aval do Ministério da Cultura através da renúncia fiscal federal (Lei Rouanet), no artigo 18.

Meta 8–Pesquisa de satisfação de público geral realizada a partir de totem eletrônico.

Para avaliar o perfil e satisfação dos visitantes, mantemos estrategicamente instalados dois totens eletrônicos no espaço expositivo. No primeiro semestre de 2018, cerca de 9.854 pessoas responderam à pesquisa, composta por 09 questões, entre múltipla escolha e escala *Likert*. Os visitantes responderam à pesquisa durante ou após realizarem suas visitas, espontaneamente, sem intermédio de nenhum instrutor.

Meta 9– Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico.

De forma geral, os resultados obtidos através do totem eletrônico, nos mostram que o Catavento tem prestado serviços eficientes durante todo atendimento do público. Obtivemos uma média de 85% de avaliação positiva.

Totem eletrônico na saída do Biomas

Totem eletrônico na saída do Engenho

Meta 10 – Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte

No 2º trimestre foram ofertados 3 cursos de especialização dos funcionários da equipe administrativa, necessários para o aprimoramento do conhecimento e atualização da legislação e normas vigentes: 1) Curso Excel 2016; 2) Curso de Elaboração e Gestão de Parceiras com OS: Lei 13.019/2014 de Fomento e de Colaboração; 3) Curso de Implantação do e-Social.

Meta 11 – Manual de acolhimento e acessibilidade atitudinal para a equipe da instituição.

O Núcleo do Catavento Acessível em conjunto com os estagiários de conteúdo, elaboraram o manual de acolhimento e acessibilidade atitudinal para a equipe do Museu Catavento, com informações desde o prédio Palácio das Indústrias, a criação do Núcleo Catavento Acessível e orientações de atendimento.

Encontro com os estagiários de conteúdo para a elaboração do manual de acolhimento e acessibilidade atitudinal para a equipe da instituição

Meta 13 – Instituições mapeadas para desenvolvimento de ações junto ao entorno.

Foram mapeadas três instituições próximas ao Museu Catavento, para futuramente realizar ações em conjunto. São elas: Emef Duque de Caxias, Associação Beneficente São VitoMartir e EE. São Paulo.

Meta Condicionada 15 – Assessoria Técnica para Implantação do Centro de Referência

Apesar dos esforços envidados pela OS, as metas condicionadas intencionadas para realização no 2º trimestre de 2018, não foram realizadas pois ainda não há parceiros privados interessados na realização dos projetos, assim como também não houve nenhum aporte adicional por parte da SEC para realização destas ações.

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

O Programa de Acervo do Museu Catavento tem como objetivo a gestão do acervo da instituição, o incentivo e fortalecimento da pesquisa cientifica e desenvolvimento do processo para a implantação do Centro de Referência, em diálogo com as Diretrizes da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria de Cultura (UPPM/SEC). No segundo trimestre de 2018, a equipe que compõe o programa cumpriu todas as ações pactuadas em seu Plano de Trabalho como veremos a seguir:

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
16	Pesquisa e disponibilização dos acervos da instituição no site	16.1	Meta-Produto	Projetos de pesquisa realizados com o acervo	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	0	0%
		16.2	Meta-Resultado	Nº de peças dos acervos pesquisadas	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	10		0%
					4º Trim	10		0%
					META ANUAL	20	0	0%
17	Plano de Gestão de Conservação Integrado	17.1	Meta-Produto	Plano de Gestão de Acervo entregue e aprovado pela UPPM	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
		17.2	Meta-Resultado	Quantidade de procedimentos técnicos relacionados à Gestão de Acervo, desenvolvidos e implantados no ano (ex: Procedimento de acondicionamento e diagnóstico de conservação)	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
18	Projetos a editais de apoio	18.1	Meta-Produto	Nº de projetos submetidos	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	0	0%
19	Pesquisa com o acervo visando a publicação de artigo	19.1	Meta-Resultado	Nº de artigos publicados	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
20	Critérios e procedimentos estabelecidos e adotados com base em normas internacionais para gestão dos acervos e nas diretrizes construídas - Spectrum 4.0	20.1	Meta-Produto	Política de acervo elaborada / atualizada	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
		20.2	Meta-Resultado	Política de acervo entregue a UPPM	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
		20.3	Meta-Produto	Política de acervo aprovada pela UPPM e publicada no site do Museu	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
21	Plano de Criação de um Centro de Referência sobre Ciências e experimentos pertinentes as áreas de pesquisa do Museu Catavento	21.1	Meta-Produto	Plano de Centro de Referência entregue e aprovado pela UPPM	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
23	Padrões mínimos de gestão da informação e gestão física do acervo do Museu Catavento – Espaço Cultural de Ciência	23.1	Meta-Produto	Nº de ferramentas de gestão de acervos desenvolvidos / implantados	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	2		0%
					META ANUAL	2	0	0%

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
24	Cursos de Capacitação para Profissionais de Acervos Tecnológicos, Biológicos e Científicos	24.1		Nº de cursos	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%

Meta 17.1 –Plano de Gestão de Conservação Integrado

A equipe do Programa de Acervo trabalhou incessantemente ao logo do 2° trimestre, no desenvolvimento de um documento técnico para gestão dos acervos do Museu Catavento. Após muitas pesquisas, foi elaborado dossiê técnico especifico para o acervo da FMT e IPEM. Nele serão colocadas informações detalhadas sobre as peças do acervo, como as pesquisas realizadas sobre ele e as informações técnicas.

Meta 18 –Projetos a Editais de Apoio

Apesar de estarmos atentos aos editais de apoio a acervos abertos no último trimestre, consideramos que os conteúdos dos editais não vinham de encontro ao perfil de nossa coleção ou possuíam clausulas que impediam nossa participação enquanto organização social. Como estamos desenvolvendo um projeto para melhorias da infraestrutura de acondicionamento do nosso acervo, pretendemos submetê-lo a editais pertinentes a esse propósito.

Meta 19 –Pesquisa com o acervo visando à publicação de artigo

A Educadora Nathália Silvério, integrante do Programa de Acervo elaborou um artigo sobre a Turbina Pelton. A pesquisa fala sobre o seu processo da criação em 1880, pelo americano Lester Alan Pelton, sua função nas hidroelétricas e a sua chegada ao Museu Catavento em 2015, local onde a peça está exposta.

Meta 20.1 –Estabelecer critérios e procedimentos estabelecidos e adotados com base em normas internacionais para gestão dos acervos e diretrizes construídas Spectrum 4.0

O Programa de acervo realizou a atualização da Política de Acervo existente na instituição.O documento contém de forma mais descritiva as orientações para as aquisições e descartes de acervos. Isso significa um passo importante no que se refere a formação do perfil do Museu Catavento e de suas politicas de ação institucional, bem como as normativas para um trabalho mais consolidado.

Meta 21 –Plano de criação de um Centro de Referência sobre ciência e experimentos pertinentes as áreas de pesquisa do Museu

A equipe do programa de acervo, ao longo do 2° trimestre de 2018 realizou a concepção do Plano do Centro de Pesquisa e Referência do Museu Catavento. O espaço terá como objetivo salvaguardar e promover a pesquisa cientifica que é trabalhada no espaço expositivo. O Plano apresenta os objetivos do Centro de Referência, as ações programadas e o local onde o Centro de Pesquisa será instalado, bem como as atualizações necessárias para a readequação do espaço.

Como uma das ações para a construção do plano, o corpo técnico do Programa de Acervo realizou visitas técnicas ao Museu do Futebol e o Museu da Imigração, instituições que são referenciais para o Museu Catavento na elaboração e execução desse espaço de pesquisa.

