



# RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2º TRIMESTRE DE 2020

## MUSEU CATAVENTO



UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio  
Museológico  
Contrato de Gestão N° 02/2017

## ÍNDICE

<b>APRESENTAÇÃO E DESTAQUES DO 2º TRIMESTRE DE 2020.....</b>	<b>02</b>
<b>METAS DE GESTÃO TÉCNICA.....</b>	<b>05</b>
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA .....	05
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA .....	07
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL .....	10
PROGRAMA EDUCATIVO .....	17
PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP .....	27
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL .....	32
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES – MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA .....	36
<b>ORÇAMENTO PREVISTO X REALIZADO NO PERÍODO.....</b>	<b>39</b>
INFORMAÇÕES DE ACOMPANHAMENTO ORÇAMENTÁRIO .....	42
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>47</b>
<b>QUADRO DE ANEXOS TÉCNICOS E ADMINISTRATIVOS.....</b>	<b>48</b>

## APRESENTAÇÃO

Apresentamos a seguir relatório com os destaques das atividades desenvolvidas, no 2º trimestre de 2020, pelos Programas que compõem o Núcleo Técnico do Museu Catavento - equipamento da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo de Gestão, administrado pela Organização Social Catavento Cultural e Educacional, por meio de Contrato de Gestão Nº 02/2017 firmado com a Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico – UPPM.

Especialmente neste trimestre observamos o momento singular que vivemos, em função do Covid-19, com a necessidade de fechar o Museu Catavento para o público. Em 11 anos de história, de terça a domingo, férias e feriados, o Museu Catavento se tornou lugar comum para quem quer aprender de forma simples e objetiva as diversas ciências do conhecimento humano. Acostumados a ver os corredores do Museu cheios, média de 50 grupos atendidos por dia, 2 mil pessoas em dias letivos, e de 3 a 4 mil aos finais de semana (número este que triplica durante as férias), as equipes do Núcleo Técnico do Museu Catavento se viram diante de uma reformulação completa de suas atividades para manter todos os compromissos do Museu, além de mantê-lo em evidência no período de quarentena. Tal reformulação foi apresentada em Plano de Contingência contemplando as ações de cada um dos Programas.

Em reunião inicial com os diversos setores do Museu, foram estabelecidas rotinas e práticas físicas, ainda que mínimas, para manutenção da operação administrativa; do acervo, principalmente o biológico; visando ainda minimizar danos às instalações elétricas do Museu, manter cronograma de obras e execução de novos projetos. Feito isso, coube ainda traçar como seria a transição das atividades desse Museu que, a partir dali, “migraria” suas ações educativas, de programação, comunicação, acervo e apoio ao SISEM para o ambiente virtual. Todas as demandas, metas, pactos estabelecidos para a manutenção do contrato de trabalho precisaram ser revistas e adaptadas.

Apesar de partir de um esboço sólido, que se mantém até hoje, passados mais de 3 meses, cada Programa teve que observar suas necessidades e, dentro deste cronograma, criar atividades virtuais das mais diversas. Cada equipe identifica no relatório a seguir as metas atingidas e ações desenvolvidas neste quadro que para o público, trata-se apenas de uma grade de programação virtual para a quarentena, mas que para cada funcionário representa a possibilidade de reinventar-se e seguir em tempos de crise.

Após todas essas deliberações, a equipe do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional compôs grupo multidisciplinar de trabalho para atendimento da agenda do #CataventoEmCasa e #CulturaEmCasa, composto por representantes de todos os Programas do Museu, e iniciou as tratativas sobre identidade visual da campanha; esboço do cronograma; agendamento de captações de imagens e gravações de vídeos (apenas quando estritamente necessário e observando todas as orientações de distanciamento social); acolhimento das propostas diárias dos demais funcionários para enquadramento na programação; deliberações e alinhamento com os gestores de cada programa sobre a aferição de resultados e atendimento a cada meta; interlocução com a equipe de Comunicação da SEC; produção de releases e agendamento de pautas virtuais. A programação virtual definida para o período é composta por séries que contam o dia a dia do Museu e um pouco mais de suas instalações; resgata histórias do Catavento desde a inauguração em 2009; promove a participação

do público com enquetes educativas e memórias do visitante no Museu; expõe e explica o acervo do Catavento; traz conteúdos “mão na massa”, para as famílias reproduzirem em casa, “lives” e muito mais.

As ações de divulgação e atividades de mediação e atendimento de público começaram a ser desenvolvidas e atingiram o seguinte resultado no trimestre: quase 700 posts nas principais redes do Museu; 20.690 visitantes virtuais únicos no site; 12.995 novos seguidores nas redes do museu (1.793 novos seguidores no Facebook; 8.740 novos seguidores no Instagram; 2.397 novos seguidores no Youtube e 65 novos seguidores no Twitter). A divulgação da programação do Museu e de suas atividades gerou quase 150 mil visualizações; 135.178 curtidas; 1,2 milhões de alcance; 21.937 de engajamento e mais de 800 mil impressões. As ações resultaram ainda em retorno espontâneo de 124 inserções na mídia, média de 1,4 ao dia. Além disso, destacamos parceria com o canal “São Paulo para Crianças” que gerou resultados incríveis para as redes sociais do museu.

Durante o 2º trimestre de 2020 a equipe do Programa de Acervo do Museu Catavento, responsável pela gestão dos acervos e pelo Centro de Referência da instituição, elaborou 5 dossiês das peças dos acervos do Catavento; atualizou as fichas técnicas dos acervos; divulgou o artigo "Acessibilidade no Museu Catavento", produzido pelo Centro de Referência como parte da programação virtual da 18ª Semana de Museus; promoveu palestra virtual sobre o Palácio das Indústrias; atualização e entrega do Plano do Centro de Referência e sua equipe participou das seguintes atividades de formação: XII Semana Nacional de Museus na UNIFAL-MG; Curso - “Práticas de Organização e Difusão da Memória Empresarial, Organizacional ou Institucional”; Curso de Gestão da informação e documentação – Gestão Documental (20 horas) - Pública – ENAP e Introdução à administração na Fundação Bradesco. Para atender a grade virtual do #CataventoEmCasa e #CulturaEmCasa, a equipe do Programa participou ativamente na produção audiovisual da campanha e disponibilizou fotos e textos que, após aplicada identidade visual, levaram ao público mais informações sobre o rico acervo do Museu.

A equipe do Programa Educativo do Museu adotou as seguintes medidas: informou, via e-mail, que as visitas educativas oferecidas para estudantes, de escolas públicas e privadas, foram suspensas (o informativo contemplava divulgação das redes sociais do Museu para acesso virtual ao conteúdo produzido no período); o Núcleo Catavento Acessível elaborou uma programação virtual específica para atender a todos, mas em especial: idosos, pessoas com deficiência, refugiados e em situação de vulnerabilidade social; produziu conteúdos para as atividades #CataventoEmCasa "mão na massa"; realizou sugestões de conteúdos diversos no #CataventoIndica para as famílias acessarem durante a quarentena; realizou pesquisa de satisfação de público sobre a programação virtual do Museu; promoveu a formação online para professores "Inclusão dos alunos com baixa visão em ensino a distância"; preparou material educativo para as atividades e exposições através do #PorDentroDoCatavento e muito mais.

Para cumprimento das metas do Plano de Trabalho, o Programa de Exposições e Programação Cultural iniciou atividades virtuais, produzindo e divulgando a programação cultural exclusivamente nas redes sociais. Desta forma o Núcleo Técnico alinhou o desenvolvimento, principalmente, dos seguintes conteúdos: exposições de longa duração passaram a ser apresentadas pelo #PorDentroDoCatavento; para relembrar grandes momentos dos 11 anos do Museu Catavento o #HistóriasDoCatavento; oficinas com experimentos científicos, práticos e seguros são apresentadas pela #CataventoEmCasa no melhor estilo 'mão-na-massa'; as “lives”; bate-papos e entrevistas, com convidados ou colaboradores do Museu

Catavento, ampliaram o contato com o público do Museu. Além disso, em datas comemorativas foram realizadas campanhas virtuais próprias e edições extras/especiais das atividades já desenvolvidas com variados temas. No período foi produzido material para ações como: “Museum Week”, “Semana Nacional de Museus”, “Dia do Orgulho Autista”, “Dia do Químico”, “Dia Mundial do Meio Ambiente”, entre outros.

A equipe do Programa de Integração ao SISEM-SP realizou as seguintes ações: “Exposição virtual ‘Paisagens do Universo’”, em parceria com a Prefeitura de Cotia, por meio da Secretaria Municipal de Esportes, Cultura e Lazer da cidade; “Oficina virtual de Terrário”, em parceria com a Prefeitura de Biritiba Mirim, através de sua Secretaria Municipal de Cultura; “Live – Inclusão em museus de ciência” com mediação do Núcleo Catavento Acessível e participação de Marília Tocalino, funcionária da empresa Bayer, como convidada; e, por fim, “Workshop - Encontro virtual entre educativos”, em parceria com o CCBB – Centro Cultural Banco do Brasil.

As ações de captação que fazem parte do Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança do Museu, proporcionaram a realização de parcerias importantes para o Museu Catavento, principalmente para alavancar o equipamento no segundo semestre do ano e auxiliar na retomada. Através da Lei Federal de Incentivo à Cultura está em fase de confecção 2 novas exposições permanentes para o Museu: “Ciência da Vida Saudável” – Parceria: Nestlé Brasil e “Inteligência Artificial: Como treinar o Seu Robô” – Parceria: IBM Brasil. Além disso o departamento também se mobilizou para tratar de apoio para a reabertura do Museu Catavento, tendo já expressivo aporte em dinheiro realizado pela Tetra Pak e, em fase de negociação, possível investimento da BV Financeira. Além disso, o programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança em conjunto com as equipes técnicas do Museu, se dedicou para concluir o preenchimento do formulário “IQC Níveis” instrumento do Cadastro Estadual de Museus (CEM-SP).

Neste trimestre, a equipe do Programa de Edificações trabalhou em regime da escala para atender as manutenções mínimas do Museu e retomou, de forma gradual, importantes obras iniciadas antes da pandemia. Estão em andamento a limpeza da tenda tensionada, localizada na área externa do Museu, e importante reforma elétrica que, entre outras ações, tratou de dar sequência aos seguintes serviços: construção da cabine primária na área externa; modernização de quadros elétricos do claustro; modernização de quadros elétricos da tenda; instalação de quadros alimentadores; trocas de terminais modular; instalação de novas passagens de cabos; instalação de novas tomadas; instalação de cabos alimentadores no gerador, localizado na área externa; modernização de passagens de cabos alimentadores em quadros elétricos no subsolo e instalação de eletrocalhas no subsolo.

Algumas ações pactuadas, que dependiam da presença de público ou ações fora do Museu, precisaram ser postergadas em função do fechamento do Museu por determinação do Centro de Contingência do Covid-19, como poderá ser visto no detalhamento realizado por cada Programa.

Nas páginas seguintes detalhamos as atividades desenvolvidas por cada Programa, de acordo com as metas pactuadas através do 5º Termo de Aditamento do Contrato de Gestão Nº 02/2017. Importante destacar que esse termo de aditamento não contemplava a previsão da realização das ações virtuais no Plano de Trabalho, por isso durante todo o 2º trimestre a Organização Social e Unidade Gestora realizaram diversas reuniões para a formalização adequada do Plano de Trabalho e da Planilha Orçamentária devido à redução de 14% no orçamento anual. O Plano de Trabalho antes

majoritariamente com previsão de ações presenciais, teve que ser revisto e adequado seguindo as orientações da Unidade de Monitoramento através do “Memo Conjunto UM/UFC/UDBL/UPPM nº 01/2020”, cujo conteúdo diz respeito às instruções relacionadas às ações e público virtual devido à pandemia do Covid-19 e também condicionando ações à reabertura do Museu, retorno das aulas, captação de recursos e normalização das atividades. A formalização das questões acima será realizada através do 6º Termo de Aditamento que já está em andamento e tratativas finais entre a Organização Social, Unidade Gestora (UPPM) e a Consultoria Jurídica da SEC, devendo ser assinado no início do 3º trimestre.

## 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. A seguir apresentamos o cumprimento das metas para o 2º trimestre:

1. FUNÇÃO GOVERNANÇA - PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA 2020 - MUSEU CATAVENTO								
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
1	(PGTG) Recursos financeiros captados via geração de receitas de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaço, doações e etc. (25% do repasse anual de 2020) (Eixo 3)	1.1	Meta-Resultado	R\$ - Recursos financeiros captados	1º Trim	R\$ 517.206,81	R\$ 666.211,83	129%
					2º Trim	R\$ 517.206,81	R\$ 0,00	0%
					3º Trim	R\$ 517.206,81		0%
					4º Trim	R\$ 517.206,81		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>R\$ 2.068.827,24</b>	<b>R\$ 666.211,83</b>	<b>32%</b>
2	(PGTG) Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	R\$ - Recursos financeiros captados	1º Trim	R\$ 150.000,00	R\$ 0,00	0%
					2º Trim	R\$ 150.000,00	R\$ 900.000,00	600%
					3º Trim	R\$ 150.000,00		0%
					4º Trim	R\$ 150.000,00		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>R\$ 600.000,00</b>	<b>R\$ 900.000,00</b>	<b>150%</b>
	(PGTG) Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico (Eixo 5)	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	80	87%	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	80		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	<b>87%</b>	<b>0%</b>
4	(PGTG) Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	4.1	Meta-Produto	Nº de Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

**Meta 1.1 – Recursos financeiros captados via geração de receitas de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaço, doações e etc.**

Devido à pandemia do Covid-19, o Governo do Estado de São Paulo adotou medidas para enfrentar e conter a disseminação do vírus para proteção da saúde da população, entre elas a suspensão do funcionamento dos equipamentos culturais a partir do dia 17 de março de 2020. Com isso, durante todo o 2º trimestre de 2020, o Museu permaneceu fechado e sem a possibilidade de captar recursos via bilheteria e cessão remunerada de espaços.

**Meta 2.1 – Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais**

A OS Catavento vem ao longo dos anos construindo e fortalecendo a relação com investidores como a Bayer, M Cassab, Tetra Pak, Nestlé entre outros, que tem resultado na renovação da parte expositiva. Como um importante destaque conseguimos já em 2019 um aporte financeiro advindo da Lei de Incentivo a Cultura, através do Projeto de Manutenção Anual do Museu de 2020, resultado este do trabalho efetuado pela nossa equipe de Captação e pela equipe do núcleo Educativo, sendo o aporte realizado pela empresa Bayer.

Captação de recursos é um grande desafio para quase todos os projetos sociais, principalmente aos voltados para o Terceiro Setor. E esse cenário está sendo muito mais desafiador para 2020 diante da pandemia do Covid-19, o Governo do Estado de São Paulo adotou medidas para enfrentar e conter a disseminação do vírus para proteção da saúde da população, entre elas a suspensão do funcionamento dos equipamentos culturais a partir do dia 17 de março de 2020. O reconhecimento do estado de calamidade pública foi publicado através do decreto Nº 64.879, de 20 de março de 2020.

Apesar de todo cenário, a equipe de captação continuou envidando esforços e durante o 2º trimestre de 2020, recebemos o aporte de R\$ 900 mil através de Lei de Incentivo, sendo R\$ 400 mil da Nestlé e R\$ 500 mil da Tetra Pak.