Visitas Técnicas da equipe do Museu Catavento ao Museu do Futebol e o Museu da Imigração

Meta 24 –Cursos de Capacitação para profissionais de Acervos Tecnológicos, Biológicos e Científicos

No dia 12 de abril de 2018, a integrante do Programa de Acervo Pâmella Andrade participou do seminário "Nano – Materiais aplicados a Conservação de Bens Culturais", realizado na Pinacoteca de São Paulo. A formação teve como objetivo mostrar meios de aplicações para tratamentos em materiais que compõem os bens culturais, a fim de minimizar seu processo de degradação.

Declaração

Teodora Camargo Carneiro
Coordenadora Núcleo de Conservação e Restauro

Antonio Mirabile

Declaração de participação no Seminário "Nano – Materiais aplicados a Conservação de Bens Culturais"

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Este programa tem como objetivo ampliar a extroversão do acervo e da temática de atuação do Museu. No segundo trimestre, o Museu Catavento cumpriu todas as ações pactuadas em seu Plano de Trabalho, bem como metas pendentes de trimestres anteriores, além de ações em destaque:

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
12	Exposição temporária com acervo próprio	12.1	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias a partir de acervo	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	3	2	67%
22	Exposição temporária com acervo de terceiros	22.1	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias a partir de acervo de terceiros	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	2	1	50%
25		25.1			1º Trim	-		0%

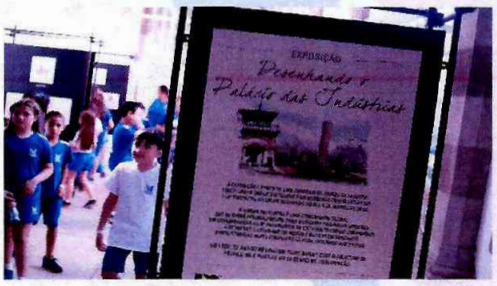
	Programação cultural e de exposições temporárias desenvolvida e executada a partir da Política de Exposições e Programação Cultural		Meta-Produto	Nº de novas instalações na exposição de Longa Duração	2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
26	Programas temáticos: Aniversario de São Paulo, Semana Darwin, Aniversário Catavento, Semana de Museus, Virada Cultural, Jornada do Patrimônio, Primavera de Museus, Dia das Crianças, SNCT, Direitos Humanos	26.1	Meta-Produto	Nº de programas temáticos realizados	1º Trim	3	3	100%
					2º Trim	2	2	100%
					3º Trim	2		0%
					4º Trim	3		0%
					META ANUAL	10	5	50%
27	Seminários Formativos, palestras, cursos, workshops ou oficinas	27.1	Meta-Produto	Nº de seminários formativos, palestras, cursos, workshops ou oficinas	1º Trim	2	2	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	2		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	6	3	50%
28	Comitê Internacional para Museus de Ciências e Tecnologia - O CIMUSET - IcoM	28.1	Meta-Resultado	Nº de ações de participações no Comitê Internacional para Museus de Ciências e Tecnologia - O CIMUSET - IcoM	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
29	Cópias ART para envio (Anotações de Responsabilidades Técnicas) e eventuais laudos específicos assinados pelos profissionais responsáveis técnicos por obras civis, instalações elétricas e hidráulicas quando da implantação de exposições de longa, média e curta duração	29.1	Meta-Produto	Nº de Laudos de Implantação	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%
30	Férias no Catavento	30.1	Meta-Produto	Nº de programas realizados	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	2	1	50%
31	Exposições extra muros	31.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições extra muros	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	-	1	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	2		0%
					META ANUAL	2	2	100%
32	Instalação de longa duração "Constelações" da seção Astronomia reformulada e modernizada	32.1	Meta-Produto	Nº de ações referentes a reformulação e/ou modernização	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
33	Exposição de longa duração "Educação para o resultado" reformulada e modernizada	33.1	Meta-Produto	Nº de ações referentes a reformulação e/ou modernização	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
34	Nova instalação de longa duração "Expedições: Viagens exploratórias com realidade virtual."	34.1	Meta-Produto	Instalação da Exposição Viagens Exploratórias	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
35	Tocas para acervo Biológico de carpas	35.1	Meta-Produto	Nº de ações referentes a implementação de Tocas	1º Trim	1	0	0%
					2º Trim	-	1	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
36	Placas de Identificação da Flora dos Jardins do Museu Catavento	36.1	Meta-Produto	Nº de ações de Implantação de Placas de Sinalização	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%

37	Instalação de longa duração "Atualidades Biológicas" reformulada e modernizada	37.1	Meta-Produto	Nº de Reformulação da Exposição "Atualidades Biológicas"	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
38	Visitantes presencialmente no Museu	38.1	Meta-Resultado	N° mínimo de visitantes recebidos	1º Trim	110.000	158.687	144%
					2º Trim	115.000	132.675	115%
					3º Trim	115.000		0%
					4º Trim	110.000		0%
					META ANUAL	450.000	291362	65%

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
39	Nova instalação de longa duração "História do cinema" na seção Estúdio de TV	39.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
40	Nova instalação de longa duração "Palavras Sonorosas"	40.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
41	Nova exposição de longa duração "Rios de São Paulo"	41.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
42	Nova exposição de longa duração "Reciclagem"	42.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
43	Instalação de longa duração "Canto das Aves" reformulada e modernizada	43.1	Meta-Produto	Nº de instalações	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
44	Exposição de longa duração da seção "Se liga no Lego" reformulada e modernizada	44.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
45	Nova exposição de longa duração na área externa "Origens do Universo"	45.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
46	Nova exposição de longa duração "Palácio das Indústrias"	46.1	Meta-Produto	Nº de exposições	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%
47	Festival Drone Racing	47.1	Meta-Produto	Nº de evento	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
48	Mostra Paulista de Ciência e Tecnologia realizada no Catavento em parceria com LSI-TEC	48.1	Meta-Produto	Nº de evento	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 12 – Exposição temporária com acervo próprio

A Exposição DESENHANDO O PALÁCIO DAS INDÚSTRIAS foi fruto do trabalho desenvolvido por artistas do UrbanScketchers, que realizaram suas obras dentro do Museu em comemoração ao 9º aniversário do Museu Catavento. As obras desses artistas foram doadas ao Museu e ficaram expostas para visitação pública. Com essa ação, as 32 obras doadas passaram a compor o acervo do Museu Catavento.



Exposição "Desenhando o Palácio das Indústrias" no claustro

Meta 26 – Programas Temáticos

Dentro do calendário de programação temática, para este trimestre realizamos Semana Nacional de Museus e Virada Cultural.

Semana Nacional de Museus

Seguindo a temática "Museus Hiperconectados: novas abordagens, novos públicos", proposta desenvolvida pelo IBRAM (Instituto Brasileiro de Museus) para essa semana, o Museu Catavento apresentou aos visitantes duas ações diferenciadas que tiveram o objetivo de conectar o público ao espaço museal, para além do uso de tecnologias:

- **Conte sua História**: ação educativa que visava resgatar e registrar lembranças dos visitantes por meio de um programa de entrevistas. Além dos registros desses micro-depoimentos, os visitantes também conheceram um pouco mais da história do Palácio das Indústrias e seu entorno, participando da Visita Histórica.

- **Visita Guiada– especial idosos**: dentro da mesma proposta de novas abordagens e novos públicos, intensificamos a visitação agendada para público de idosos focando no engajamento desses visitantes no equipamento cultural.

Conte sua História

Visita Guiada – especial idosos

Virada Cultural

Nos dias 19 e 20 de maio, o Museu Catavento participou da Virada Cultural com o espetáculo teatral "O Show da Química" onde foram apresentados experimentos químicos de maneira lúdica a todos os públicos.

O Show da Química

Meta 27 – Seminários formativos, palestras, cursos, workshops ou oficinas

No trimestre tivemos o workshop "Greenlight for Girls" (ver mais detalhes nos Destaques do programa na página 16).

Meta 29 – Cópia ART e eventuais laudos de implantação

As cópias das ART´s realizadas no trimestre foram apresentadas no anexo técnico "Cópias das Anotações de Responsabilidade Técnica".

Meta 31 – Exposições extramuros

O Museu Catavento antecipou o cumprimento total desta meta com a exposição extramuros "Catavento no Shopping – Museu de Ciências" desta vez no Estado do Amazonas.

Com essa mostra itinerante no Shopping Manauara na cidade de Manaus, o Museu Catavento expandiu sua apresentação também para a Região Norte do país. No período de 18 de maio a 17 de junho, essa exposição que recebeu mais de 20 mil visitantes.

Exposição extramuros Catavento no Shopping – Museu de Ciências

Meta 34 – Nova instalação de longa duração "Expedições: viagens exploratórias com Realidade Virtual"

A nova instalação "Expedições" consiste em disponibilizar ao visitante uma experiência em Realidade Virtual, utilizando celulares e óculos, no qual o participante poderá viajar para diversos lugares guiados por um monitor/mediador.

Utilizaremos inicialmente o aplicativo "Google Expeditions", que atualmente possui mais de 700 expedições e é gratuito, o que não nos impedirá de posteriormente desenvolvermos conteúdos próprios para utilizar na sala. Atualmente, as expedições disponíveis contemplam todas as áreas da ciência abordadas pelo Museu Catavento, possuindo assim, um conteúdo amplo e versátil.

Nesta primeira fase de implantação disponibilizamos duas opções para o visitante: "Uma visita a Amazônia", passando pelo Rio Negro e visitando partes da floresta densa e, como segunda opção, uma "Visita a Ladaque" na Índia, região com menor densidade populacional do país, repleta de paisagens e templos religiosos.

Exposição "Expedições"

Meta 35 – Tocas para acervo biológico de carpas (1º trimestre)

As carpas que vivem no lago na parte da frente do Museu Catavento ficam expostas à predadores como as garças brancas (grandes e pequenas) que vivem na região central de São Paulo e, por diversas vezes foi identificada a presença destes predadores alimentando-se das mesmas. Após período de observação, percebemos a necessidade de criar esconderijos para as carpas terem a possibilidade de escapar da predação.

A meta estipulada para o 1º trimestre de 2018 foi cumprida apenas no 2º trimestre pois o lago passou por serviços de impermeabilização no início do ano. Então, no mês de junho a tocas foram instaladas e tem servido de abrigo contra predadores, dando cumprimento a meta estipulada.

Meta 38 –Visitantes presenciais no Museu

No segundo trimestre o Museu Catavento recebeu 132.675 visitantes.

Meta Condicionada 41 – Nova exposição de longa duração "Rios de São Paulo"

Apesar dos esforços envidados pelo OS, as metas condicionadas intencionadas para realização no 2º trimestre de 2018, não foram realizadas pois ainda não há parceiros privados interessados na realização dos projetos, assim como também não houve nenhum aporte adicional por parte da SEC para realização destas ações.

DESTAQUES

Workshop GREENLIGHT FOR GIRLS

O Museu Catavento teve a oportunidade de oferecer ao seu público o "Workshop Greenlight for Girls", por meio de parceria com a empresa multinacional Covestro. Este workshop é apresentado pela Organização Internacional Greenlight for Girls (G4G) que acontece simultaneamente em vários países nos 5 continentes e visa inspirar e engajar meninas de 11 a 15 anos de diferentes origens, nos assuntos STEM com o objetivo de formar uma futura geração de líderes femininas em especial nas áreas de ciências, tecnologia, engenharia e matemática.

Com uma proposta tão alinhada com os objetivos do Museu o workshop atendeu a 80 meninas de diversas escolas públicas da cidade de São Paulo que participaram de todas as atividades oferecidas ao longo do dia. O workshop foi apresentado por profissionais femininas, uma equipe formada por mulheres cientistas de diferentes áreas do conhecimento que, além de proporcionar atividades de alto nível, puderam inspirar as jovens por meio de seus próprios testemunhos profissionais.

A Covestro já participou com ações conjuntas em cidades como Pittsburgh, Houston, Nova Delhi, Mumbai, Moscou e agora em São Paulo no Museu Catavento.

Workshop "Greenlightfor girls"

Participantes do workshop

Meta Nº 02 de 2017: "PAINÉIS SOLARES – Nova instalação de longa duração"

O Museu Catavento desenvolveu um experimento para a área externa do Museu, onde algumas placas solares movimentam esculturas cinéticas dispostas em um totem. O experimento tem como objetivo demonstrar aos visitantes as potencialidades das energias renováveis através da conversão da energia solar - captada pelas placas solares - em energia de movimento mecânico - observadas por meio das esculturas cinéticas. Além disso, os visitantes poderão entender a

correspondência entre a incidência de luz nas placas e a velocidade de movimento das esculturas cinéticas, movendo as placas solares.

Os Painéis Solares, geradores e alimentação dos motores das esculturas foram fornecidos pela parceria junto a Subsecretaria de Energias Renováveis através da empresa Héstia Energy. Ao Museu Catavento coube o desenvolvimento da expografia e a execução do Totem, bem como o conteúdo a ser apresentado na comunicação científica do equipamento.

Para a inauguração que aconteceu em 5 de junho, contamos com a participação do Secretário de Estado da Pasta da Energia e Mineração, João Carlos Meirelles e sua Equipe, a Procuradora de Estado Christiane Mina Falsarella, a Chefia de Gabinete da Secretaria da Cultura Alessandro Soares, a Chefia da UPPM Regina Ponte e sua equipe e representantes da empresa HéstiaEnergy (doadora das placas solares).

Evento de inauguração: "Painéis Solares - GERANDO ENERGIA SOLAR"

BIG FESTIVAL

O BIG Festival (Brazil'sIndependent Games Festival) acontece desde 2012 e é considerado o mais importante festival de jogos independentes da América Latina. Com a missão de fortalecer e impulsionar a cultura de games no Brasil, o evento abrange competição entre jogos nacionais e internacionais com premiações, exposição ao público dos jogos selecionados, cerimônia de premiação, palestras e rodadas de negócios.

Em 2017, o BIG Festival recebeu mais de 20 mil visitantes, sendo 3.500 deles em palestras e mais de 1.600 reuniões de negócios. Neste ano o BIG expandiu sua programação de palestras e workshops, incorporando outras áreas que fazem parte do desenvolvimento dos games como música, animação, realidade virtual e aumentada, feira de carreiras, dentre outras ações verticais de conteúdo já presentes no evento.

Dentro desta visão ampliada para o mundo dos games, o Museu Catavento foi convidado a apresentar suas experiências na utilização das novas linguagens e tecnologias para ações no Museu e, em 26 de junho, o Educador Rafael AdinolfiAraujo, representou o Museu Catavento na mesa "NARRATIVAS LÚDICAS: pensar linguagens para mediar experiências nos Museus". A mesa, contou com Alexandre Gonçalves, do Estúdio Laborg; Mario Lapin, da Virgo Game Studios; e Tiago Marconi do aplicativo SP64 e foram discutidas ferramentas a serem desenvolvidas dentro dos espaços museológicos no intuito de, pelo viés lúdico, modificar a experiência na visitação dos Museus.