**Meta 3.1 – Índices de satisfação do público geral monitorados de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico**

Para avaliar o perfil e satisfação dos visitantes, mantemos estrategicamente instalados dois totens eletrônicos no espaço expositivo. Devido à pandemia do Covid-19, no primeiro semestre de 2020, a pesquisa foi realizada até o fechamento do Museu no dia 17 de março. Responderam a pesquisa cerca de 1.916 pessoas, 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. O índice de satisfação apurado no 1º semestre foi de: 87%.

**Meta 4.1 – Cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte**

Com o fechamento do Museu, isolamento social e redução do orçamento anual de 2020, a meta pactuada para a realização de cursos de capacitação e qualificação para as equipes de suporte, não foi realizada, conforme Plano de Contingência enviado no início da pandemia. Essa meta passou a ser condicionada a liberação de recursos, com formalização prevista no 6º Termo de Aditamento.

### Preenchimento do Formulário "IQC Níveis"

Atendendo a solicitação feita pela UPPM para que realizássemos o preenchimento do formulário "IQC Níveis" do Cadastro Estadual de Museus (CEM/SISEM), a equipe de Gestão Executiva em conjunto com as áreas técnicas do Museu se dedicaram para concluir o preenchimento do formulário, a qual foi submetido no dia 30/06/2020.



### PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

O Programa de Acervo do Museu Catavento, núcleo responsável pela gestão dos acervos e pelo Centro de Referência da instituição, tem como objetivo estimular de forma estratégica a pesquisa e o cuidado com o acervo da instituição.

2. FUNÇÃO: PRESERVAÇÃO – PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA 2020 - MUSEU CATAVENTO								
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
5	(PA) Elaboração de dossiês dos acervos	5.1	Meta-Resultado	Nº dossiês de peças dos acervos elaborados	1º Trim	5	5	100%
					2º Trim	5	5	100%
					3º Trim	5		0%
					4º Trim	5		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>50%</b>
6	(PA) Política de Gestão de Acervo	6.1	Meta-Resultado	Atualização e Entrega do Política de Gestão de Acervo	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		6.2	Meta-Resultado	Quantidade de procedimentos técnicos relacionados a gestão de acervo desenvolvidos e/ou implantados	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>					

7	(PA) Pesquisa com o acervo visando a publicação de artigo	7.1	Meta-Resultado	Nº de artigos publicados	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>50%</b>
8	(PA) Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos oferecidos relativos à temática do Museu	8.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim*	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>50%</b>
9	(PA) Plano do Centro de Referência	9.1	Meta-Resultado	Atualização e Entrega da Plano do Centro de Referência	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>
10	(PA) Rede de Museus de Ciência	10.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
11	(PA) Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos para funcionários, voltados ao acervo ou centro de referência	11.1	Meta-Produto	Nº de eventos	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	7	700%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>200%</b>
12	(PA) Projetos a editais de apoio	12.1	Meta-Produto	Nº de Projetos Submetidos	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
13	(PA) Inauguração do Centro de Referência e Reserva Técnica	13.1	Meta-Produto	Inauguração Realizada	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

\*Ação/Público Virtual

### Meta 5.1 – Elaboração de dossiês dos acervos: N° dossiês de peças dos acervos elaborados

O Programa de Acervo do Museu Catavento, núcleo responsável pela gestão dos acervos e do Centro de Referência da instituição, tem como objetivo estimular de forma estratégica a pesquisa e o cuidado com o acervo. A equipe do Programa de Acervo realizou durante o 2º trimestre de 2020 o total de 5 dossiês relacionados aos acervos da instituição. Os documentos fazem parte do projeto de difusão da história dos acervos do Museu Catavento.

As peças escolhidas foram:

- Caixa Registradora “National”
- Bigorna
- Mimeógrafo
- Máquina de Escrever FACIT
- Ferro de Passar

### **Meta 6.2 – Política de Gestão de Acervo – Quantidade de procedimentos Técnicos relacionados a gestão de acervos desenvolvidos e/ou implantados**

A equipe do Programa de acervo realizou no 2º trimestre de 2020 a atualização de algumas fichas técnicas dos acervos do Museu Catavento. O documento tem como objetivo a mensuração de todas as práticas realizadas com os acervos sob responsabilidade da instituição, desde os reparos, processos de limpeza, estado de conservação, pesquisas realizadas, exposições já realizadas, entre outros, todos com objetivo de alimentação de forma histórica e técnica

### **Meta 7.1 – Pesquisa com o acervo visando a publicação de artigo – Nº de artigos publicados**

Em comemoração a 18ª Semana de Museus, que este ano teve como tema “Museus para a Igualdade: diversidade e inclusão”, o Centro de Referência do Museu Catavento, com o apoio do Núcleo Catavento Acessível, divulgou através das redes sociais o artigo: Acessibilidade no Museu Catavento, por Pâmella Andrade. No texto é possível ver que, na perspectiva da inclusão social, ter acesso à informação representa a expressão da democratização dos espaços culturais. Desse modo a instituição desenvolve ações e espaços que sejam acessíveis para todo o público. Links do artigo: <http://www.cataventocultural.org.br/noticias/artigo-acessibilidade-no-museu-catavento>  
<https://museucatavento.org.br/acessibilidade-no-museu-catavento> 

### **Meta 8.1 - Cursos, palestras, workshops, oficinas e treinamentos oferecidos relativos à temática do Museu**

O arquiteto e Gerente de Conteúdo do Museu Catavento, Ricardo Pisanelli, realizou um bate-papo com a museóloga do Museu Catavento, Paula Ferreira, sobre o Palácio das Indústrias - sede do Museu. A ação expôs informações sobre urbanismo, arquitetura e sobre os diferentes usos que este patrimônio de São Paulo teve ao longo dos seus quase 100 anos de existência.

Essa meta seria realizada presencialmente, porém devido a pandemia do COVID-19 e pelo fechamento do Museu durante o 2º trimestre, a meta foi realizada virtualmente.

Abaixo demonstramos os resultados de público virtual da ação: 

8	(PA) Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos oferecidos relativos à temática do Museu	Nº de Ações Virtuais	1
		Nº de Público Virtual Participantes	440
		Nº de Público Virtual Visualizações	1.562

**Meta 9.1 - Atualização e entrega do Plano do Centro de Referência**

Cumprindo a meta de anualmente entregar atualizações referentes aos propósitos e organização do Centro de Referência, a equipe do programa de acervo no ano de 2020 atualizou o seu plano de ações com informações referentes ao processo de reestruturação do espaço físico, além de mensurações sobre as regras comportamentais e estruturais do espaço.

**Meta 10.1 - Rede de Museus de Ciência**

A ação não foi realizada no trimestre devido ao cenário da pandemia, mas também por da revisão e instruções dos comitês da UPPM, a ação “Rede de Museus de Ciência”, é muito semelhante da ação existente no Programa do SISEM, dessa forma essa ação será retirada do Programa de Acervo através do 6º Termo de Aditamento, e terá sua realização no Programa do SISEM.

**Meta 11.1 – Cursos, Palestras, Workshops, Oficinas e Treinamentos para funcionários, voltados ao acervo ou centro de referencia: Nº de eventos**

A equipe do Programa de acervo se organizou no 2º trimestre de 2020 para participar de palestras e cursos, todos voltados para temáticas relacionadas ao acervo ou o Centro de Referência do Museu Catavento. Dentre todas as atividades realizadas, podemos destacar:

- XII Semana Nacional de Museus na UNIFAL-MG;
- Curso - “Práticas de Organização e Difusão da Memória Empresarial, Organizacional ou Institucional”;
- Webnário Gestão de Museus em Tempos de Crise (3 módulos: Gestão de Comunicação Digital, Ações Educativas durante o isolamento e Gestão de Riscos em Meio a Pandemia);
- Pública – ENAP - Curso de Gestão da informação e documentação – Gestão Documental (20 horas);
- Fundação Bradesco - Introdução à administração.

**PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL**

Este programa tem como objetivo ampliar a extroversão do acervo e da temática de atuação do Museu. Contudo, desde 17 de março de 2020 todas as atividades com público foram integralmente suspensas, conforme as orientações do Centro de Contingência do Covid-19 do Governo do Estado de São Paulo. Portanto, para cumprimento das metas de nosso Plano de Trabalho, o Programa de Exposições e Programação Cultural iniciou as atividades virtuais, produzindo e divulgando a programação cultural exclusivamente em suas redes sociais. No segundo trimestre, o Museu Catavento cumpriu as seguintes ações pactuadas em seu Plano de Trabalho, além de ações em destaque:

3. FUNÇÃO: DIFUSÃO – PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL 2020 - MUSEU CATAVENTO								
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
14	(PEPC) Exposições temporárias com acervo próprio e/ou de terceiros	14.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim	2	2	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>50%</b>
15	(PEPC) Eventos da Programação Cultural	15.1	Meta-Produto	Nº de eventos da programação cultural	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim*	1	21	2100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>22</b>	<b>550%</b>
16	(PEPC) Programas temáticos: (Aniversário de São Paulo, Semana Darwin, Semana de Museus, Aniversário Catavento, Virada Cultural, Jornada do Patrimônio, Primavera de Museus, Dia das crianças, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia e Dia dos Direitos Humanos)	16.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	1º Trim	3	2	67%
					2º Trim*	2	3	150%
					3º Trim	2		0%
					4º Trim	3		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>50%</b>
17	(PEPC) Recebimento de Visitantes presenciais no Museu	17.1	Meta-Resultado	Público Total	1º Trim	123.000	121.211	99%
					2º Trim	128.000	0	0%
					3º Trim	189.000		0%
					4º Trim	120.000		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>560.000</b>	<b>121.211</b>	<b>22%</b>
		17.2	Dado-Extra	Público Espontâneo	1º Trim		114.341	0%
					2º Trim		0	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>114.341</b>	<b>0%</b>
18	(PEPC) Seminários Formativos, palestras, cursos, workshops, oficinas, mostras ou festivais.	18.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim*	1	3	300%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>150%</b>
		18.2	Meta-Produto	Nº mínimo de vagas ofertadas	1º Trim	-	0	0%
					2º Trim*	100	100	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	100		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>50%</b>
		18.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	-	0	0%
					2º Trim*	25	4.457	17828%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	25		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>50</b>	<b>4.457</b>	<b>8914%</b>
19	(PEPC) Programação de Férias no Museu Catavento	19.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Trim	3	20	667%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	3		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	<b>333%</b>

20	(PEPC) Ações Extra Muros	20.1	Meta-Produto	Nº de ações extra muros	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	2		0%
					4º Trim	2		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>17%</b>
		20.2	Dado-Extra	Nº de participantes das ações extra muros	1º Trim		29.253	0%
					2º Trim		0	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>29.253</b>	<b>0%</b>
21	(PEPC) Exposição de longa duração	21.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	2		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

\*Ação/Público virtual

### Meta 15.1 – Eventos da Programação Cultural: N° de eventos da programação cultural

Meta pactuada: 01 evento na programação cultural no trimestre, porém foi possível realizar um número maior de eventos em formato digital na Programação Cultural no 2º trimestre. Justificativa para a “superação” da meta: quando transferimos as atividades presenciais para os meios virtuais, optamos por oferecer ao nosso público um maior número de eventos na programação, sem prejuízo financeiro pois a execução se deu com recursos e funcionários disponíveis. Abaixo demonstramos os resultado de público virtual da ação:

15	(PEPC) Eventos da Programação Cultural	Nº de Ações Virtuais	21
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	33.400

### HISTÓRIAS DO CATAVENTO

- **09 de abril: Exposição do Macaco ao Homem:** Vídeo apresentando a inauguração da exposição “Do Macaco do Homem” em 2014 divulgado no Instagram e Facebook;
- **16 de abril: Obras do Borboletário:** Vídeo estilo *time lapse* com a montagem e construção em 2015 da estrutura que abriga o Borboletário do Museu Catavento, divulgado no Instagram e Facebook;
- **07 de maio: Acessibilidade Seção Biomas do Brasil:** O Museu Catavento inaugurou, em 2017, um conjunto de melhorias na exposição “Biomas do Brasil” para garantir acessibilidade para cegos e deficientes visuais. Vídeo divulgado pelo Instagram e Facebook;
- **28 de maio: MOP 2014:** Vídeo relembrando a 4ª. Edição da Mostra Paulista de Ciência e Engenharia em 2014. Vídeo divulgado pelo Instagram e Facebook;

- **04 de junho: Inauguração do Jardim dos Polinizadores:** Na Semana do Meio Ambiente, apresentamos vídeo para lembrar a inauguração em 2017 do Jardim dos Polinizadores do Museu Catavento. Divulgação pelo Instagram e Facebook;
- **11 de junho: Novos experimentos da Seção Engenharia:** Apresentação de vídeos com as atualizações e novos experimentos desenvolvidos no Museu Catavento em 2013. Divulgação pelo Instagram e Facebook;
- **18 de junho: Reinauguração Laboratório de Química do Catavento:** No Dia do Químico, vídeo de 2013, apresentando as atualizações no Laboratório de Química do Catavento com apoio e parceria da empresa Bayer. Divulgação pelo Instagram e Facebook;
- **25 de junho: Atualização Sala da Óptica:** Vídeo de 2012 com novos experimentos para a Sala da Óptica da Seção Engenharia do Museu Catavento. Divulgação pelo Instagram e Facebook;

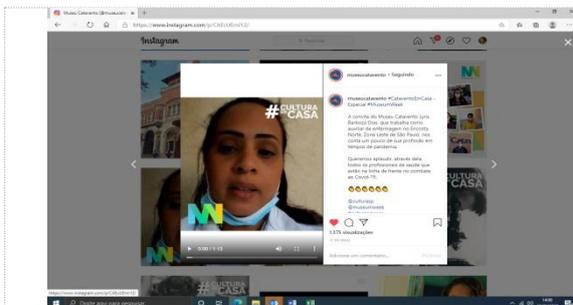
### EDIÇÕES ESPECIAIS

- **10 de maio: DIA DAS MÃES:** Vídeo produzido com as mães colaboradoras do Museu Catavento, trabalhando remotamente neste período de quarentena, representando todas as mães. A divulgação foi pelo YouTube, Instagram e Facebook;
- **11 de maio: MUSEUMWEEK – comemoração internacional dos museus:** #MuseumWeek a temática abordada foi apresentar os trabalhadores que estão na linha de frente. Neste vídeo, uma combatente direta a pandemia COVID-19, a enfermeira Lyriz Barbosa Dias fala sobre suas vivências diárias em seu trabalho em hospital na Zona Leste de São Paulo. Nossa homenagem e agradecimento a todos esses profissionais. Divulgado pelo Instagram e Facebook;
- **12 de maio: MUSEUMWEEK – comemoração internacional dos museus:** #Museum Week, desafio em apresentar uma ação para inspirar as famílias em confinamento a recriar esse item tão querido do Acervo do Museu Catavento – a locomotiva Dubs. No vídeo, Pamella Andrade – do Centro de Referência - explica como é fácil e divertido recriar a locomotiva - peça do acervo exposta no jardim externo do Museu. Divulgado pelo YouTube, Instagram e Facebook;
- **13 de maio: MUSEUMWEEK – comemoração internacional dos museus:** #MuseumWeek a temática a ser abordada é: #JuntosMW. Sabemos que sozinhos até conseguimos seguir, mas juntos somos mais fortes, vamos mais longe, nos reiventamos, brincamos e usamos nossa criatividade para fazer diversas coisas. Jéssica, do Núcleo Acessível, mostra nesta oficina de Tinturas Naturais como reutilizamos as tinturas que saem de alguns produtos que temos em nossa casa como: legumes, verduras e temperos utilizados na nossa cozinha, com texturas, cores e aromas. Para Instagram e Facebook;
- **14 de maio: MUSEUMWEEK – comemoração internacional dos museus:** #MuseumWeek: #museummoments: dia de lembrar grandes momentos. Apresentamos algumas passagens importantes nesses 11 anos de existência do Museu Catavento. Divulgado no Instagram e Facebook;
- **16 de maio: MUSEUMWEEK – comemoração internacional dos museus:** Jéssica, do Núcleo Acessível, apresenta vídeo direcionado para pessoas com deficiência, celebrando o "Dia Mundial da Conscientização sobre Acessibilidade", que habitualmente é comemorado na terceira quinta-feira do mês de maio. Divulgado no YouTube, Instagram e Facebook;