Narrativas Lúdicas: pensar linguagens para mediar experiências nos museus – BIG FESTIVAL

COPAS PELO MUNDO

O intuito dessa ação educativa foi de ampliar o olhar, possibilitando o entendimento de como um evento tão importante marca não somente a nossa história, mas também a história de todos os países envolvidos, carregando com ele as mais diferentes experiências possibilitando uma gigantesca troca cultural.

Desenvolvido pelos estagiários do Setor Educativo – Bloco Sociedade, a ação educativa abordou fatos históricos referentes a 5 Copas do Mundo realizadas em diferentes regiões do planeta: 1938 na Europa, 1950 na América do Sul (Brasil), 1970 na América do Norte, 2002 na Ásia e 2010 na África.

Além de ser a atividade esportiva mais popular no mundo, o futebol está intimamente relacionado com a cultura brasileira, sendo o esporte mais praticado no país e também o que desperta maior atenção em nossa população. Nas atividades, os visitantes conheceram curiosidades sobre os torneios e o desenvolvimento ocorrido ao longo dos anos nas nações sedes da Copa, seja tecnológico, cultural ou econômico. Ao término das explanações, os visitantes assistiram a um vídeo relacionando os torneios e as participações do Brasil.

Essa atividade foi aplicada exclusivamente durante o período da Copa.

Copas pelo Mundo

PROGRAMA EDUCATIVO

As ações desenvolvidas pelo Programa Educativo resultaram em mais 130 mil visitantes neste trimestre. Mais de 60 mil visitas educativas foram oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário), através o Programa Educativo. Quase 4 mil visitantes com deficiência, idosos, refugiados ou em situação de vulnerabilidade social foram atendidos por meio do Núcleo Catavento Acessível. Além disso, várias atividades voltadas para o atendimento de famílias foram realizadas, resultando em pouco mais de 830 visitantes

recebidos para realização de aniversários e desse total, cerca de 400 atendimentos em visitas monitoradas pensadas exclusivamente para este público. Faz parte do plano do Programa Educativo ainda realizar pesquisas de satisfação com o público escolar, professores e estudantes, realizar cursos, palestras, treinamentos e capacitações para professores, educadores, estudantes e guias de turismo, bem como desenvolver atividades complementares para os funcionários do Museu.

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
49	Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	49.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	11.000	12.010	109%
					2º Trim	50.000	61.464	123%
					3º Trim	50.000		0%
					4º Trim	39.000		0%
					META ANUAL	150.000	73.474	49%
50	Ações / programas / projetos desenvolvidos para públicos específicos – pessoas com deficiência, idosos, refugiados e em situação de vulnerabilidade social	50.1	Meta-Produto	Nº de programas realizados para públicos específicos – Programa de Inclusão	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
		50.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de públicos específicos atendidos em programas educativos	1º Trim	2.000	6.229	311%
					2º Trim	3.000	9.158	305%
					3º Trim	2.500		0%
					4º Trim	3.000		0%
					META ANUAL	10.500	15.387	147%
51	Ações/ programas/ projetos para famílias	51.1	Meta-Produto	Nº de programas realizados para famílias	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	3	75%
		51.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido nos programas para famílias	1º Trim	350	920	263%
					2º Trim	350	832	238%
					3º Trim	350		0%
					4º Trim	350		0%
					META ANUAL	1.400	1.752	125%
52	Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC7 (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	52.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Trim	-		0%
					2º Trim	410	576	140%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	384		0%
					META ANUAL	794	576	73%
		52.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	> 80%	0	0%
					2º Trim	> 80%	86,98%	0%
					3º Trim	> 80%		0%
					4º Trim	> 80%		0%
					META ANUAL	> 80%	43%	0%
53	Cursos/ Palestras/ workshops/ treinamentos/ Oficinas de capacitação/formação para professores, educadores, estudantes e guias de turismo	53.1	Meta-Produto	Nº de ações de capacitação para professores, educadores, estudantes e guias de turismo	1º Trim	-		0%
					2º Trim	2	2	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	2		0%
					META ANUAL	4	2	50%
		53.2	Meta-Produto	Nº de vagas ofertadas	1º Trim	-		0%
					2º Trim	40	170	425%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	40		0%
					META ANUAL	80	173	216%
54	Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do museu	54.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados com equipe	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%
55	Material educativo elaborado para as atividades e exposições	55.1	Meta-Resultado	Produção de materiais educativos	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%

56	Visitas educativas e atividades para os públicos diversos localizados nas periferias e no entorno como prioritário para Inclusão social	56.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes	1º Trim	60	90	150%
					2º Trim	60	195	325%
					3º Trim	60		0%
					4º Trim	60		0%
					META ANUAL	240	285	119%
57	Ações educativas extra muros	57.1	Meta-Produto	Quantidade de ações educativas extra muros	1º Trim	-	2	0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	2	100%
58	Ações de formação para os colaboradores do núcleo técnico	58.1	Meta-Produto	N° de ações	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	2	1	50%
59	Estágios Técnicos	59.1	Meta-Produto	Nº de estágios técnicos a serem ofertados	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
60	Curso de Botânica	60.1	Meta-Produto	Nº Cursos	1º Trim			0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
61	Curso de Minerologia	61.1	Meta-Produto	Nº Cursos	1º Trim			0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
62	Apoio a Programação da MicSul	62.1	Meta-Resultado	Nº de Espaços Disponibilizados	1º Trim			0%
					2º Trim	1	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 49 – Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário).

O setor de agendamento trabalha incessantemente no que tange a prospecção de público escolar, ao entrar e manter contato direto com as instituições "divulgando" as seções fixas e exposições temporárias do Museu Catavento. Com o objetivo de atender no mínimo 50.000 estudantes da rede pública e privada, em visitas educativas para o 2° trimestre de 2018, foi possível atender pouco mais de 60 mil alunos, mesmo diante de vários cancelamentos por parte da escola, devido a problemas com aquisição de transporte.

Meta 50.1 – Ações/ programas/ projetos desenvolvidos para públicos específicos- pessoas com deficiência, idosos, refugiados e em situação de vulnerabilidade social.

Com o objetivo de contribuir para a educação não-formal, por meio de visitas educativas mediadas, o Núcleo Catavento Acessível do Museu Catavento mantém uma equipe de colaboradores que conhece profundamente o intuito do Museu e busca proporcionar cada vez mais, uma experiência positiva e significativa aos visitantes.

Pensando em uma ação desenvolvida para públicos específicos, no mês de junho, foi elaborada uma gincana para o público em situação de vulnerabilidade social, sendo essa gincana

uma adaptação do já existente roteiro Catavento Acessível, que consiste em um circuito montado com jogos lúdicos.

Meta 50.2 – Número mínimo de públicos específicos atendidos em programas educativos.

Contamos com um núcleo capacitado para acolher os grupos de atendimentos específico e inclusivo, como grupos de idosos, refugiados, jovens e adultos em vulnerabilidade social, em processo de reabilitação social, deficientes físicos, auditivos, visuais e intelectuais. Tendo em vista a constante atenção do Museu Catavento, cuidado e contribuição para o acesso de todos, o Núcleo Catavento Acessível proporcionou atendimento para quase 4.000 visitantes.

Meta 51 – Ações/ programas/ projetos para famílias.

O Museu Catavento disponibiliza três opções de espaço para realizar comemorações de aniversários, a ideia de comemorar em um local que proporciona diversão e conhecimento ao mesmo tempo, tem contribuído para o recebimento de grupos de familia. Além de ceder o espaço, o Museu Catavento proporciona uma visita monitorada, elaborada especificamente para atender este público que normalmente são mistos entre crianças, jovens, adultos e idosos, neste 2° trimestre, foi possivel atender cerca de 400 visitantes em visitas monitoradas.

Meta 52 – Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada- Modelo SEC7 (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação.

A pesquisa de satisfação do público escolar, modelo de ficha proposto pela SEC, foi aplicada aos responsáveis pelos grupos agendados e alunos que visitaram o Museu Catavento no mês de maio.

Meta 53 – Cursos/ palestras/ workshops/ treinamentos/ oficinas de capacitação/ formação para professores, educadores, estudantes e guias de turismo.

Foram realizados dois encontros no Museu Catavento, o primeiro no mês de abril, em lançamento de foguetes de garrafas PET, com alunos formandos em licenciatura da Unifesp. E o segundo encontro foi realizado no mês de junho, para guias de turismo, com principal intuito de estreitar o relacionamento entre agências de turismo e Museu Catavento.

Meta 54 – Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do Museu.

No dia 30 de maio de 2018, foi o Dia do Desafio, cuja proposta era contribuir para a redução do sedentarismo. Em pareceria com o Sesc Parque Dom Pedro os funcionários do Museu Catavento foram convidados a realizarem atividades físicas por pelo menos 15 minutos.

Meta 55 – Material educativo elaborado para as atividades e exposições

Com o objetivo de criar novos materiais de conteúdo que para os diversos tipos de público que recebe, foi iniciado no 2° trimestre de 2018 a elaboração de um quebra-cabeças, em formato de mapa tátil dos biomas brasileiros, como material educativo. Mais informações sobre esta ação encontra-se no anexo técnico Relato Complementar das Ações do Educativo.

Meta 56- Visitas educativas e atividades para os públicos diversos localizados nas periferias e no entorno como prioritário para inclusão social.

As visitas educativas têm como objetivo qualificar as relações de diálogo dos diversos públicos que recebemos. É importante para o Museu Catavento tornar acessível e inclusivo as exposições fixas e temporárias que oferecemos, neste 2° trimestre atendemos 195 visitantes, em visitas educativas para públicos diversos localizados nas periferias de São Paulo.

Meta 57 – Ações educativas extramuros

Esta meta foi antecipada no 1º trimestre para atendimento a demanda da Fundação Casa – Serra da Cantareira.

Meta 59 – Estágios Técnicos

A meta prevista para o 2º trimestre foi antecipada no 1º trimestre, tendo em vista a demanda do projeto de pesquisa do Núcleo Educativo sobre o patrimônio edificado no Centro de São Paulo.

Meta Condicionada 62 – Apoio ao Programa MicSul

Apesar dos esforços envidados pela OS, as metas condicionadas intencionadas para realização no 2º trimestre de 2018, não foram realizadas pois ainda não há parceiros privados interessados na realização dos projetos, assim como também não houve nenhum aporte adicional por parte da SEC para realização destas ações.

DESTAQUES

Visando prospectar novas parcerias, como forma de ampliar, complementar e aprimorar o conhecimento dos alunos, através do relacionamento entre instituições e o Museu Catavento, foi realizado no segundo trimestre de 2018 uma parceria com o Sesc Parque Dom Pedro, denominado a "Conexão Museu Catavento e Sesc". Com o objetivo de aprofundar os conteúdos desenvolvidos em sala de aula através de visitas agendadas ao Museu Catavento e o Sesc, elaboramos esta ação, destinado a proporcionar aos alunos uma nova experiência por meio do contato com diferentes espaços culturais. Tal parceria possibilitou a visita de pouco mais de 160 alunos de escolas públicas do Estado de São Paulo, com a ideia de que os alunos participassem de uma programação bem elaborada, despertando a curiosidade, transmitindo conhecimentos básicos e oferecendo aos alunos um espaço de cultura, ciências e tecnologia.

Grupo escolar na seção do engenho

Grupo escolar no Sesc Parque Dom Pedro

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM- SP

Neste documento o Museu Catavento pretende apresentar as ações realizadas durante o trimestre. São levadas em consideração as exposições, palestras e oficinas, considerando o número de municípios, número de público atendido, entre outros fatores. Pretende-se estabelecer um breve demonstrativo do desenvolvimento dessas ações que serão discutidas mais a fundo nos anexos.

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
63	Ações potenciais desenvolvidas pelas diversas áreas técnicas da OS para integração ao Sisem-SP	63.1	Meta-Resultado	Planejamento das ações potenciais elaborado e entregue - SISEM	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
64	Ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP realizados no interior do Estado, região metropolitana e litoral **(Exposições)**	64.1	Meta-Produto	Nº de exposições itinerantes realizadas	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
		64.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1.000	1791	179%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1.000		0%
					META ANUAL	2.000	1.791	90%
		64.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
65	Público de outros municípios para cursos de capacitação	65.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de público	1º Trim	-		0%
					2º Trim	20	9	45%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	20		0%
					META ANUAL	40	9	23%
		65.2	Meta-Produto	Nº de vagas oferecidas	1º Trim	-		0%
					2º Trim	30	30	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	30		0%
					META ANUAL	60	30	50%
		65.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	4	400%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	4	200%
66	Rede de Museus de Ciências ou Encontro Regional do SISEM	66.1	Meta-Produto	Nº de participações oficiais na rede de Museus de Ciência	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	2	1	50%
67	Estágios Técnicos - Não Remunerados	67.1	Meta-Produto	Nº de atendimentos a estágios técnicos	1º Trim	2	0	0%
					2º Trim	-	3	0%
					3º Trim	2		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	4	3	75%
		67.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	1	0	0%
					2º Trim	-	1	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	2	1	50%

68	Encontros com educadores do SISEM	68.1	Meta-Produto	Nº de encontros com educadores de outros municípios com os educadores do Museu Catavento	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	2	1	50%
		68.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	2	1	50%
69	Ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP realizados no interior do Estado, região metropolitana e litoral **(Paletras/Cursos/Oficinas)**	69.1	Meta-Produto	Nº de visitas técnicas/palestras/ cursos/oficinas realizadas	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%
		69.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
70	Mostra Paulista de Ciência e Tecnologia realizada no Catavento em parceria com LSI-TEC	70.1	Meta-Produto	Nº Eventos	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	1	0	0%

Meta 63.1 – Planejamento de ações potenciais elaborado e entregue – SISEM-SP.

Foi desenvolvido o Planejamento de ações potenciais que será entregue ao SISEM-SP nesse trimestre; o documento contempla ações já realizadas e futuros desafios que o programa enfrentará.

Meta 64.1 – Número de exposições itinerantes realizadas.

Foi realizada a exposição Marie Curie no município de Votuporanga de 16/04/2018 à 13/05/2018.

Exposição "Marie Curie" na cidade de Votuporanga

Meta 64.2 – Número mínimo de público beneficiário das ações.

Foram atendidas 1791 pessoas durante a realização da exposição.

Meta 64.3 – Número mínimo de municípios atendidos.

Foi atendido o município de Votuporanga na realização da exposição, portanto 01 município atendido.

Meta 65.1 – Número mínimo de público beneficiário de ações de recebimento de profissionais de outros municípios para cursos de capacitação.

Foram atendidos 09 participantes, as vagas foram abertas pelo site do SISEM-SP, porém não houve muita procura e devido a isso não conseguimos atingir o número mínimo de 20 pessoas.

Meta 65.2 – Número de vagas oferecidas.

Foram oferecidas 30 vagas, contemplando o número mínimo exigido.

Workshop - Gamificação

Meta 65.3 – Número mínimo de municípios atendidos.

Foi atendido o município de Guararema na realização da oficina de montagem de Terrário no dia 30/06/18, portanto 01 município atendido.