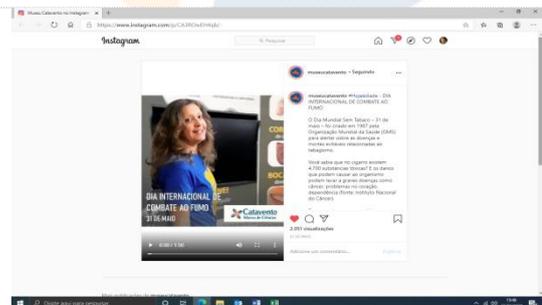
- **17 de maio: MUSEUMWEEK – comemoração internacional dos museus:** Especial MuseumWeek #museumdreams. Neste dia para apresentar os sonhos e em como poderemos contribuir para um futuro melhor, Ana Lima – Assessora do Educativo - apresenta a futura exposição “Legado do Negro ao Brasil”. Divulgado no Instagram e Facebook;
- **31 de maio: DIA INTERNACIONAL DE COMBATE AO FUMO:** Vídeo apresentado diretamente da Seção ALERTAS do Museu Catavento, local para discussão sobre as drogas e seus efeitos no físico, psíquico e na sociedade. Para marcar a data, Ana Lima – Assessora do Educativo - mostra a importância do combate ao fumo como medida de precaução ao COVID-19. Divulgação pela Instagram e Facebook;
- **05 de junho: DIA MUNDIAL DO MEIO AMBIENTE:** Para marca essa significativa data, Maria Cecilia – do Setor Educativo – mostra a importância das abelhas para o meio ambiente. Divulgação pelo Instagram e Facebook;
- **08 de junho: DIA MUNDIAL DOS OCEANOS:** A importância dos oceanos para o meio ambiente, muitas vezes passa despercebido. Maiara, Bióloga do Museu Catavento, mostra como os oceanos influenciam em toda a vida do planeta. Divulgação pelo Instagram e Facebook;
- **8 de junho: DIA DO ORGULHO AUTISTA:** Com o objetivo de mudar a visão dos meios de comunicação em torno do transtorno do espectro autista (TEA), bem como trazer atividades específicas para essas pessoas, Jessica do Núcleo Catavento Acessível, apresentou um vídeo com algumas ações bem interessantes. Divulgação pelo Instagram e Facebook;
- **18 de junho: DIA DO QUÍMICO:** Para marcar a data, Amanda Lima, Química responsável pelas atrações desta área no Museu Catavento, explica como é o trabalho do químico dentro do Museu e a importância para apresentações seguras e interessantes. Divulgação pelo Instagram e Facebook;

## LIVE

- **30 de abril: SÃO PAULO para Crianças:** Passeio virtual ao vivo pela plataforma digital São Paulo para Crianças, plataforma especializada em atrações em São Paulo, para as crianças. Nessa *live*, Pedro Jackson, Educador do Museu Catavento, teve a oportunidade de mostrar várias seções de Museu nesse período que está fechado. Esta ação foi divulgada pelo canal YouTube;



#MuseumWeek a temática abordada foi apresentar os trabalhadores que estão na linha de frente



DIA INTERNACIONAL DE COMBATE AO FUMO

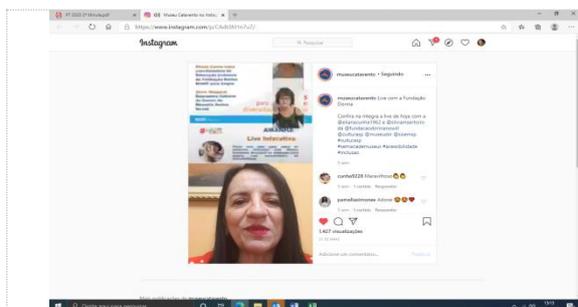
**Meta 16.1 – Programas temáticos: (Aniversário de São Paulo, Semana Darwin, Semana de Museus, Aniversário Catavento, Virada Cultural, Jornada do Patrimônio, Primavera de Museus, Dia das crianças, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia e Dia dos Direitos Humanos): Quantidade de eventos**

Pactuada a realização de 2 programas temáticos neste trimestre: Semana Nacional de Museus e Virada Cultural, porém devido ao período de pandemia, com distanciamento social, a Virada Cultural – ação promovida pela Prefeitura Municipal de São Paulo – foi adiada para quando as condições forem favoráveis à sua realização. Portanto, o Museu Catavento adiou o cumprimento desta meta para data a ser confirmada pela Prefeitura. No entanto foi realizado 3 ações virtuais no trimestre, “superando” a meta pactuada, sem prejuízos pois foi executada com os recursos e pessoas disponíveis. Os resultados obtidos com as ações virtuais estão demonstrados abaixo:

16	(PEPC) Programas temáticos: (Aniversário de São Paulo, Semana Darwin, Semana de Museus, Aniversário Catavento, Virada Cultural, Jornada do Patrimônio, Primavera de Museus, Dia das crianças, Semana Nacional de Ciência e Tecnologia e Dia dos Direitos Humanos)	Nº de Ações Virtuais	3
		Nº de Público Virtual Participantes	601
		Nº de Público Virtual Visualizações	2.993

**18ª. SEMANA NACIONAL DE MUSEUS**

- **21 de maio: LIVE - Acessibilidade e Inclusão de Pessoas com Deficiência Visual:** Live com as representantes da Fundação Dorina Nowill Eliana Cunha e Silvia Madjarof falando da inclusão das pessoas com deficiência visual – mediação Jéssica do Núcleo Acessível. Divulgação via Instagram;
- **22 de maio: LIVE – Materiais utilizados na mediação Catavento Acessível:** Live interativa sobre os materiais utilizados na mediações das visitas do Catavento Acessível, com a Pâmella Andrade, do Centro de Referência do Museu Catavento e Jéssica Dezuani, responsável pelo Núcleo Catavento Acessível.
- **22 de maio: Complemento dos Materiais utilizados na mediação Catavento Acessível:** Complementando a *live* interativa sobre os materiais utilizados nas mediações das visitas do Catavento Acessível, Jéssica Dezuani do Núcleo Acessível, apresenta vídeo com música para aprender sobre o Sistema Solar.



Live com as representantes da Fundação Dorina Nowill Eliana Cunha e Silvia Madjarof



Live interativa sobre os materiais utilizados na mediações das visitas do Catavento Acessível

### **Meta 17.1/17.2 – Recebimento de Visitantes presenciais no Museu: Público Total e Público Espontâneo**

Desde o dia 17 de março, todas as atividades com público presencial foram integralmente suspensas, e acordo com as orientações do Centro de Contingência do Covid-19 do Governo do Estado de São Paulo. Portanto, neste segundo trimestre nosso público foi formado pelos visitantes virtuais em nossas atividades desenvolvidas especialmente para este período de pandemia que permanecemos em distanciamento social. No 2º trimestre o total de público virtual foi de: 117.657 visualizações e 2.234 participantes das ações virtuais.

### **Meta 18.1/18.2/18.3 – Seminários Formativos, palestras, cursos, workshops, oficinas, mostras ou festivais.**

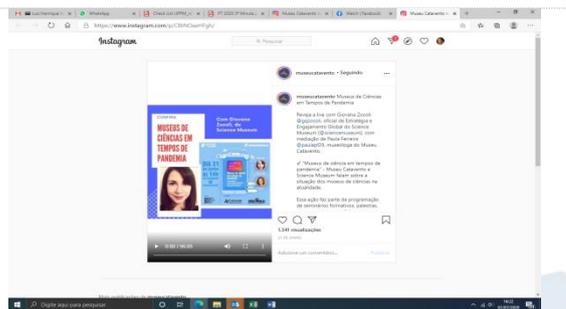
Pactuada a realização de 01 ação presencial, com número de mínimo de 100 vagas ofertadas e com o número mínimo de 25 participantes, porém foram realizadas 1 oficina e 2 palestras virtuais, totalizando 03 atividades no trimestre. A superação não afetou o orçamento visto que foi realizada com recursos disponíveis. As ações virtuais foram feitas para todos que quisessem assistir, dessa forma não limitamos o número de vagas. Obs.: devido às restrições e fechamento do Museu ao atendimento presencial, as ações realizadas foram por meio de redes sociais com público virtual propiciou a oportunidade em oferecer mais atividades ao público.

18	(PEPC) Seminários Formativos, palestras, cursos, workshops, oficinas, mostras ou festivais.	Nº de Ações Virtuais	3
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	4.457

- **07 de abril: DIA MUNDIAL DA SAÚDE:** No Dia Mundial da saúde, apresentamos um vídeo com palestra de Educador Fábio Alves - biólogo – que explicou as reações e o que acontece com o Coronavírus em contato com o sabão. Divulgação no Instagram e Facebook;
- **18 de abril: Oficina BONECAS ABAYOMI:** O educador Fábio Alves, apresentou a oficina para confecção das Bonecas Abayomi. As Bonecas Abayomi são pequenas bonecas negras, feitas de pano e sem costura alguma, apenas com nós ou tranças. Sua origem perdeu-se no tempo, mas presume-se que tenham sido criadas na época da escravidão, onde eram confeccionadas com pedaços de tecidos das saias - pano encontrado nos navios negreiros - para acalmar e trazer alegria para todos. Legado da cultura africana, essas bonecas são consideradas como amuletos até hoje. Divulgação pelo YouTube, Instagram e Facebook;
- **21 de junho: Live MUSEUS DE CIÊNCIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA: Palestra com Giovana Zocoli,** Oficial de Estratégia e Engajamento Global do Science Museum de Londres e mediação de Paula Ferreira, Museóloga do Museu Catavento. Nesta live, foram apresentadas as diferentes formas de atuação das instituições durante a pandemia e como estão se preparando para a retomada das atividades. Divulgação pelo Instagram;



Vídeo Dia Mundial da Saúde



Live MUSEUS DE CIÊNCIAS EM TEMPOS DE PANDEMIA

### Meta 20.1/20.2 – Ações Extra Muros: Nº de ações extra muros e Nº de participantes das ações extra muros

Devido ao fechamento das escolas e equipamentos culturais, e das restrições e distanciamento social de acordo com as orientações Centro de Contingência do Covid-19 do Governo do Estado de São Paulo, não foi possível a realização das ações extramuros no trimestre. Assim, condicionamos a realização dessa ação, através do 6º Termo de Aditamento, a reabertura e normalização das atividades culturais.

### PROGRAMA EDUCATIVO

O Programa Educativo tem como objetivo contribuir com a educação não formal, possibilitando a acessibilidade e a construção de conhecimentos (cognitivos, afetivos, sensíveis, críticos, desenvolvimento de habilidades etc.) a partir do patrimônio comunicado pelo Museu. Nesse sentido, desenvolve ações educativas, produz materiais e conteúdos pedagógicos, oficinas, além de estruturar programas e projetos específicos para diferentes públicos, buscando assim, cumprir seu papel no desenvolvimento institucional, museológico e social.

4. FUNÇÃO: FORMAÇÃO CULTURAL – PROGRAMA EDUCATIVO 2020 - MUSEU CATAVENTO									
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%	
22	(PE) Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Dado-Extra	Nº de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	-	3.737	0%	
					2º Trim	-	0	0%	
					3º Trim	-		0%	
					4º Trim	-		0%	
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>3.737</b>	<b>0%</b>	
23	(PE) Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: Idosos/ Pessoas com deficiência/ Refugiados/em situação de vulnerabilidade social)	23.1	Dado-Extra	Nº monitorias/roteiros realizado	1º Trim	-	34	0%	
					2º Trim*	-	11	0%	
					3º Trim	-		0%	
					4º Trim	-		0%	
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>45</b>	<b>0%</b>	
			23.2	Dado-Extra	Nº de públicos atendidos	1º Trim	-	843	0%
						2º Trim*	-	25.133	0%
						3º Trim	-		0%
						4º Trim	-		0%
<b>META ANUAL</b>						<b>0</b>	<b>25.976</b>	<b>0%</b>	

24	(PE) Programa Catavento em Família	24.1	Dado-Extra	Nº de ações realizadas	1º Trim	-	11	0%
					2º Trim*	-	13	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>0%</b>
		24.2	Dado-Extra	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	-	454	0%
					2º Trim*	-	17.888	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>18.342</b>	<b>0%</b>
25	(PE) Pesquisa de satisfação de público Virtual - Ficha de Avaliação Virtual - Modelo Próprio	25.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	4	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0%</b>
		25.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	80%	91,25%	114%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	80%		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	<b>91,25%</b>	<b>0%</b>
26	(PE) Cursos, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores e educadores, guias de turismo ou estudantes	26.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	1	-	0%
					2º Trim*	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>25%</b>
		26.2	Meta-Produto	Nº mínimo de vagas ofertadas	1º Trim	70	-	0%
					2º Trim*	70	95	136%
					3º Trim	70		0%
					4º Trim	70		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>280</b>	<b>95</b>	<b>34%</b>
		26.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendidos	1º Trim	40	-	0%
					2º Trim*	40	54	135%
					3º Trim	40		0%
					4º Trim	40		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>160</b>	<b>54</b>	<b>34%</b>

27	(PE) Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do museu	27.1	Meta-Resultado	Nº de encontros realizados com equipe	1º Trim	1	13	1300%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>325%</b>
		27.2	Dado-Extra	Nº de participantes dos encontros realizados	1º Trim		364	0%
					2º Trim		0	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>364</b>	<b>0%</b>
28	(PE) Material educativo para as atividades e exposições	28.1	Meta-produto	Produção de materiais educativos	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim*	2	21	1050%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	2		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>22</b>	<b>550%</b>
29	(PE) Ações educativas Extra Muros	29.1	Meta-Produto	Nº de ações extra muros	1º Trim	1	-	0%
					2º Trim	1	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		29.2	Dado-Extra	Nº de participantes das atividades extramuros	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
30	(PE) Visitas Mediadas - Público Geral	30.1	Dado-Extra	Nº de atendidos em visitas educativas	1º Trim		1.821	0%
					2º Trim*		6	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>1.827</b>	<b>0%</b>

\*Ação/Público Virtual

### Meta 22.1 – Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário): Nº de estudantes atendidos em visitas educativas

O Museu Catavento é um espaço rico em objetos científicos e ambientes interativos, que despertam a curiosidade e vontade de aprender do público, bem como complementam e aprimoram o currículo escolar, de forma divertida, inserindo os alunos em espaços com vasto recursos interativos que auxiliam nos recursos cognitivos.

Devido atual cenário do país de pandemia do COVID-19, tivemos que suspender as atividades presenciais ao público, ficando impossibilitados de oferecer visitas mediadas nesse período. Porém, mesmo diante de uma situação delicada como essa, nesse segundo trimestre foi possível manter uma

ativa relação com as instituições que nos visitaram por meio do mailing do sistema de agendando, pois foi possível divulgar as ações virtuais promovidas pelas equipes de Comunicação, Educativo e do Núcleo Catavento Acessível por e-mails informativos.