Meta 66.1 – Número de participações oficiais na rede de Museus de Ciências.

Para dar cumprimento a essa meta começamos via e-mail um contato com o Museu Cientec e o Museu de Ciências de São Carlos na intenção de nos reunirmos para estabelecer trocas e desenvolver novas ações em potenciais.

Meta 67.1 – Número de atendimentos a estágios técnicos.

Meta do primeiro trimestre. Foram atendidas 03 pessoas durante o estágio técnico oferecido, o qual teve a duração de um dia divido em duas partes; na primeira parte foi visto o museu como um todo e na segunda parte foi apresentado um olhar voltado para Terrários, para fazer relação a um Terrário que foi cedido a Secretaria Municipal de Guararema para exposição no centro literário da cidade.

Meta 67.2 – Número mínimo de municípios atendidos.

Meta do primeiro trimestre. Foi atendido o município de Guararema na realização do estágio técnico, portanto 01 município atendido.

Meta 69.1 – Número de visitas técnicas/ palestras/ cursos/ oficinas realizadas.

Foi realizada a oficina de montagem de Terrário no município Guararema no dia 30/06/18. Nessa oficina foram atendidas 90 pessoas entre elas, crianças, jovens, adultos e idosos.

Meta 69.2 – Número mínimo de municípios atendidos.

Foi atendido o município de Guararema na realização da oficina de montagem de Terrário no dia 30/06/18, portanto 01 município atendido.

Oficina de Terrário na cidade de Guararema

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

O Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional é coordenado pela equipe do Núcleo de Comunicação, subordinado à Diretoria Executiva do Museu Catavento, em conjunto com suas coordenadorias responsáveis pelas atividades finalísticas do Museu. Tal equipe deverá atua com os demais Núcleos, buscando cumprir a missão de comunicar as ações da instituição de maneira a torná-la conhecido para adultos, jovens e crianças, como espaço de difusão da ciência, tecnologia e cultura e como referência nacional. Além disso, visa fortalecer a presença do museu nos diferentes tipos de mídia, e com o seu público, firmando-o como um espaço de educação científica e cultural da Secretaria da Cultura do Governo do Estado de São Paulo.

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
71	Plano de Comunicação desenvolvido e implantado para articular e planejar a comunicação com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu	71.1	Meta-Produto	N° de canais de comunicação implantados (Ex: facebook mentions, periscope (twitter), stories (instagram) e live do youtube).	1º Trim	-		0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	0	0%
		71.2	Meta-Produto	Nº de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%
		71.3	Meta-Resultado	Monitorar nº de visitantes virtuais	1º Trim	1.500	128.984	8599%
					2º Trim	1.500	93.390	6226%
					3º Trim	1.500		0%
					4º Trim	1.500		0%
					META ANUAL	6.000	222.374	3706%
		71.4	Meta-Produto	Nº mínimo de inserções na mídia	1º Trim	300	405	135%
					2º Trim	200	403	202%
					3º Trim	300		0%
					4º Trim	200		0%
					META ANUAL	1.000	808	81%
72	Reformulação do site do Museu	72.1	Meta-Produto	Nº de ações para reformulação do site	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
73	Proposta de reformulação de sinalização interna e externa do Museu	73.1	Meta-Produto	Nº de propostas para reformualação de sinalização interna e externa do Museu	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%

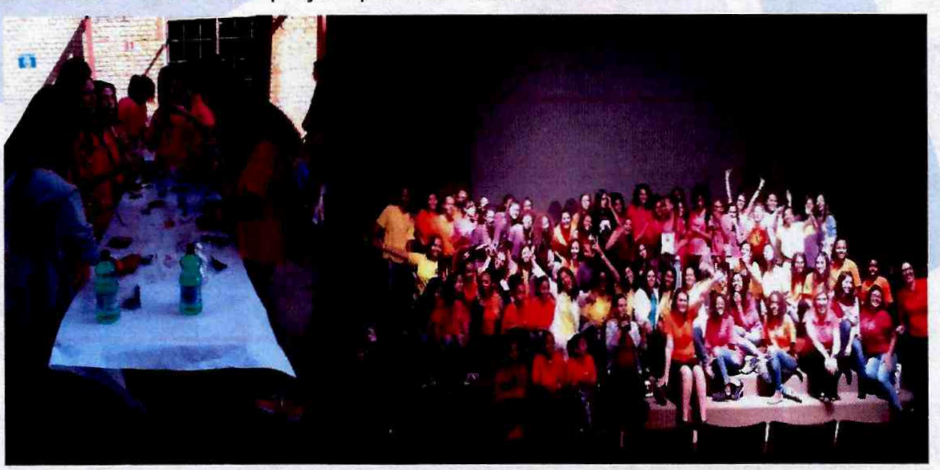
74	Proposta de reformulação/revisão de logomarca e identidade visual do Museu com prévia aprovação da SEC	74.1	Meta-Produto	Nº de porpostas para reformulação de logomarca e identidade visual	1º Trim	-		0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%

Nº	Ações Condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
75	Campanha de Marketing: Parceria com a NatGeo para veiculação de comercial por 12 meses	75.1	Meta-Produto	Nº de Campanhas	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					META ANUAL	1	1	100%
76	Anúncios em Veículos de Comunicação de Grande Expressão	76.1	Meta-Produto	Nº de Anúncios	1º Trim	2	2	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					META ANUAL	4	2	50%

Meta 71.2 – Nº de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do Museu

Através do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, o Núcleo de Comunicação Institucional do Museu Catavento auxilia os demais núcleos na elaboração de prospectos e documentos para apresentação da instituição para parceiros. Assim nesse trimestre realizamos a atualização de prospecto relativo à captação via lei de incentivo (Rouanet), fortalecemos parceria com a FAPESP, que nos envia periodicamente suas revistas para distribuição aos visitantes e funcionários do Museu, e firmamos ainda parceria com a COVESTRO e a ONG Greenlightfor Girls (G4G).

Destacamos a parceria com a empresa COVESTRO (lider mundial na produção de polímeros) e com a ONG Greenlight for Girls (G4G), pois através dela o Museu Catavento apresentou a meninas entre 11 e 15 anos de idade o Workshop -"Greenlight for Girls- Aroundthe world, com o objetivo de estimulá-las a ingressar em carreiras voltadas à tecnologia e às ciências. A ONG G4G é uma organização internacional com foco educacional e voltado especificamente às carreiras femininas. Neste ano o projeto percorrer mais de 40 cidades em todos os continentes.



Workshop - "Greenlightfor Girls - Aroundthe world" – realizado em maio de 2018

Meta 71.3 – Monitorar nº de visitantes virtuais

No 2º trimestre de 2018, mais uma vez, ultrapassamos com grande margem a meta de visitantes virtuais. Considerando a soma de novos acessos nas contas do Facebook, Instagrem, Youtube e visitantes únicos do site, chegamos a 93.390. Mesmo somando apenas o público virtual

das redes sociais ainda teríamos um percentual maior do que o provisionado devido a publicação de ações de grande interesse do público como a Semana Nacional de Museus, Virada Cultural, Exposições Extra-Muros, Campanha "É Dia de Museu", Work Shop Greenlight for Girls entre outros.

Meta 71.4 – Nº mínimo de inserções na mídia

Tivemos 403 inserções espontâneas na mídia, uma média de 4,4 ao dia. Atribuímos tal feito às atividades desenvolvidas pelo Núcleo Técnico do Museu que busca sempre inovar, propondo eventos e instalações de grande interesse de nosso público. No caso do 2º trimestre destacamos a programação pensada para o período, além da divulgação por meio de release da exposição Catavento no Shopping, inauguração dos Painéis Solares, Campanha do Agasalho, atividades produzidas em datas comemorativas, entre outros. Além disso, o trabalho desenvolvido com a Coordenadoria de Comunicação e Imprensa da Secretaria da Cultura, que faz a interface com os veículos de comunicação, tem permitido que nossas atividades sejam divulgadas com o mesmo entusiasmo que as criamos.

Meta 72.1 – Nº de Ações para reformulação do site do Museu

Constantemente atualizamos e procuramos melhorar o site do Museu Catavento, mas, entendendo que precisamos acompanhar as evoluções tecnológicas nesta área, abrimos edital para contratação de empresa que confeccione um novo site para a instituição. Assim o novo site deverá conter uma home page interativa com vídeos, fotos, banners, slides, notícias, destaques, links para redes sociais, serviços e formas de acesso, trabalhe conosco, editais de compras, balanços financeiros, conselho, estatuto, regimento, manuais, links para ouvidoria da Secretaria da Cultura, para o site da Secretaria (ícone), Portal da Transparência e para o site do SISEM, entre outros.

Meta 73 – Proposta de reformulação de sinalização interna e externa do Museu

Elaboramos um plano, em caderno específico, com as ações para gradativamente uniformizar as sinalizações internas e externas do Museu. A nova proposta visa auxiliar na circulação e localização dos visitantes no espaço, tornar o fluxo interno e, principalmente, externo um ambiente de maior proteção, mais dinâmico e organizado. É importante destacar que por se tratar de uma grande mudança esta reformulação deve ocorrer de maneira gradual, a depender de verba específica para sua realização.

Para estabelecer um critério central para o conceito do sistema de sinalização do Museu foi analisada a arquitetura do Palácio das Indústrias e suas características de acabamento, bem como das intervenções já executadas no edifício. O Palácio das Indústrias, em sua tipologia eclética, tem uma arquitetura de texturas rústicas. Desse modo, é possível observar que as intervenções ocorridas no edifício, desde o restauro de Lina Bo Bardi, nos anos 90, até as últimas adaptações executadas para abrigar o Museu Catavento, têm adotado partidos construtivos que correspondem a essa linguagem. Desse modo, para nosso novo sistema de sinalização iremos utilizar totens estruturados em requadros metálicos, com chapas ornamentais internas onde serão fixadas as placas de sinalização. Tais elementos irão compor com as demais estruturas metálicas já utilizadas no Palácio.

Meta 74 - Proposta de reformulação/revisão de logomarca e identidade visual do Museu com prévia aprovação da SEC

Desde a criação do Museu Catavento o mesmo logotipo é utilizado tanto para o Museu quanto para Organização Social, por isso revisamos o logo existente e o tornamos específico do Museu para fidelização da identidade visual e distinção em relação ao logotipo da OS. A arte já conhecida de nosso público, visto que foi aplicada há quase 10 anos, foi atualizada e conta com a inserção do subtítulo "Museu de Ciências". Esta alteração busca reafirmar nossa identidade como uma instituição de ciências, assim como todos os esforços que vimos fazendo nesse sentido. Além disso, o símbolo do catavento presente no logo foi modernizado com pequenos arredondamentos de bordas. Os pantones das cores também foram revistos com a ideia de criar uma linguagem menos infantil e ampliar a comunicação com todos os públicos. Um novo logo será criado para Organização Social.

REALIZAÇÃO ORÇAMENTARIA DO 2º TRIMESTRE DE 2018

Receitas do Contrato de Gestão

RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho	**16.326.404,33**	**3.854.021,99**	**23,6%**	**7.243.194,15**	**44,4%**
Receita de Repasse Apropriada	**13.503.228,04**	**2.641.257,71**	**19,6%**	**5.184.449,32**	**38,4%**
Receita de Captação Apropriada	**2.623.176,29**	**1.139.032,36**	**43,4%**	**1.722.773,45**	**65,7%**
Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	1.268.724,80	**500.755,00**	39,5%	**993.954,00**	78,3%
Captação de Recursos Incentivados	953.974,99	-	0,0%	-	0,0%
Trabalho Voluntário e Parcerias	400.476,50	**638.277,36**	159,4%	**728.819,45**	182,0%
Total das Receitas Financeiras	**200.000,00**	**73.731,92**	**36,9%**	**335.971,38**	**168,0%**
Receitas Financeiras	200.000,00	73.277,54	**36,6%**	**153.529,95**	**76,8%**
Outras Receitas	-	454,38	-	**182.441,43**	-
Total de Receitas para a realização de metas condicionadas	**6.645.000,00**	-	**0,0%**	-	**0,0%**
Receitas para realização de metas condicionadas	**6.645.000,00**	-	**0,0%**	-	**0,0%**

A meta de recursos financeiros captados foi amplamente superada no trimestre principalmente pela parceria estabelecida através do ProAC para a realização do Espetáculo Teatral Vou Daqui Vou Pra lá, Cada Coisa em Seu Lugar, promovido pela OAK Educação e Meio Ambiente. O espetáculo ressalta importância do combate a doenças como a Dengue, Zika e Chicungunya, permitindo o acesso às informações ao público. As apresentações serão realizadas de julho/2018 a outubro/2018.

A superação da meta também é resultado do novo valor de ingresso, que foi ajustado em fevereiro/2018 de R$ 6,00 para R$ 10,00.

Despesas do Contrato de Gestão

1) Recursos Humanos

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	**- 6.958.313,97**	**- 1.675.597,55**	**24,1%**	**- 3.363.096,48**	**48,3%**
Diretoria	**- 1.041.671,16**	**- 86.360,30**	**8,3%**	**- 171.353,12**	**16,4%**
Área Meio	- 250.000,00	-	0,0%	-	0,0%
Área Fim	- 791.671,16	**- 86.360,30**	10,9%	**- 171.353,12**	21,6%
Demais Funcionários	**- 4.054.285,00**	**- 1.170.530,52**	**28,9%**	**- 2.355.485,62**	**58,1%**
Área Meio	- 1.993.477,00	**- 339.423,63**	17,0%	**- 730.085,82**	36,6%
Área Fim	- 2.060.808,00	**- 831.106,89**	40,3%	**- 1.625.399,80**	78,9%
Estagiários	**- 1.862.357,81**	**- 418.706,73**	**22,5%**	**- 836.257,74**	**44,9%**
Área Fim	- 1.862.357,81	**- 418.706,73**	22,5%	**- 836.257,74**	44,9%

Como demonstrado acima, apesar de estarmos realizando acima do previsto a linha de Demais Funcionários Área Fim, estamos realizando abaixo do previsto nas demais linhas. Isso se dá pela gestão executiva e estratégica que preserva a execução do contrato de gestão e para 2018 está, apesar do alto custo preservar as Áreas Fins para realização quantitativa e qualitativa das metas propostas no Plano de Trabalho.

2) Prestadores de Serviços

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio	**- 2.216.772,81**	**- 438.697,22**	**19,8%**	**- 902.492,23**	**40,7%**
Limpeza	- 676.844,59	**- 143.134,29**	21,1%	**- 286.268,58**	42,3%
Vigilância / portaria / segurança	- 546.259,28	**- 112.816,77**	20,7%	**- 240.017,00**	43,9%
Jurídica	- 63.699,33	**- 13.230,00**	20,8%	**- 27.432,00**	43,1%
Informática	- 3.471,67	**- 705,72**	20,3%	**- 1.411,44**	40,7%
Administrativa / RH	- 289.781,73	**- 54.539,19**	18,8%	**- 111.013,38**	38,3%
Contábil	- 82.313,14	**- 19.500,00**	23,7%	**- 39.000,00**	47,4%
Auditoria	- 80.352,00	**- 272,96**	0,3%	**- 5.229,23**	6,5%
Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso)	- 474.051,07	**- 94.498,29**	19,9%	**- 192.120,60**	40,5%

As despesas do contrato de gestão referentes a Prestadores de Serviços, vem sendo executadas dentro do previsto para o ano de 2018.