Oiá!

Todos estão passando por um momento muito difícil atualmente, em decorrência do novo Covid-19.

O Museu Catavento fechou suas portas para o público, para contribuir no combate ao Corona vírus, mas continua funcionando em suas plataformas digitais!

Nas redes sociais do Catavento são postados frequentemente conteúdos científicos, indicações de leitura, filmes, séries, documentários, além de informações sobre o acervo e histórias do Museu nestes 11 anos.

O Catavento continua produzindo conhecimento na linha de sempre: "Você aprende enquanto se diverte!". Mantendo o cuidado em promover ciência e educação para todas as idades, mas também para que todos tenham um momento de distração.

Para ficar por dentro da programação on-line basta seguir as redes sociais do Museu:

Facebook: @cataventocultural

Instagram: @museucatavento

Twitter: @MCatavento

YouTube: /CataventoCultural



**Metas 23.1 e 23.2 – Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: Idosos/Pessoas com deficiência/Refugiados/em situação de vulnerabilidade social: Nº monitorias/roteiros realizado e Nº de públicos atendidos**

Com a suspensão das atividades presenciais do Museu ao público, o Núcleo Catavento Acessível elaborou uma programação virtual bem elaborada a fim de atender a todos, em especial ações educativas para públicos específicos como: Idosos/ Pessoas com deficiência/ Refugiados/ Em situação de vulnerabilidade social. O Núcleo Catavento Acessível propõe e viabiliza ações inclusivas aos diversos tipos de públicos que o Museu Catavento recebe por meio da eliminação de barreiras atitudinais, físicas, pedagógicas, comunicacionais e informação que restringem a participação ao desenvolvimento social.

No segundo trimestre, foram feitas diversas ações para familiarizar e instigar de forma pedagógica os contatos virtuais desse público com o conhecimento científico do Museu Catavento. Nesse período, no qual as recomendações do Centro de Contingência é de isolamento social, identificamos que vídeos interativos, com conteúdos mãos na massa é recomendado para famílias, crianças de diversas faixas etárias, idosos entre outros. Algumas ações publicadas para este público foram:

- **Vídeo- Massinha de Modelar:** Em umas das programações dos episódios do #CataventoEmCasa elaboramos um vídeo para celebrar o dia Dia Mundial de Conscientização do Autismo (2 de abril), a equipe do Núcleo Catavento Acessível preparou um guia passo a passo para produzir uma massinha de modelar em casa utilizando materiais simples, uma forma de entreter e promover uma atividade lúdica que estimula a coordenação motora e a criatividade.
- **Vídeo- Kit Higiene:** Voltado como ação do público em vulnerabilidade social, elaboramos um vídeo com instruções de como fazer kits de higiene aos moradores de rua da contaminação por Covid-19 e a conter sua transmissão nas cidades. No vídeo, além de ensinar como fazer, e materiais necessários, foi instruído os locais de acesso para as pessoas em vulnerabilidade social, como: portão de casa, praças públicas, postes, etc.



Vídeo massinha de modelar- Núcleo Catavento Acessível



Vídeo de Kit higiene com Jéssica Dezuani

- **Vídeo- Dia Mundial da Astronomia:** Em umas das programações dos episódios do #CataventoEmCasa elaboramos um vídeo para celebrar O Dia Mundial da Astronomia (08 de abril), a equipe do Núcleo Catavento Acessível preparou um vídeo com indicação do filme “Estrelas além do tempo”. No Museu Catavento, temos a seção Universo, com a subseção Astronomia, o espaço sempre foi de muito sucesso para o público, entre crianças e adultos que se fascinam com esse universo de estrelas, planetas e galáxias.



Indicação do Alex Silva- filme “Estrelas al’me do tempo”



- **Audiodescrição do Meteorito de verdade:** Diante de muitos desafios que encontramos nas plataformas virtuais, pensamos na inclusão também na inclusão do deficiente auditivo. Mas, mais do que falar de acervos dispostos no Museu, evidenciamos o trabalho do Núcleo Catavento Acessível que, em parceria com a Fundação Dorina e com a NEOCULTURA - audioguias e acessibilidade, desenvolveu audioguias e videoguias para que as pessoas com deficiência possam nos visitar.



Abaixo demonstramos o resultado do público virtual das ações:

23	(PE) Programa Catavento Acessível (ações desenvolvidas para públicos específicos: Idosos/ Pessoas com deficiência/ Refugiados/em situação de vulnerabilidade social)	Nº de Ações Virtuais	11
		Nº de Público Virtual Participantes	280
		Nº de Público Virtual Visualizações	24.853

**Metas 24.1/24.2 – Programa Catavento em Família: Nº de ações realizadas e Nº mínimo de público atendido**

- **Catavento em Casa**

No melhor estilo mão-na-massa ensinamos passo a passo como fazer experimentos científicos em casa de forma bem prática, simples e segura. Uma atividade a ser desenvolvida em família ou com amigos. Os vídeos, em geral, são gravados no Museu Catavento, por uma equipe técnica destacada para essa função. O trabalho também envolve a pesquisa necessária para avaliar qual o melhor projeto a ser sugerido ao público. Temos também a parte de edição do material que também é feito por uma pessoa da equipe e envolve desde os cortes rápidos para tornar o vídeo dinâmico e interessante, como também a inserção de legendas, efeitos sonoros, trilha sonora, vinhetas de abertura e encerramento e a finalização do vídeo em formato HD. Por fim, em parceria com o setor de Comunicação Institucional o vídeo é lançado nas plataformas virtuais, novamente com a necessária referência educativa textual da equipe de produção.



- **Catavento Indica**

Sugestões de livros, quadrinhos, e-books gratuitos, séries, filmes para o período de quarentena, feitas pela equipe do Educativo do Museu. Inicialmente feita por meio de produção textual em junho ampliamos o alcance passando a fazer vídeos comentando as razões da escolha por aquela referida obra.



Abaixo demonstramos o resultado do público virtual das ações:

24	(PE) Programa Catavento em Família	Nº de Ações Virtuais	13
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	17.888

### Metas 25.1/25.2 – Pesquisa de satisfação de público Virtual - Ficha de Avaliação Virtual - Modelo Próprio

Devido a suspensão das atividades presenciais ao público, substituímos a ficha de avaliação presencial- Modelo SEC para a pesquisa de satisfação virtual, como objetivo de interagir com o público, e avaliar o conteúdo virtual do Museu Catavento que está sendo disponibilizado nas plataformas digitais. As fichas serão postadas no Instagram e Facebook, com questões importantes envolvendo projetos, tais quais #VoceNoCatavento, #HistoriasDoCatavento, #CataventoEmCasa, #CataventoIndica, etc. O intuito é continuarmos avaliando nosso atendimento, mesmo que virtual, para que possamos melhorá-lo, garantindo a satisfação do público quanto ao conteúdo oferecido, e trazer, também, mais do conteúdo que está agradando os nossos telespectadores.



**Metas 26.1/26.2/26.3 – Cursos, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores e educadores, guias de turismo ou estudantes: N° mínimo de ações realizadas, N° mínimo de vagas ofertadas e N° mínimo de público atendidos**

Tendo em vista a impossibilidade de realizar encontros presenciais de formação, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores, educadores, guias de turismo ou estudante, abraçamos o modelo virtual para a realização ação. No segundo trimestre, realizamos uma formação para professores online, com o tema: “Inclusão dos alunos com baixa visão em ensino a distância”. A viabilidade de realizar essa ação foi dada devido a parceria com a Fundação Dorina Nowill, que aceitou nosso convite, juntamente com a especialista Eliana Cunha- coordenadora de educação inclusiva da Fundação, entre outras especialidades da área. A ação foi um sucesso, tivemos professores inscritos de várias regiões de São Paulo e até outros estados, como Rio de Janeiro. Para tal evento, usamos o aplicativo Google Meet. Foram ofertadas 95 vagas, 75 confirmaram e 54 participaram.



Abaixo demonstramos o resultado do público virtual da ação:

26	(PE) Cursos, palestras, workshops ou oficinas de capacitação para professores e educadores, guias de turismo ou estudantes	Nº de Ações Virtuais	1
		Nº de Público Virtual Participantes	54
		Nº de Público Virtual Visualizações	-

**Metas 27.1/27.2 – Visitas educativas e atividades complementares para os funcionários do museu: Nº de encontros realizados com equipe e Nº de participantes dos encontros realizados**

Inicialmente foi planejado a inclusão dos funcionários, em redes sociais como exemplo a ativação de grupos em WhatsApp. O intuito foi de gerar um grupo exclusivo para o compartilhamento de conteúdos educativos feitos pelo Museu, com a desativação de comentários para que alcancemos o objetivo de proporcionar um conteúdo relevante para os nossos funcionários fosse cumprido, porém o planejamento foi inviabilizado devido as suspensões de contratos de funcionários de vários setores, e em outros casos a redução de escala de carga horário, o que implicou na ativação de contato informativo.

**Metas 28.1 – Material educativo para as atividades e exposições: Produção de materiais educativos**

- **Por Dentro do Catavento**

Os vídeos são gravados no Museu Catavento, por uma equipe técnica destacada para essa função. Envolvendo a direção do vídeo, captura de áudio externo e iluminação, bem como o apresentador do programa. O trabalho também envolve a pesquisa necessária para avaliar experimento ou instalação será apresentada ao público. Temos também a parte de edição do material que também é feito por uma pessoa da equipe e envolve desde os cortes rápidos para tornar o vídeo dinâmico e interessante, como também a inserção de legendas, efeitos sonoros, trilha sonora, vinhetas de abertura e encerramento e a finalização do vídeo em formato HD. Por fim, em parceria com o setor de Comunicação Institucional o vídeo é lançado nas plataformas virtuais, novamente com a necessária referência educativa textual da equipe de produção.



A Máquina de Wimshurst - Por Dentro do Catavento - ...



Gerador de Faraday - Por Dentro do Catavento - EP03

Algumas das ações do Por Dentro do Catavento

Abaixo demonstramos o resultado do público virtual das ações:

28	(PE) Material educativo para as atividades e exposições	Nº de Ações Virtuais	21
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	23.325

### Metas 29.1/29.2 – Ações educativas Extra Muros: Nº de ações extra muros e Nº de participantes das atividades extramuros

Devido à impossibilidade de realizar ações educativas extramuros em razão da quarentena essa meta será adiada para o momento em que possamos retomar essas ações com segurança.

### Meta 30.1 – Visitas Mediadas - Público Geral: Nº de atendidos em visitas educativas

Tendo em vista a impossibilidade de realizar visitas mediadas presenciais para o público em geral, colhemos breves relatos em formato de vídeo, de pessoas que já visitaram o Museu Catavento em algum momento.



Abaixo demonstramos o resultado do público virtual das ações:

30	(PE) Visitas Mediadas - Público Geral	Nº de Ações Virtuais	6
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	4.093

## PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM- SP

Apresentamos as ações realizadas durante o trimestre com um breve demonstrativo do desenvolvimento dessas ações que serão discutidas mais detalhadamente nos anexos técnicos.

5. FUNÇÃO: DIFUSÃO – PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP 2020 - MUSEU CATAVENTO								
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
31	(PSISEM) Exposições itinerantes	31.1	Meta-Produto	Quantidade de Exposições	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim*	1	1	100%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	1	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>50%</b>
		31.2	Dado-Extra	Nº de público das exposições	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim*	-	1.734	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
		<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>1.734</b>	<b>0%</b>			
		31.3	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
32	(PSISEM) Palestras/Cursos/Oficinas (público geral)	32.1	Meta-Produto	Quantidade de Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	1	0	0%
					2º Trim*	1	2	200%
					3º Trim	1	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>67%</b>
		32.2	Meta-Produto	Nº de vagas ofertadas em Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	20	0	0%
					2º Trim*	20	20	0%
					3º Trim	20	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
		<b>META ANUAL</b>	<b>60</b>	<b>20</b>	<b>0%</b>			
		32.3	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-	-	0%
					4º Trim	-	-	0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

33	(PSISEM) Cursos de capacitação, seminários formativos, palestras, workshops ou oficinas (profissionais ligados a museus e/ou centro culturais)	33.1	Meta-Resultado	Quantidade de Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim*	1	1	100%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>50%</b>
		33.2	Meta-Resultado	Nº de vagas ofertadas em Palestras/Cursos/Oficinas	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim*	20	20	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	20		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		33.3	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		33.4	Dado-Extra	Nº de público atendido	1º Trim		-	0%
2º Trim*					1.781	0%		
3º Trim						0%		
4º Trim						0%		
<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>				<b>1.781</b>	<b>0%</b>		
34	(PSISEM) Rede de Museus de Ciências ou Encontro Regional do SISEM	34.1	Meta-Produto	Nº de participações oficiais na rede de Museus de Ciência	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		34.2	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		34.3	Dado-Extra	Nº de público atendido	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

35	(PSISEM) Estágios Técnicos (Não Remunerados)	35.1	Meta-Produto	Estágios Técnicos Realizados	1º Trim	-	-	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		35.2	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
		35.3	Dado-Extra	Nº de público atendido	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
3º Trim						0%		
4º Trim						0%		
<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>				<b>0</b>	<b>0%</b>		
36	(PSISEM) Encontro com educadores do SISEM	36.1	Meta-Produto	Nº de Encontros Realizados	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>
		36.2	Dado-Extra	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim	-	1	0%
					2º Trim	-	-	0%
					3º Trim	-		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>
		36.3	Dado-Extra	Nº de público atendido	1º Trim	-	3	0%
					2º Trim	-	-	0%
3º Trim	-					0%		
4º Trim	-					0%		
<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>				<b>3</b>	<b>0%</b>		

\*Ação/Público Virtual

**Metas 32.1/32.2/32.3/32.4 – Palestras/Cursos/Oficinas (público geral): Quantidade de Palestras/Cursos/Oficinas, Nº de vagas ofertadas em Palestras/Cursos/Oficinas, Quantidade de cidades atendidas e Nº de público atendido**

Meta cumprida através da realização de exposição virtual em parceria com a Prefeitura de Cotia, por meio da Secretaria Municipal de Esportes, Cultura e Lazer da cidade. A mostra “Paisagens do Universo” que conta com 18 painéis sobre temas relacionados a Astronomia, e já passou pelas linhas 4 e 5 do metrô de São Paulo, foi adaptada ao cenário virtual e, além disso, recebeu audiodescrição para promover maior acessibilidade. Abaixo demonstramos o resultado e público virtual:

31	(PSISEM) Exposições itinerantes	Nº de Ações Virtuais	1
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	1.734

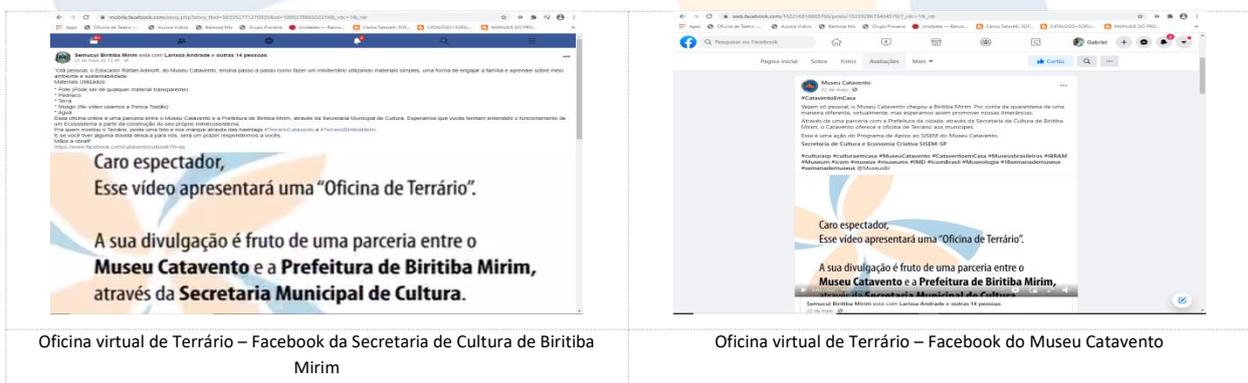


## Metas 32.1/32.2/32.3 – Palestras/Cursos/Oficinas (público geral)

### Oficina virtual de Terrário

A oficina virtual de Terrário foi realizada para dar cumprimento a meta do primeiro trimestre que teve de ser postergada devido a abrupta paralisação das atividades presenciais por conta do Novo Corona Vírus (Covid-19), a oficina aconteceria no dia 28/03, porém, fomos obrigados a cancelá-la. Como nesse trimestre as atividades ainda estavam impactadas pela pandemia não houve a possibilidade de executar essa ação de forma presencial, o que levou o Museu a realizar a atividade de forma virtual.

A ação aconteceria em uma parceria entre Museu Catavento e a Prefeitura de Biritiba Mirim através de sua Secretaria Municipal de Cultura; para manter o vínculo com esse município, o Museu promoveu a oficina virtualmente em parceria a cidade. A ação aconteceu no dia 22 de maio e foi disponibilizada aos diferentes públicos que acessam as páginas da prefeitura de Biritiba Mirim. O Museu Catavento também repostou a atividade.



### Workshop - Encontro virtual entre museus

Para o cumprimento dessa meta o Museu Catavento apresentou em parceria com o CCBB – Centro Cultural Banco do Brasil – um workshop virtual entre os educativos das duas instituições. O encontro foi disponibilizado nas plataformas da instituição a partir do dia 30 de junho.

Vale ressaltar que por conta da pandemia do novo Corona Vírus (Covid-19) não houve a possibilidade de executar essa ação de forma presencial, o que levou o Museu a realizar a atividade de forma virtual.

Sendo assim, essa ação foi gravada e contou com a participação do educador do Museu Catavento, Gabriel Giannini, e do coordenador pedagógico do CCBB, Caue Donato. O workshop em formato de encontro apresentou o trabalho desses profissionais e suas equipes nessas duas instituições, traçando um panorama do trabalho dos educativos no cenário antes da pandemia, o desafio das equipes educativas nesse momento que vivemos e as propostas de trabalhos educativos após a pandemia.

Essa ação foi pensada para os diferentes públicos que interagem com as páginas virtuais do Museu Catavento e do CCBB.



Abaixo demonstramos o resultado de público virtual das ações:

32	(PSISEM) Palestras/Cursos/Oficinas (público geral)	Nº de Ações Virtuais	2
		Nº de Público Virtual Participantes	-
		Nº de Público Virtual Visualizações	2.433

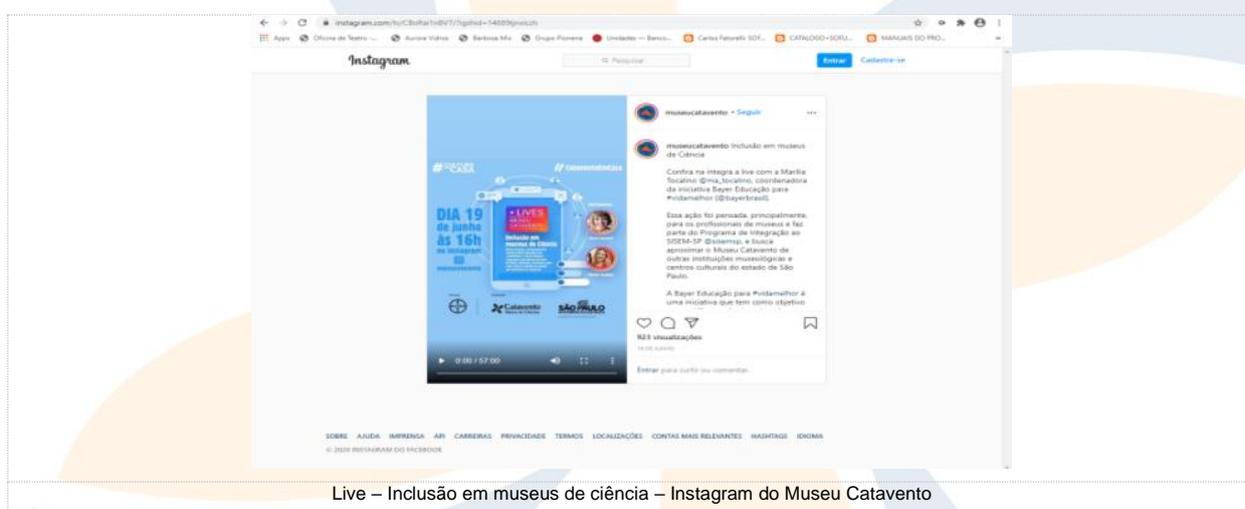
**Metas 33.1/33.2/33.3/33.4 – Cursos de Capacitação, Seminários Formativos, Palestras, Workshops ou Oficinas (profissionais ligados a museus e/ou centros culturais)**

### Live – Inclusão em museus de ciência

A meta foi cumprida com a realização de uma Live no dia 19 de Junho, a ação teve início às 16h, com duração de uma hora aproximadamente, e ocorreu virtualmente pelo Instagram do Museu Catavento. O tema central dessa Live foi “Inclusão em museus de ciência” e contou com a presença de Jessica Dezuaní do Núcleo Acessível do Museu Catavento, como mediadora, e Marília Tocalino, funcionária da empresa Bayer, como convidada. Marília trouxe sua expertise enquanto coordenadora da iniciativa Bayer para uma #vidamelhor. Nessa conversa, voltada para profissionais de museus, ela

relatou suas vivências e de sua equipe, composta por pessoas com deficiência, nas oficinas aplicadas presencialmente no Museu Catavento, traçando ao fim da conversa quais suas expectativas para o futuro.

Esse bate-papo, que foi realizado ao vivo, ficou disponível nas páginas do Museu para acesso do público que eventualmente não pode acompanhar no dia. Vale ressaltar que por conta da pandemia do novo Corona Vírus (Covid-19) não houve a possibilidade de executar essa ação de forma presencial, o que levou o Museu a realizar a atividade de forma virtual. O fato da conversa ter sido no estilo de uma “live” permitiu boa interação com as pessoas que acompanhavam a ação e que trouxeram perguntas e um feedback positivo quanto ao tratamento do tema.



Live – Inclusão em museus de ciência – Instagram do Museu Catavento

Abaixo demonstramos o resultado de público virtual das ações:

33	(PSISEM) Cursos de capacitação, seminários formativos, palestras, workshops ou oficinas (profissionais ligados a museus e/ou centro culturais)	Nº de Ações Virtuais	1
		Nº de Público Virtual Participantes	862
		Nº de Público Virtual Visualizações	919

## PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

O Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional trabalha alinhado com os demais programas do Museu, buscando cumprir a missão de comunicar as ações da instituição de maneira a torná-la conhecida para adultos, jovens e crianças, como espaço de difusão da ciência, tecnologia e cultura. 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 de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo. Abaixo os destaques das ações do programa no 2º trimestre de 2020:

6. FUNÇÃO: GOVERNANÇA – PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL 2020 - MUSEU CATAVENTO								
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
37	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	37.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos - Site	1º Trim	85.000	125.440	148%
					2º Trim	80.000	20.690	26%
					3º Trim	85.000		0%
					4º Trim	80.000		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>330.000</b>	<b>146.130</b>	<b>44%</b>
		37.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Facebook	1º Trim	1.500	4.703	314%
					2º Trim	1.000	1.793	179%
					3º Trim	1.500		0%
					4º Trim	1.000		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>5.000</b>	<b>6.496</b>	<b>130%</b>
		37.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Instagram	1º Trim	2.000	8.684	434%
					2º Trim	1.000	8.740	874%
					3º Trim	2.000		0%
					4º Trim	1.000		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>6.000</b>	<b>17.424</b>	<b>290%</b>
		37.4	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Youtube	1º Trim	50	130	260%
					2º Trim	25	2.397	9588%
					3º Trim	50		0%
					4º Trim	25		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>150</b>	<b>2.527</b>	<b>1685%</b>
37.5	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Twitter	1º Trim	50	84	168%		
			2º Trim	50	65	130%		
			3º Trim	50		0%		
			4º Trim	50		0%		
			<b>META ANUAL</b>	<b>200</b>	<b>149</b>	<b>75%</b>		
38	(PCDI) Inserções na mídia	38.1	Meta-Produto	Nº de mínimo de inserções na mídia	1º Trim	350	455	130%
					2º Trim	200	124	62%
					3º Trim	350		0%
					4º Trim	200		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>1.100</b>	<b>579</b>	<b>53%</b>
39	(PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	39.1	Meta-Produto	Nº de novas parcerias estabelecidas com organizações	1º Trim	1	1	100%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>50%</b>

## Meta 37 – Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

### Meta 37.1 – Nº mínimo de visitantes virtuais únicos - Site

Em função do fechamento do Museu Catavento, por orientação do Centro de Contingência do Covid-19, e com o foco voltado para produção de conteúdo nas redes sociais o número de visitantes virtuais únicos no site foi bem abaixo do que usualmente é alcançado. Como o domínio [www.cataventocultural.org.br](http://www.cataventocultural.org.br) é essencialmente voltado a serviços e informações sobre a visita ao Museu, com o seu fechamento esse número foi afetado.

Visitantes únicos site 2º trimestre	
Abril	8.509
Maio	6.318
Junho	5.863
Total	20.690

### Meta 37.2 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Facebook

O número de visitantes virtuais no Facebook ultrapassou a meta com as ações desenvolvidas para o período em função do fechamento do Museu. A programação pensada para o período é composta por séries que contam um pouco sobre suas instalações; resgata histórias do Catavento; promove a participação do público com enquetes educativas e memórias do visitante no Museu; expõe e explica o acervo do Museu; traz conteúdos “mão na massa”, para as famílias reproduzirem em casa, lives e muito mais. No período foi realizada ainda campanha para Museum Week e Semana Nacional de Museus. Encerramos o trimestre com o total de 77.713 seguidores e com alcance excepcional de público que devemos detalhar em documento próprio.

Facebook - 2º trimestre	
Abril	1.085
Maio	470
Junho	238
Total	1.793

### Meta 37.3 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Instagram

Assim como no Facebook as ações desenvolvidas no período resultaram em um número expressivo de novos seguidores no Instagram. Neste canal realizamos ainda as lives e nos utilizamos de recursos de divulgação como os stories e reposts. Encerramos o trimestre com o total de 45.880 seguidores.

Instagram - 2º trimestre	
Abril	3.961
Maio	3.627
Junho	1.152
Total	8.740

### Meta 37.4– Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Youtube

Um grande diferencial no período foi o número de novos seguidores e acessos ao Youtube do museu. Com a programação virtual e produção de vídeos a página, que sempre apresentou números tímidos, teve expressivo aumento no trimestre. Encerramos o período com 3.610 seguidores.

Youtube - 2º trimestre	
Abril	1.227
Maio	1.026
Junho	144
Total	2.397

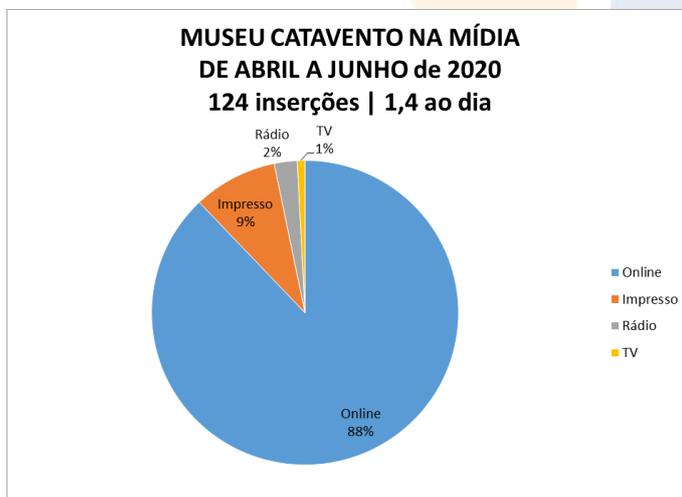
### Meta 37.5 – Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais - Twitter

No Twitter os números continuam tímidos. As ações promovidas nos demais canais resultaram em aumento também no Twitter, mas bem menos expressivo que nas demais. De qualquer forma seguimos buscando meios efetivos de promoção do Museu pela ferramenta para, progressivamente, ter um número tão bom quanto nas demais plataformas. Encerramos o período com 474 seguidores.

Twitter - 2º trimestre	
Abril	38
Maio	21
Junho	06
Total	65

### Meta 38.1 – Inserções na mídia: Nº de mínimo de inserções na mídia

Com o Museu fechado o número de inserções na mídia diminuiu expressivamente. Naturalmente a programação virtual não conseguiu competir com a divulgação das atividades in loco no Museu. Acreditamos que com a retomada das atividades isso se altere, já que além da reabertura teremos a inauguração de 3 novas instalações até o final do ano. Encerramos o trimestre com o número de 124 inserções na mídia, média de 1,4 ao dia.



### Meta 39.1 – Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações: Nº de novas parcerias estabelecidas com organizações

Realizamos parceria com a “São Paulo para Crianças” para fazer um passeio digital ao Museu Catavento. A entrevista aconteceu via zoom e foi divulgada no site, redes sociais, grupos nas redes e via WhatsApp do parceiro, além das redes do Museu. No dia da ação recebemos relatório emitido pela SP Crianças que resultou em 959.607 pessoas impactadas em suas páginas (que mais tarde chegaria 1 milhão). Desse total destacamos 78.927 visualizações no site; 35.642 no Youtube; alcance de 117.414 no Instagram e alcance de 674.424 no Facebook. A ação trouxe bons resultados também para as redes sociais do Museu com 784 novos seguidores no Youtube; 1.664 novos seguidores no Instagram - alcance de 1.772; e 1.118 novos seguidores no Facebook com alcance de 56.819.



### PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

O Programa de Edificações busca dar cumprimento a todas as obrigações e rotinas técnicas, garantindo a segurança da edificação e das instalações, bem como dos usuários e funcionários.