Com relação as despesas com Auditoria, estas ocorrem nas fases de planejamento, pré-análise e final que ocorrem no 2º semestre do ano corrente, e janeiro do ano seguinte.

3) Custos Administrativos, Institucionais e Governança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Custos Administrativos, Institucionais e Governança	- **1.830.333,52**	- **492.515,88**	**26,9%**	- **875.194,48**	**47,8%**
Utilidades públicas	- **1.026.917,76**	- **207.094,01**	20,2%	- **413.438,56**	40,3%
Água	- 379.302,53	- **89.222,65**	23,5%	- **175.207,25**	46,2%
Energia Elétrica	- 477.330,25	- **85.624,95**	17,9%	- **178.281,25**	37,3%
Internet	- 77.619,33	- **15.936,27**	20,5%	- **31.872,54**	41,1%
Telefonia	- 92.665,65	- **16.310,14**	17,6%	- **28.077,52**	30,3%
Uniformes e EPIs	- 31.965,75	- **6.370,85**	19,9%	- **7.053,55**	22,1%
Viagens e Estadias	- 7.282,46	- **68,80**	0,9%	- **4.755,50**	65,3%
Material de consumo, escritório e limpeza	- 360.473,79	- **68.670,64**	19,1%	- **142.400,11**	39,5%
Despesas tributárias e financeiras	- 29.166,67	- **30.007,46**	102,9%	- **50.068,75**	171,7%
Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	- 208.038,93	- **42.112,53**	20,2%	- **85.538,20**	41,1%
Treinamento de Funcionários	- 5.833,33	-	0,0%	-	0,0%
Outras Despesas	- **100.654,83**	- **138.191,59**	137,3%	- **171.939,81**	170,8%
Locação de Veiculos	- 90.654,83	- **19.007,69**	21,0%	- **36.393,45**	40,1%
Investimentos	- 10.000,00	- **8.789,33**	87,9%	- **19.283,27**	192,8%
Provisões Judiciais	-	- **110.394,57**	-	- **116.263,09**	-
Plano Museológico	- 30.000,00	-	0,0%	-	0,0%
Planejamento Estratégico	- 30.000,00	-	0,0%	-	0,0%

As despesas do contrato de gestão referentes a Custos Administrativos, Institucionais e Governança, vem sendo executadas dentro do previsto para o ano de 2018 para grande maioria de suas rubricas.

Com relação a rubrica de Despesas Tributárias e Financeiras esta foi prevista abaixo do realizado pois, devido ao novo cenário financeiro para o novo contrato, não sabíamos como iriam se estabelecer o fluxo de caixa e a manutenção das aplicações financeiras. Mesmo assim, dentro deste grupo há previsões que estão acima do que se realizarão em 2018, o que faz que entre linhas estejamos cumprindo corretamente a execução do previsto.

Todas as rubricas serão redimensionadas para a execução de 2019.

Quanto a rubrica de provisões judiciais, que eleva a realização do grupo de Outras Despesas, vale lembrar que se trata de além do pagamento de processos, custas judiciais e serviços de perícia, nesta rubrica também está registrado a atualização das contingências trabalhistas. No 2º Trimestre houve desembolso monetário real de R$ 1.875,99 referente a depósito judicial pago em maio/2018.

4) Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança	- **925.111,83**	- **121.022,29**	**13,1%**	- **258.903,63**	**28,0%**
Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	- 726.778,50	- **83.025,77**	11,4%	- **196.584,60**	27,0%
Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	- 46.666,66	- **28.602,74**	61,3%	- **42.660,85**	91,4%
Seguros (predial, incêndio, etc.)	- 46.666,67	- **7.951,78**	17,0%	- **15.816,18**	33,9%
Outras Despesas (Investimentos)	- 105.000,00	- **1.442,00**	1,4%	- **3.842,00**	3,7%

As despesas do contrato de gestão referentes ao Programa de Edificações, vem sendo executada abaixo do previsto para o ano de 2018.

Como podemos verificar acima, a rubrica de Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB está se realizando acima do previsto, porém sem prejuízo ao orçamento total previsto para este programa. No 2º trimestre as principais despesas desta rubrica tratam-se de: Serviços técnicos

para renovação do AVCB; Manutenção do Sistema de Alarme; equipamento de prevenção contra incêndio, que são itens fundamentais para salvaguarda do Museu como um todo e dos nossos visitantes.

5) Programas de Trabalho Área Fim

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Programas de Trabalho da Área Fim	- 2.096.519,34	- 130.434,73	6,2%	- 357.884,32	17,1%
Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa	- 43.694,76	- 1.635,90	3,7%	- 9.395,66	21,5%
Programa de Exposições e Programação Cultural	- 1.043.694,75	- 6.766,75	0,6%	- 106.079,19	10,2%
Programa Educativo	- 949.129,83	- 122.032,08	12,9%	- 242.409,47	25,5%
Programa de Integração ao SISEM-SP	- 60.000,00	-	0,0%	-	0,0%

As despesas do contrato de gestão referentes aos Programas de Trabalho Área Fim, vem sendo executadas dentro do previsto para o ano de 2018. O programa de Exposições e Programação Cultural, está se realizando abaixo do orçamento previsto sem prejuízo a realização das metas pactuadas no programa de trabalho. Esta economia é possível graças aos trabalhos desenvolvidos internamente pela equipe responsável e se faz necessária diante da situação financeira enfrentada pelo contrato de gestão para o ano de 2018.

6) Comunicação e Imprensa

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2018	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2018
Comunicação e Imprensa	- 363.876,36	- 25.595,25	7,0%	- 90.931,95	25,0%
Site	- 157.560,69	- 3.263,25	2,1%	- 5.118,75	3,2%
Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	- 145.649,00	- 22.332,00	15,3%	- 50.032,40	34,4%
Assessoria de impresa e Publicidade	- 60.666,67	-	0,0%	- 35.780,80	59,0%

As despesas do contrato de gestão referentes a Comunicação e Imprensa, vem sendo executadas dentro do previsto para o ano de 2018. A rubrica de Site, está se realizando abaixo do orçamento pois as melhorias a serem efetuadas no site do Museu Catavento ainda estão em fase de desenvolvimento, podendo ou não serem realizadas em 2018.

CONCLUSÃO

A Organização Social Catavento Cultural e Educacional para reafirmar o sucesso da sua gestão desde o início da vigência dos Contratos de Gestão até agora firmados, principalmente agora no início do CG 02/2017, tem como compromisso a busca para a realização integral de todas as ações previstas, bem como tem envidado esforços para a realização de metas condicionadas e, especialmente, manter a atratividade sobre os conteúdos do Museu e, consequentemente nosso sucesso de visitação.

As metas constantes no Plano de Trabalho, Anexo I do Contrato de Gestão nº 02/2017, foram cumpridas, sendo todas executadas dentro da previsão orçamentária para o exercício, conforme demonstrado acima.

ALBERTO DE LIMA
DIRETOR EXECUTIVO

GISELE SILVA
SUPERINTENDENTE ADM. FIN.

PATRÍCIA RODRIGUES
COORDENADORA FINANCEIRA

DANIELLE MEDINA
ANALISTA ADM. FINANCEIRO