7. FUNÇÃO PRESERVAÇÃO - PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES - MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA 2020 - MUSEU CATAVENTO								
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsto	Realizado	ICM%
40	(PED) Readequação das Instalações Elétricas e Hidráulicas	40.1	Meta-Resultado	Nº de ações Readequação das instalações elétricas	1º Trim	1	2	200%
					2º Trim	1	1	100%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	-		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>
		40.2	Meta-Resultado	Nº de ações Readequação das instalações hidráulicas	1º Trim	1	-	0%
					2º Trim	1	0	0%
					3º Trim	1		0%
					4º Trim	1		0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

41	(PED) Renovação de Seguro	41.1	Dados Extra	Seguro Renovado	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
42	(PED) Obtenção ou Renovação do AVCB	42.1	Dados Extra	AVCB obtido ou renovado	1º Trim		-	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
43	(PED) Obtenção ou renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	43.1	Dados Extra	Alvará obtido, renovado ou protocolado	1º Trim		1	0%
					2º Trim		-	0%
					3º Trim			0%
					4º Trim			0%
					<b>META ANUAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>

## Meta 40 – Readequação das Instalações Elétricas e Hidráulicas

### Meta 40.1 – Nº de ações Readequação das instalações elétricas

No 1º trimestre, por determinações do Governo do Estado de São Paulo, o Museu Catavento permaneceu fechado, a empresa ECG e Formato Projetos, aderiram ao isolamento/quarentena, para garantir a saúde de seus funcionários, porém, no mês de maio de 2020 a empresa retomou os serviços, conforme cronograma. No 2º trimestre de 2020, demos sequência no projeto da cabine primária, autorizado pela ENEL no final do trimestre passado. Os serviços de modernização da cabine primária, localizada na área externa do Museu Catavento, estão sendo executados pela empresa ECG, responsável pela reforma elétrica do Museu Catavento. Serviços realizados:

- Construção da cabine primária na área externa;
- Modernização de quadros elétricos do claustro;
- Modernização de quadros elétricos da tenda;
- Instalação de quadros alimentadores;
- Trocas de terminais modular;
- Instalação de novas passagens de cabos;
- Instalação de novas tomadas;
- Instalação de cabos alimentadores no gerador, localizado na área externa;
- Modernização de passagens de cabos alimentadores em quadros elétricos no subsolo;
- Instalação de eletrocalhas no subsolo.

Abaixo, seguem fotos dos serviços realizados:



Antes e Depois da modernização dos quadros elétricos do subsolo



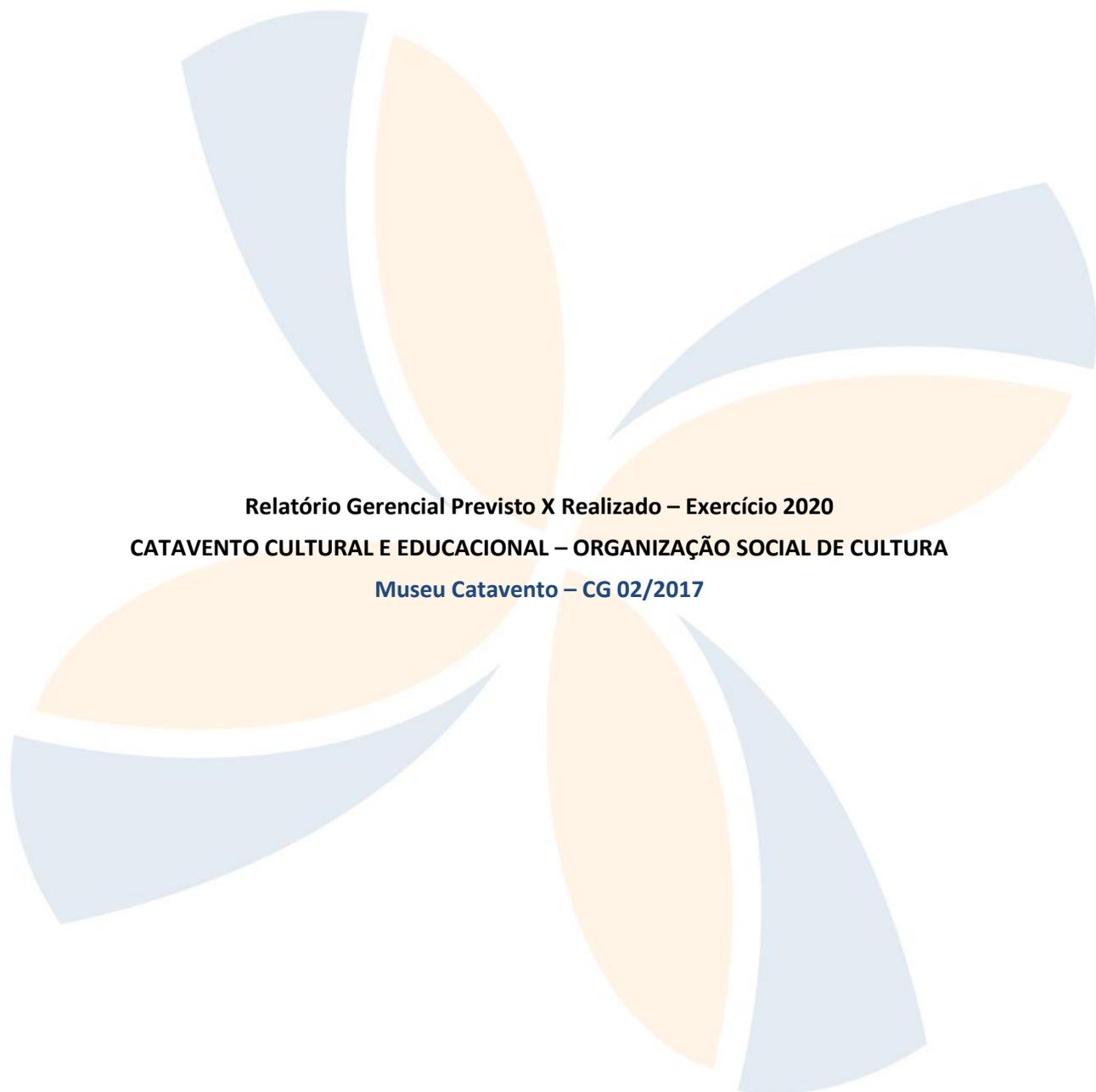
Troca de fiações no corredor dos Biomais e Laboratório de Química

#### **Meta 40.2 – Nº de ações Readequação das instalações hidráulicas**

Apesar de termos aberto o edital para contratação do Projeto Básico para Reforma Hidráulica no início de março, o mesmo foi encerrado devido à paralização das atividades no edifício, pois foi impossível recebermos empresas para visitas técnicas nesse período devido à pandemia do Covid-19. A situação manteve-se durante o 2º trimestre, e será retomado assim que o prédio as atividades forem normalizadas.

#### **Meta 43.1 – Obtenção ou renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião**

Durante o segundo trimestre recebemos o documento do Alvará de Funcionamento renovado até 09/03/2021.



**Relatório Gerencial Previsto X Realizado – Exercício 2020**  
**CATAVENTO CULTURAL E EDUCACIONAL – ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**  
**Museu Catavento – CG 02/2017**

	I - REPASSES E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Abril	Mai	Junho	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>1</b>	<b>Recursos Líquidos para o Contrato de Gestão</b>	<b>16.353.997,55</b>	<b>725.153,32</b>	<b>380.186,66</b>	<b>369.661,71</b>	<b>1.475.001,69</b>	<b>9,02%</b>	<b>11.610.600,21</b>	<b>71,00%</b>
1.1	Repasso Contrato de Gestão	8.275.309,00	689.609,08	344.804,54	344.804,54	1.379.218,16	16,67%	3.448.045,44	41,67%
1.2	Movimentação de Recursos Reservados	93.510,99	7.207,42	10.103,71	41,86	17.352,99	-18,56%	7.975,24	-8,53%
1.2.1	Constituição Recursos de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.2	Reversão de Recursos de Reservas	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.3	Constituição Recursos de Contingência	93.510,99	7.792,58	3.896,29	3.896,29	15.585,16	16,67%	38.962,91	41,67%
1.2.4	Reversão de Recursos de Contingências	-	15.000,00	14.000,00	3.938,15	32.938,15	-	46.938,15	-
1.2.5	Constituição Recursos Reserva - Outros (especificar)	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.6	Reversão de Recursos Reservados (Outros)	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3	Outras Receitas	8.172.199,54	28.336,82	25.278,41	24.815,31	78.430,54	0,96%	8.154.579,53	99,78%
1.3.1	Saldos anteriores para utilização no exercício	8.002.199,54	-	-	-	-	0,00%	8.002.199,54	100,00%
1.3.2	Outros saldos	170.000,00	28.336,82	25.278,41	24.815,31	78.430,54	46,14%	152.379,99	89,64%
1.3.2.1	Receitas Financeiras	170.000,00	28.114,22	25.267,24	24.798,81	78.180,27	45,99%	133.719,73	78,66%
1.3.2.2	Outras Receitas	-	222,60	11,17	16,50	250,27	-	18.660,26	-
<b>2</b>	<b>Recursos de Investimento do Contrato de Gestão</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
2.1	Investimento do CG	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3</b>	<b>Recursos de Captação</b>	<b>2.668.827,25</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>900.000,00</b>	<b>900.000,00</b>	<b>33,72%</b>	<b>1.578.055,38</b>	<b>59,13%</b>
3.1	Recursos de Captação voltados a Custeio	2.668.827,25	-	-	900.000,00	900.000,00	33,72%	1.578.055,38	59,13%
3.1.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	2.068.827,25	7.156,45	-	-	7.156,45	-0,35%	659.055,38	31,86%
3.1.2	Captação de Recursos Incentivados	600.000,00	-	-	900.000,00	900.000,00	150,00%	900.000,00	150,00%
3.1.3	Trabalho Voluntário e Parcerias	-	-	-	-	-	-	-	-
3.2	Recursos de Captação voltados a Investimentos	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>II - DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO</b>									
<b>RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO</b>									
<b>4</b>	<b>Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho</b>	<b>20.834.258,04</b>	<b>1.108.544,97</b>	<b>1.236.623,14</b>	<b>1.052.287,20</b>	<b>3.397.455,31</b>	<b>16,31%</b>	<b>8.169.839,28</b>	<b>39,21%</b>
4.1	Receita de Repasse Apropriada	17.495.430,79	1.039.271,32	1.160.542,57	978.555,06	3.178.368,95	18,17%	6.681.645,55	38,19%
4.2	Receita de Captação Apropriada	3.168.827,25	40.804,85	50.609,23	48.783,24	140.197,32	4,42%	1.352.580,42	42,68%
4.2.1	Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	2.068.827,25	7.156,45	-	-	7.156,45	-0,35%	659.055,38	31,86%
4.2.2	Captação de Recursos Incentivados	600.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
4.2.3	Trabalho Voluntário e Parcerias	500.000,00	47.961,30	50.609,23	48.783,24	147.353,77	29,47%	693.525,04	138,71%
4.3	Total das Receitas Financeiras	170.000,00	28.468,80	25.471,34	24.948,90	78.889,04	46,41%	135.613,31	79,77%
4.3.1	Receitas Financeiras	170.000,00	28.114,22	25.267,24	24.798,81	78.180,27	45,99%	133.719,73	78,66%
4.3.2	Outras Receitas	-	354,58	204,10	150,09	708,77	-	1.893,58	-
<b>5</b>	<b>Total de Receitas para a realização de metas condicionadas</b>	<b>2.544.000,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,00%</b>	<b>-</b>	<b>0,00%</b>
5.1	Receitas para realização de metas condicionadas	2.544.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
<b>DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO</b>									
<b>6</b>	<b>Total de Despesas</b>	<b>20.834.258,04</b>	<b>1.108.544,97</b>	<b>1.236.623,14</b>	<b>1.052.287,20</b>	<b>3.397.455,31</b>	<b>16,31%</b>	<b>8.169.839,28</b>	<b>39,21%</b>
6.1	Subtotal de Despesas	18.033.005,25	955.206,47	1.062.343,63	872.149,99	2.889.700,09	16,02%	6.820.317,90	37,82%
6.1.1	Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios	8.524.646,39	488.622,32	311.897,11	286.640,55	1.087.159,98	12,75%	3.015.044,50	35,37%
6.1.1.1	Diretoria	524.390,15	4.936,93	4.052,96	4.052,96	13.042,85	2,49%	103.180,61	19,68%
6.1.1.1.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.1.2	Área Fim	524.390,15	4.936,93	4.052,96	4.052,96	13.042,85	2,49%	103.180,61	19,68%
6.1.1.2	Demais Funcionários	6.086.593,24	393.607,47	306.913,25	277.550,05	978.017,25	16,07%	2.380.987,38	39,12%
6.1.1.2.1	Área Meio	1.597.213,19	114.770,81	83.559,90	69.039,49	267.370,20	16,74%	521.167,36	32,63%
6.1.1.2.2	Área Fim	4.489.380,05	278.837,09	223.353,40	208.510,56	710.701,05	15,83%	1.859.820,02	41,43%
6.1.1.3	Estagiários	1.913.663,00	90.077,49	930,85	5.037,54	96.045,88	5,02%	530.876,51	27,74%
6.1.1.3.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.3.2	Área Fim	1.913.663,00	90.077,49	930,85	5.037,54	96.045,88	5,02%	530.876,51	27,74%
6.1.1.4	Aprendizes	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.4.1	Área Meio	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.1.4.2	Área Fim	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.2	Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio	1.658.191,59	108.567,75	79.260,37	119.493,56	307.321,68	18,53%	742.028,34	44,75%
6.1.2.1	Limpeza	626.374,31	25.801,78	25.801,76	25.801,76	77.405,30	12,36%	232.215,76	37,07%
6.1.2.2	Vigilância / portaria / segurança	456.367,18	34.480,37	24.463,01	24.463,01	83.406,39	18,28%	196.377,32	43,03%
6.1.2.3	Jurídica	54.310,88	3.675,00	3.675,00	3.675,00	11.025,00	20,30%	21.315,00	39,25%
6.1.2.4	Informática	92.077,30	1.558,25	1.090,78	1.090,78	3.739,81	4,06%	7.073,93	7,68%
6.1.2.5	Administrativa / RH	226.315,15	27.017,87	15.215,34	15.448,53	57.681,74	25,49%	104.176,87	46,03%
6.1.2.6	Contábil	91.650,00	7.019,02	7.019,02	7.019,02	21.057,06	22,98%	42.114,12	45,95%
6.1.2.7	Auditoria	70.000,00	-	-	-	-	0,00%	13.975,20	19,96%
6.1.2.8	Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso)	41.096,77	9.015,46	1.995,46	41.995,46	53.006,38	128,98%	124.780,14	303,63%
6.1.3	Custos Administrativos, Institucionais e Governança	1.793.166,79	93.255,02	93.328,62	118.270,86	304.854,50	17,00%	751.053,28	41,88%
6.1.3.1	Locação de imóveis	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.2	Utilidades públicas	1.081.043,76	64.028,08	55.950,68	53.684,32	173.663,08	16,06%	413.921,47	38,29%
6.1.3.2.1	Água	436.547,80	33.888,36	31.455,44	31.455,44	96.799,24	22,17%	188.333,49	43,14%
6.1.3.2.2	Energia Elétrica	479.914,38	21.222,93	15.698,38	13.526,52	50.447,83	10,51%	164.658,02	34,31%
6.1.3.2.3	Gás	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.2.4	Internet	90.364,33	6.043,60	6.043,60	6.043,60	18.130,80	20,06%	36.261,60	40,13%
6.1.3.2.5	Telefonia	74.217,24	2.873,19	2.753,26	2.658,76	8.285,21	11,16%	24.668,36	33,24%
6.1.3.3	Uniformes e EPIs	20.000,00	-	-	-	-	0,00%	11.740,55	58,70%
6.1.3.4	Viagens e Estádias	10.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.3.5	Material de consumo, escritório e limpeza	284.930,41	8.910,00	7.547,90	17.165,10	33.623,00	11,80%	104.162,16	36,56%
6.1.3.6	Despesas tributárias e financeiras	68.000,00	4.153,45	19.293,34	3.190,43	26.637,22	39,17%	48.078,93	70,70%
6.1.3.7	Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	99.813,72	8.102,80	10.169,18	9.768,66	28.040,64	28,09%	65.612,85	65,74%
6.1.3.8	Treinamento de Funcionários	30.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.3.9	Outras Despesas	199.378,90	8.060,69	367,52	34.462,35	42.890,56	21,51%	107.537,32	53,94%
6.1.3.9.1	Locação de Veículos	76.809,20	-	-	8.751,23	8.751,23	11,39%	18.389,74	23,94%
6.1.3.9.2	Investimentos	52.569,70	7.695,00	-	-	7.695,00	14,64%	13.515,88	25,71%
6.1.3.9.3	Provisões Judiciais	70.000,00	365,69	367,52	25.711,12	26.444,33	37,78%	75.631,70	108,05%
6.1.3.10	Plano Museológico	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.11	Planejamento Estratégico	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.3.12	Pesquisa de público	-	-	-	-	-	-	-	-

<b>6.1.4</b>	<b>Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança</b>	- 3.622.067,14	- 10.083,38	- 429.606,95	- 248.000,65	- 687.690,98	18,99%	- 1.572.222,44	43,41%
6.1.4.1	Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	- 587.530,90	- 2.675,00	- 1.200,00	- 1.200,00	- 5.075,00	0,86%	- 66.984,91	11,40%
6.1.4.2	Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	- 90.000,00	-	-	-	-	0,00%	- 20.751,53	23,06%
6.1.4.3	Equipamentos / Implementos	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.4.4	Seguros (predial, incêndio, etc.)	- 150.000,00	- 3.268,38	- 3.377,32	- 3.268,38	- 9.914,08	6,61%	- 19.959,24	13,31%
6.1.4.5	Outras Despesas (Investimentos)	- 2.794.536,24	- 4.140,00	- 425.029,63	- 243.532,27	- 672.701,90	24,07%	- 1.464.526,76	52,41%
<b>6.1.5</b>	<b>Programas de Trabalho da Área Fim</b>	- 2.164.313,35	- 253.779,00	- 147.351,58	- 98.845,37	- 499.975,95	23,10%	- 704.262,92	32,54%
<b>6.1.5.1</b>	<b>Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa</b>	- 18.510,00	-	-	-	-	0,00%	- 241,90	1,31%
6.1.5.1.1	Aquisição de Acervo	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.2	Armazenamento de acervo em reserva técnica externa	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.3	Transporte de Acervo	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.4	Conservação e Restauro	- 10.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.1.5	Outras Despesas	- 8.510,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.1.6	Higienização de Acervo	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.7	Limpeza da Tenda	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.1.8	Investimentos	-	-	-	-	-	-	- 241,90	-
<b>6.1.5.2</b>	<b>Programa de Exposições e Programação Cultural</b>	- 1.359.687,91	- 224.181,58	- 113.948,89	- 67.739,34	- 405.869,81	29,85%	- 461.369,61	33,93%
6.1.5.2.1	Exposições Temporárias	- 25.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.2.2	Programação Cultural	- 270.000,00	- 2.142,86	-	-	- 2.142,86	0,79%	- 57.642,66	21,35%
6.1.5.2.3	Elaboração Projetos museográficos	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.4	Implantação de projeto museográfico	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.2.5	Outras Despesas	- 10.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.2.6	Investimentos	- 1.054.687,91	- 222.038,72	- 113.948,89	- 67.739,34	- 403.726,95	38,28%	- 403.726,95	38,28%
<b>6.1.5.3</b>	<b>Programa Educativo</b>	- 776.115,44	- 29.597,42	- 33.402,69	- 31.106,03	- 94.106,14	12,13%	- 242.651,41	31,26%
6.1.5.3.1	Serviço Educativo e Projetos Especiais	- 64.000,00	- 5.000,00	- 5.000,00	- 5.000,00	- 15.000,00	23,44%	- 30.295,20	47,34%
6.1.5.3.2	Capacitação de Profissionais	-	-	-	-	-	-	- 2.046,00	-
6.1.5.3.3	Manutenção do conteúdo expositivo/adequação	- 712.115,44	- 24.597,42	- 28.402,69	- 20.549,43	- 73.549,54	10,33%	- 198.431,81	27,87%
6.1.5.3.4	Novas instalações	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.5.3.5	Investimentos	-	-	-	- 5.556,60	- 5.556,60	-	- 11.878,40	-
<b>6.1.5.4</b>	<b>Programa de Integração ao SISEM-SP</b>	- 10.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.4.1	Exposições Itinerantes	- 3.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.1.5.4.2	Outras ações de Apoio ao SISEM-SP	- 7.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
<b>6.1.6</b>	<b>Comunicação e Imprensa</b>	- 270.620,00	- 899,00	- 899,00	- 899,00	- 2.697,00	1,00%	- 35.706,42	13,19%
6.1.6.1	Plano de Comunicação	-	-	-	-	-	-	-	-
6.1.6.2	Site	- 27.702,00	- 899,00	- 899,00	- 899,00	- 2.697,00	9,74%	- 6.123,42	22,10%
6.1.6.3	Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	- 109.918,00	-	-	-	-	0,00%	- 18.321,00	16,67%
6.1.6.4	Assessoria de Imprensa e Publicidade	- 133.000,00	-	-	-	-	0,00%	- 11.262,00	8,47%
<b>6.2</b>	<b>Depreciação/Amortização/Baixa do Imobilizado</b>	- 2.801.252,79	- 153.338,50	- 174.279,51	- 180.137,21	- 507.755,22	18,13%	- 1.349.521,38	48,18%
6.2.1	Depreciação	- 1.357.764,57	- 128.236,38	- 149.346,27	- 155.035,08	- 432.617,73	31,86%	- 795.982,14	58,62%
6.2.2	Amortização	- 13.668,67	- 615,71	- 636,24	- 615,72	- 1.867,67	13,66%	- 4.831,98	35,35%
6.2.3	Baixa de ativo imobilizado	- 10.000,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
6.2.4	Outros (especificar)	- 1.419.819,55	- 24.486,41	- 24.297,00	- 24.486,41	- 73.269,82	5,16%	- 548.707,26	38,65%
6.2.4.1	Voluntários/Serviços Gratuitos	- 1.419.819,55	- 24.486,41	- 24.297,00	- 24.486,41	- 73.269,82	5,16%	- 548.707,26	38,65%
<b>7</b>	<b>Superávit/Déficit do exercício</b>	- 0,00	-	-	-	-	0,00%	-	0,00%
	<b>INVESTIMENTOS/IMOBILIZADO</b>	-	- 233.123,70	- 538.078,53	- 316.828,21	- 1.088.030,44	-	- 1.917.107,10	-
<b>8</b>	<b>Investimentos com recursos vinculados ao contratos de gestão</b>	-	- 233.123,70	- 538.078,53	- 316.828,21	- 1.088.030,44	-	- 1.890.107,10	-
8.1	Equipamentos de informática	-	-	-	5.400,00	5.400,00	-	5.400,00	-
8.2	Móveis e utensílios	-	-	-	2.178,00	2.178,00	-	8.908,00	-
8.3	Máquinas e equipamentos	-	50.293,70	13.048,90	7.027,94	70.370,54	-	71.657,34	-
8.4	Software	-	-	-	-	-	-	-	-
8.5	Benfeitorias	-	182.830,00	525.029,63	302.222,27	1.010.081,90	-	1.801.906,76	-
8.6	Aquisição de acervo	-	-	-	-	-	-	2.235,00	-
<b>9</b>	<b>Recursos públicos específicos para investimento no contrato de gestão</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
9.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-
9.2	Móveis e utensílios	-	-	-	-	-	-	-	-
9.3	Máquinas e equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-
9.4	Software	-	-	-	-	-	-	-	-
9.5	Benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-
9.6	Aquisição de acervo	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>10</b>	<b>Investimentos com recursos incentivados</b>	-	-	-	-	-	-	27.000,00	-
10.1	Equipamentos de informática	-	-	-	-	-	-	-	-
10.2	Móveis e utensílios	-	-	-	-	-	-	-	-
10.3	Máquinas e equipamentos	-	-	-	-	-	-	-	-
10.4	Software	-	-	-	-	-	-	-	-
10.5	Benfeitorias	-	-	-	-	-	-	-	-
10.6	Aquisição de acervo	-	-	-	-	-	-	27.000,00	-

## IV - PROJETOS A EXECUTAR

IV - PROJETOS A EXECUTAR, SALDOS DE RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO E SALDOS BANCÁRIOS		Orçamento 2020	Abril	Mai	Junho	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>11</b>	<b>Projetos a Executar (Contábil)</b>	-	9.829.491,21	9.137.423,46	9.535.026,91	9.535.026,91	-	-	-
11.1	Recursos líquidos disponíveis	-	10.763.385,33	10.174.295,75	10.382.228,00	10.382.228,00	-	-	-
11.1.1	Saldo dos exercícios anteriores	-	10.073.776,25	9.829.491,21	9.137.423,46	9.137.423,46	-	-	-
11.1.2	Recursos líquidos para o contrato de gestão	-	689.609,08	344.804,54	1.244.804,54	1.244.804,54	-	-	-
11.2	Receitas apropriadas	-	86.587,07	363.594,92	136.540,91	136.540,91	-	-	-
11.3	Receitas financeiras dos recursos de reservas e contingência	-	28.114,22	25.267,24	24.798,81	24.798,81	-	-	-
11.4	Investimentos com recursos vinculados ao CG	-	875.421,27	698.544,61	735.458,99	735.458,99	-	-	-
11.5	Restituição de recursos a SEC	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>12</b>	<b>Recursos Incentivados - saldo a ser executado</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
12.1	Recursos captados	-	-	-	-	-	-	-	-
12.2	Receita apropriada do recurso captado	-	-	-	-	-	-	-	-
12.3	Despesa realizada do recurso captado	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>13</b>	<b>Outras informações: saldos bancários</b>	-	10.846.586,56	9.984.674,79	10.419.148,57	10.419.148,57	-	-	-
13.1	Conta de Repasses do Contrato de Gestão	-	3.376.249,01	2.517.544,79	2.334.556,61	2.334.556,61	-	-	-
13.2	Conta de Captação Operacional	-	5.601.962,81	5.607.868,12	5.624.757,80	5.624.757,80	-	-	-
13.3	Conta de Projetos Incentivados	-	348.494,62	348.868,05	945.841,11	945.841,11	-	-	-
13.4	Conta de Recurso de Reserva	-	609.588,80	609.811,17	611.282,02	611.282,02	-	-	-
13.5	Conta de Recurso de Contingência	-	910.291,32	900.582,66	902.711,03	902.711,03	-	-	-
13.6	Demais Saldos (especificar)	-	-	-	-	-	-	-	-

## REALIZAÇÃO ORÇAMENTARIA DO 2º TRIMESTRE DE 2020

Apresentamos abaixo comentários quanto à execução orçamentária do 2º trimestre de 2020:

### Repasse, Receitas e Outros Recursos vinculados ao Contrato de Gestão

I - REPASSES E OUTROS RECURSOS VINCULADOS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Recursos Líquidos para o Contrato de Gestão</b>	<b>16.353.997,55</b>	<b>10.135.598,52</b>	<b>1.475.001,69</b>	<b>9%</b>	<b>-85%</b>	<b>11.610.600,21</b>	<b>71%</b>
Repasse Contrato de Gestão	8.275.309,00	2.068.827,28	1.379.218,16	17%	-33%	3.448.045,44	42%
Movimentação de Recursos Reservados	- 93.510,99	- 9.377,75	17.352,99	-19%	-285%	7.975,24	-9%
Constituição Recursos de Contingência	- 93.510,99	- 23.377,75	- 15.585,16	17%	-33%	- 38.962,91	42%
Reversão de Recursos de Contingências	-	14.000,00	32.938,15	-	135%	46.938,15	-
<b>Outras Receitas</b>	<b>8.172.199,54</b>	<b>8.076.148,99</b>	<b>78.430,54</b>	<b>1%</b>	<b>-99%</b>	<b>8.154.579,53</b>	<b>100%</b>
Saldo anteriores para utilização no exercício	8.002.199,54	8.002.199,54	-	0%	-100%	8.002.199,54	100%
Outros saldos	170.000,00	73.949,45	78.430,54	46%	6%	152.379,99	90%
Receitas Financeiras	170.000,00	55.539,46	78.180,27	46%	41%	133.719,73	79%
Outras Receitas	-	18.409,99	250,27	-	-99%	18.660,26	-
<b>Recursos de Captação</b>	<b>2.668.827,25</b>	<b>678.055,38</b>	<b>900.000,00</b>	<b>34%</b>	<b>33%</b>	<b>1.578.055,38</b>	<b>59%</b>
<b>Recursos de Captação voltados a Custeio</b>	<b>2.668.827,25</b>	<b>678.055,38</b>	<b>900.000,00</b>	<b>34%</b>	<b>33%</b>	<b>1.578.055,38</b>	<b>59%</b>
Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	2.068.827,25	678.055,38	-	0%	-100%	678.055,38	33%
Captação de Recursos Incentivados	600.000,00	-	900.000,00	150%	-	900.000,00	150%

RECEITAS APROPRIADAS VINCULADAS AO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Total de Receitas vinculadas ao Plano de Trabalho</b>	<b>20.834.258,04</b>	<b>4.772.383,97</b>	<b>3.397.455,31</b>	<b>16%</b>	<b>-29%</b>	<b>8.169.839,28</b>	<b>39%</b>
Receita de Repasse Apropriada	17.495.430,79	3.503.424,93	3.178.368,95	18%	-9%	6.681.793,88	38%
Receita de Captação Apropriada	3.168.827,25	1.213.289,75	140.197,32	4%	-88%	1.353.487,07	43%
Captação de Recursos Operacionais (bilheteria, cessão onerosa de espaço, loja, café, doações, estacionamento, etc)	2.068.827,25	666.211,83	7.156,45	0%	-101%	659.055,38	32%
Captação de Recursos Incentivados	600.000,00	906,65	-	0%	-100%	906,65	0%
Trabalho Voluntário e Parcerias	500.000,00	546.171,27	147.353,77	29%	-73%	693.525,04	139%
<b>Total das Receitas Financeiras</b>	<b>170.000,00</b>	<b>55.669,29</b>	<b>78.889,04</b>	<b>46%</b>	<b>42%</b>	<b>134.558,33</b>	<b>79%</b>
Receitas Financeiras	170.000,00	54.484,49	78.180,27	46%	43%	132.664,76	78%
Outras Receitas	-	1.184,80	708,77	-	-40%	1.893,57	-
<b>Total de Receitas para a realização de metas condicionadas</b>	<b>2.544.000,00</b>			<b>0%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
Receitas para realização de metas condicionadas	2.544.000,00			0%	-	-	0%

Diante da pandemia do Covid-19, onde o Estado, através do Decreto Nº 64.879, de 20 de março de 2020 onde se reconheceu o estado de calamidade pública, o Governo do Estado de São Paulo adotou medidas para enfrentar e conter a disseminação do vírus para proteção da saúde da população, entre elas a suspensão do funcionamento dos equipamentos culturais a partir do dia 17 de março de 2020.

Devido ao cenário instável na qual nos encontramos, sem expectativa de retorno das atividades normais, as metas antes previstas para execução presencial, foram revistas onde, parte será executada virtualmente, outras postergadas para a retomada das atividades presenciais e outras condicionadas a recursos financeiros, frente à redução de 14% no repasse inicialmente previsto para o ano de 2019. Todas essas alterações serão formalizadas em um novo aditamento que está sob análise da unidade gestora.

Desta maneira, a captação de recursos que foi fortemente impactada pelo fechamento do Museu também será repactuada e condicionada à reabertura.

A OS Catavento vem ao longo dos anos construindo e fortalecendo a relação com investidores como a Bayer, M Cassab, Tetra Pak entre outros, que tem resultado na renovação da parte expositiva. Como um importante destaque e resultado dessa relação com os parceiros, recebemos neste 2º

trimestre, dois importantes aportes financeiros advindo da Lei de Incentivo a Cultura, através do Projeto de Manutenção Anual do Museu de 2020, sendo R\$ 400.000,00 realizado pela empresa Nestlé, que possibilitou o desenvolvimento de uma nova exposição chamada Nutrição, Movimento e Diversão. O outro aporte foi efetuado pela empresa Tetra Pak, no valor de R\$ 500.000,00, ciente dos nossos cortes e falta de captação operacional.

## Despesas do Contrato de Gestão

### 1) Recursos Humanos

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 2º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Recursos Humanos - Salários, encargos e benefícios</b>	- 8.524.646,39	- 1.927.884,52	- 1.087.159,98	13%	-44%	- 3.015.044,50	35%
Diretoria	- 524.390,15	- 90.137,76	- 13.042,85	2%	-86%	- 103.180,61	20%
Área Fim	- 524.390,15	- 90.137,76	- 13.042,85	2%	-86%	- 103.180,61	20%
<b>Demais Funcionários</b>	- 6.086.593,24	- 1.402.916,13	- 978.071,25	16%	-30%	- 2.380.987,38	39%
Área Meio	- 1.597.213,19	- 253.797,16	- 267.370,20	17%	5%	- 521.167,36	33%
Área Fim	- 4.489.380,05	- 1.149.118,97	- 710.701,05	16%	-38%	- 1.859.820,02	41%
<b>Estagiários</b>	- 1.913.663,00	- 434.830,63	- 96.045,88	5%	-78%	- 530.876,51	28%
Área Fim	- 1.913.663,00	- 434.830,63	- 96.045,88	5%	-78%	- 530.876,51	28%

Com o cenário impactado pela pandemia de COVID 19, e com o orçamento contingenciado em 14% do inicialmente previsto para 2019, para as despesas com recursos humanos foi adotada a Medida Provisória 936/2020, onde inicialmente 94% dos contratos de trabalho foram reduzidos ou suspensos, no período de maio e junho. Desta maneira pode-se observar uma redução de 44% nas despesas em relação ao 1º trimestre, objetivo este do plano de contingência apresentado a Unidade Gestora.

### 2) Prestadores de Serviços

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 1º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Prestadores de serviços (Consultorias/Assessorias/Pessoas Jurídicas) - Área Meio</b>	- 1.658.191,59	- 434.706,66	- 307.321,68	19%	-29%	- 742.028,34	45%
Limpeza	- 626.374,31	- 154.810,46	- 77.405,30	12%	-50%	- 232.215,76	37%
Vigilância / portaria / segurança	- 456.367,18	- 112.970,93	- 83.406,39	18%	-26%	- 196.377,32	43%
Jurídica	- 54.310,88	- 10.290,00	- 11.025,00	20%	7%	- 21.315,00	39%
Informática	- 92.077,30	- 3.334,12	- 3.739,81	4%	12%	- 7.073,93	8%
Administrativa / RH	- 226.315,15	- 46.495,13	- 57.681,74	25%	24%	- 104.176,87	46%
Contábil	- 91.650,00	- 21.057,06	- 21.057,06	23%	0%	- 42.114,12	46%
Auditoria	- 70.000,00	- 13.975,20	-	0%	-100%	- 13.975,20	20%
Outras Despesas (Bilheteria, Sist. Integrado, Direito de Uso )	- 41.096,77	- 71.773,76	- 53.006,38	129%	-26%	- 124.780,14	304%

O grupo de despesas de Prestadores de Serviço teve sua realização dentro do esperado para o 2º trimestre não havendo variação superior a 25% no período.

A variação apresentada na rubrica de outras despesas refere-se aos serviços pagos sobre o recurso aportado pela Nestlé em junho de 2020, despesa essa que já é prevista no Plano Anual de Manutenção do Museu 2020, pelo o qual o recurso foi captado, sendo os seguintes serviços:

- ➔ R\$ 17.400,00 - referente à captação dos recursos do Projeto Pronac 193294; e
- ➔ R\$ 22.600,00 - referente à coordenação administrativa para o Projeto Pronac 193294.

Importante destacar que em relação ao 1º Trimestre de 2020 também podemos observar uma queda na realização de despesas com limpeza e segurança, contratos esses que se mantiveram reduzidos fruto do bom relacionamento mantido junto aos fornecedores que assim como nós também atravessam a situação econômica imposta pela pandemia de COVID-19.

### 3) Custos Administrativos, Institucionais e Governança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 1º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Custos Administrativos, Institucionais e Governança</b>	- 1.793.166,79	- 446.198,78	- 304.854,50	17%	-32%	- 751.053,28	42%
Utilidades públicas	- 1.081.043,76	- 240.258,39	- 173.663,08	16%	-28%	- 413.921,47	38%
Água	- 436.547,80	- 91.534,25	- 96.799,24	22%	6%	- 188.333,49	43%
Energia Elétrica	- 479.914,38	- 114.210,19	- 50.447,83	11%	-56%	- 164.658,02	34%
Internet	- 90.364,33	- 18.130,80	- 18.130,80	20%	0%	- 36.261,60	40%
Telefonia	- 74.217,24	- 16.383,15	- 8.285,21	11%	-49%	- 24.668,36	33%
Uniformes e EPIs	- 20.000,00	- 11.740,55	-	0%	-100%	- 11.740,55	59%
Viagens e Estádias	- 10.000,00	-	-	0%	-	-	0%
Material de consumo, escritório e limpeza	- 284.930,41	- 70.539,16	- 33.623,00	12%	-52%	- 104.162,16	37%
Despesas tributárias e financeiras	- 68.000,00	- 21.441,71	- 26.637,22	39%	24%	- 48.078,93	71%
Despesas diversas (correio, xerox, motoboy, etc.)	- 99.813,72	- 37.572,21	- 28.040,64	28%	-25%	- 65.612,85	66%
Treinamento de Funcionários	- 30.000,00	-	-	0%	-	-	0%
<b>Outras Despesas</b>	- 199.378,90	- 64.646,76	- 42.890,56	22%	-34%	- 107.537,32	54%
Locação de Veículos	- 76.809,20	- 9.638,51	- 8.751,23	11%	-9%	- 18.389,74	24%
Investimentos	- 52.569,70	- 5.820,88	- 7.695,00	15%	32%	- 13.515,88	26%
Provisões Judiciais	- 70.000,00	- 49.187,37	- 26.444,33	38%	-46%	- 75.631,70	108%

As despesas do grupo de Custos Administrativos, Institucionais e Governança teve sua realização dentro do esperado para o 2º trimestre, sendo que a rubrica que apresenta realização superior a 25% são:

- ➔ Despesas Tributárias e Financeiras: As despesas tributárias e financeiras foram um pouco acima do previsto nesse trimestre, devido ao IR semestral, incidente sobre as aplicações financeiras em Fundos de Investimento. Obrigatoriamente, seu recolhimento deve ser realizado no último dia útil dos meses de Maio e Novembro. Entretanto, as despesas totais estão dentro do previsto anual.
- ➔ Despesas Diversas: Esta rubrica está com a realização em 28%, sendo assim acima do previsto para o 2º trimestre, pois desde o início da pandemia, a OS optou que os colaboradores que necessitassem comparecer presencialmente e esporadicamente para realização de suas atividades utilizassem Uber, evitando assim uma maior exposição ao contágio, preservando assim a saúde do colaborador. Essa medida foi revogada assim que o Governo iniciou a fase de reabertura das atividades. As despesas mantem-se dentro do previsto de realização anual.
- ➔ Provisões Judiciais: engloba os pagamentos de processos, custas judiciais e serviços de perícia, e também estão registradas as atualizações contábeis das provisões judiciais trabalhistas e cíveis. Desta maneira, nem sempre sua realização representa uma saída real de caixa. No 2º trimestre

houve desembolso monetário de R\$ 33 mil para pagamento de acordos judiciais e verbas previdenciárias.

Destacamos também que em relação ao 1º Trimestre de 2020 também podemos observar uma queda na realização no grupo de despesas reflexo da paralização de algumas rotinas e também da suspensão de grande parte dos colaboradores, todos esses pontos apresentado no plano de contingência apresentado a Unidade Gestora.

#### 4) Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 1º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e</b>	- 3.622.067,14	- 884.531,46	- 687.690,98	19%	-22%	- 1.572.222,44	43%
Conservação e manutenção de edificações (reparos, pinturas, limpeza de caixa de água, limpeza de calhas, etc.)	- 587.530,90	- 61.909,91	- 5.075,00	1%	-92%	- 66.984,91	11%
Sistema de Monitoramento de Segurança e AVCB	- 90.000,00	- 20.751,53	-	0%	-100%	- 20.751,53	23%
Equipamentos / Implementos	-	-	-	-	-	-	-
Seguros (predial, incêndio, etc.)	- 150.000,00	- 10.045,16	- 9.914,08	7%	-1%	- 19.959,24	13%
Outras Despesas (Investimentos)	- 2.794.536,24	- 791.824,86	- 672.701,90	24%	-15%	- 1.464.526,76	52%

As despesas referentes ao Programa de Edificações foram executadas dentro do previsto para o 2º trimestre de 2020.

A rubrica de Outras Despesas (Investimentos) é impactada pela readequação das instalações elétricas do Museu, pactuada no final de 2018, que teve início em setembro/2019, após todos os procedimentos legais para licitação e contratação de uma empresa especializada para execução desta obra, sendo assim as despesas com desembolso financeiro conforme a realização da obra que tem previsão de finalizar em agosto/2020.

Podemos observar também a redução do grupo de despesas em relação ao 1º trimestre de 2020, pois no inicialmente a execução da obra de readequação elétrica ficou parada, mas foi retomada ainda em abril, sendo mantida durante o período de fechamento do Museu, para que assim que forem retomadas as atividades normais, a programação e acesso ao público não seja prejudicada. A redução também é consequência da suspensão dos funcionários que executavam as manutenções e conservações, essas ações começaram a ser retomadas em julho.

## 5) Programas de Trabalho Área Fim

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 1º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Programas de Trabalho da Área Fim</b>	- 2.164.313,35	- 204.286,97	- 499.975,95	23%	145%	- 704.262,92	33%
<b>Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa</b>	- 18.510,00	- 241,90	-	0%	-100%	- 241,90	1%
Aquisição de Acervo	-	-	-	-	-	-	0%
Conservação e Restauro	- 10.000,00	-	-	0%	-	-	0%
Outras Despesas	- 8.510,00	-	-	0%	-	-	0%
Investimentos	-	- 241,90	-	-	-100%	- 241,90	-
<b>Programa de Exposições e Programação Cultural</b>	- 1.359.687,91	- 55.499,80	- 405.869,81	30%	631%	- 461.369,61	34%
Exposições Temporárias	- 25.000,00	-	-	0%	-	-	0%
Programação Cultural	- 270.000,00	- 55.499,80	- 2.142,86	1%	-96%	- 57.642,66	21%
Outras Despesas	- 10.000,00	-	-	0%	-	-	0%
Investimentos	- 1.054.687,91	-	- 403.726,95	38%	100%	- 403.726,95	38%
<b>Programa Educativo</b>	- 776.115,44	- 148.545,27	- 94.106,14	12%	-37%	- 242.651,41	31%
Serviço Educativo e Projetos Especiais	- 64.000,00	- 15.295,20	- 15.000,00	23%	-2%	- 30.295,20	47%
Capacitação de Profissionais	-	- 2.046,00	-	-	-100%	- 2.046,00	-
Manutenção do conteúdo expositivo/adequação	- 712.115,44	- 124.882,27	- 73.549,54	10%	-41%	- 198.431,81	28%
Investimentos	-	- 6.321,80	- 5.556,60	-	-12%	- 11.878,40	-
<b>Programa de Integração ao SISEM-SP</b>	- 10.000,00	-	-	0%	-	-	0%
Exposições Itinerantes	- 3.000,00	-	-	0%	-	-	0%
Outras ações de Apoio ao SISEM-SP	- 7.000,00	-	-	0%	-	-	0%

As despesas referentes aos Programas de Trabalho da Área Fim foram realizadas dentro do previsto para o 2º trimestre de 2020.

Importante observar que os investimentos para o desenvolvimento e montagem das exposições “Ensinando Robôs” fruto da parceria com IBM e “Nutrição, Movimento e Diversão” parceria esta firmada com a Nestlé foram mantidas durante todo período de fechamento no 2º trimestre, focando principalmente na renovação expositiva que será um grande diferencial na reabertura do Museu, e também cumprimento desses projetos junto a grandes parceiros.

Em todas as outras rubricas observamos em relação ao 1º trimestre a redução das despesas, fruto da paralização das atividades e também da realização das metas virtualmente, que em sua grande maioria não tem custo elevado.

## 6) Comunicação e Imprensa

DESPESAS DO CONTRATO DE GESTÃO	Orçamento 2020	Realizado 1º trimestre	Realizado 2º trimestre	% Realizado 1º trimestre	Varição em relação ao 1º trimestre	Realizado acumulado Anual	% Realizado 2020
<b>Comunicação e Imprensa</b>	- 270.620,00	- 33.009,42	- 2.697,00	1%	-92%	- 35.706,42	13%
Site	- 27.702,00	- 3.426,42	- 2.697,00	10%	-21%	- 6.123,42	22%
Projetos Gráficos e Materiais de comunicação	- 109.918,00	- 18.321,00	-	0%	-100%	- 18.321,00	17%
Assessoria de imprensa e Publicidade	- 133.000,00	- 11.262,00	-	0%	-100%	- 11.262,00	8%

As Despesas com Comunicação e Imprensa foram realizadas dentro do previsto para o 2º trimestre de 2020, mantidos apenas os custos com hospedagem/manutenção do site e clipping.

## CONCLUSÃO

Diante da pandemia do Covid-19, o Governo do Estado de São Paulo adotou medidas para enfrentar e conter a disseminação do vírus para proteção da saúde da população, entre elas a suspensão do funcionamento dos equipamentos culturais a partir do dia 17 de março de 2020.

O reconhecimento do estado de calamidade pública foi publicado através do decreto Nº 64.879, de 20 de março de 2020.

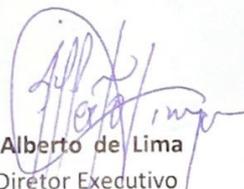
Com o início do isolamento social e a suspensão das atividades presenciais, início de trabalhos em regime de teletrabalho, a realização prevista do plano de trabalho foi impactada, visto que grande parte das atividades são realizadas presencialmente.

Nesse sentido, a OS trabalhou fortemente em conjunto com todas as áreas administrativas e operacionais, de maneira excepcional, tomando medidas inovadoras, para que as atividades continuassem sendo realizadas, em sua maioria de maneira virtual, através de conteúdos nas mídias digitais.

Desta maneira, as 43 ações pactuadas no Plano de Trabalho de 2020, conforme Anexo I do Contrato de Gestão nº 02/2017, foram cumpridas. As metas para as quais não atingimos ou superamos ICM de 100% foram devidamente justificadas ao longo do Relatório de Atividades.

Todas executadas dentro do orçamento inicialmente previsto, conforme demonstrado acima.

São Paulo, 14 de julho de 2020.



Alberto de Lima  
Diretor Executivo



Gisele Silva  
Superintendente  
Adm. Financeiro

DocuSigned by:  
*Patricia Rodrigues*  
Patricia  
Rodrigues  
1EA6416ADD2844B...  
Coord. Financeira



Danielle Medina  
Analista Adm.  
Financeiro