

RELATÓRIO DE ATIVIDADES ANUAIS E DO 4º TRIMESTRE
INCI – INSTITUTO DE PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DA HISTÓRIA DO CAFÉ
E DA IMIGRAÇÃO
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
Ano: 2019
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 011/2016
Museu da Imigração

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	03
QUADRO DE METAS	10
METAS TÉCNICAS	
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	10
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	12
PROGRAMA EDUCATIVO	14
PROGRAMA DE AÇÕES DE APOIO AO SISEM-SP	19
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL.....	20
METAS ADMINISTRATIVAS	
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA.....	22
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA.....	24
METAS CONDICIONADAS	25

Resumo do Relatório Anual de Atividades com ênfase no 4º trimestre 2019 – Museu da Imigração –

O ano de 2019 foi de consolidação de ações e de novas interlocuções para o Museu da Imigração em âmbito nacional e internacional. No período foram abertas novas frentes de trabalho e diversas parcerias foram firmadas juntos a outras instituições dedicadas à questão migratória, além de intensificadas as parcerias já existentes.

Dentre as principais parcerias no período, destaque para as firmadas com o Observatório das Migrações da UNICAMP que resultou na realização de duas exposições itinerantes e dois seminário com os temas “Migrações venezuelanas” e “Migração internacional, tráfico de pessoas e trabalho escravo”; com a Bunge que proporcionou a abertura espaço “Semear Leitores”, espaço lúdico de leitura, dedicado às crianças dispendo de livros selecionados com ênfase em temas pertinentes à missão do Museu da Imigração, como migração, direitos humanos e diversidade; com o Family Search que tornou o Centro de Preservação, Pesquisa e Referência do Museu da Imigração sua primeira biblioteca filiada no Brasil ao maior portal de genealogia do mundo; com a Agência da ONU para Refugiados (ACNUR) visando a articulação de projetos relacionados a refugiado; e com os consulados para a realização do Projeto Viva!.

Em relação às novas interlocuções internacionais, houve estreitamento das relações com a RESLAC por meio de duas ações: o “Encontro da Rede Brasileira de Lugares de Memória” (REBRALUME) e o “XII Encuentro da Red de Sitios de Memoria Latinoamericanos y Caribeños”. O Museu também participou de três eventos internacionais em 2019. Em junho, no seminário “Diaspore Italiane: Between Inmigration and Historical Amnesia”, no Galata Museo del Mare, em Gênova; em outubro, do “Migration Museum Meeting”, na Antuérpia, Bélgica, com representantes de outros 17 museus de migração, de 13 países diferentes; e em novembro, do “Museo Reimaginado”, em Oaxaca, México.

A exemplo dos anos anteriores, o grande destaque da programação cultural no ano continua sendo a realização da Festa do Imigrante, com o tema “Reencontre suas raízes”. A 24ª celebração homenageou 48 nacionalidades, enaltecendo os saberes e a cultura de comunidades de imigrantes e descendentes que contribuem, até os dias de hoje, para a formação do estado de São Paulo. A programação reuniu mais de 20 mil pessoas que prestigiaram as apresentações musicais, as danças, a gastronomia e o artesanato típicos de diversas regiões. O evento teve o apoio do Arsenal da Esperança, Visite São Paulo; patrocínio da Sabesp, Renata e Head&Shoulders e promoção da Globo. A Festa do Imigrante disponibilizou, também, recursos de acessibilidade, como tradução em Libras, audiodescrição das apresentações artísticas, folder do evento transcrito em braille e uma equipe à disposição para o atendimento de pessoas com deficiências auditiva e visual.

Outro potencial do Museu da Imigração diz respeito às pesquisas genealógicas, que em 2019 registrou um aumento de 71,27% nos atendimentos presenciais realizados pela equipe no CPPR em relação a 2018. Nesse âmbito deve-se mencionar a consolidação das ações de formação com os cursos “Migração italiana: história, pesquisa genealógica e cidadania” e “Pesquisando registros de família”, que tiveram grande repercussão junto ao público, firmando o CPPR como protagonista nas discussões da área e ampliando a visitação ao Museu.

A seguir trataremos as atividades por programa de ação, apresentando de forma resumida o desempenho do INCI à frente Museu da Imigração durante o ano, enfatizando o 4º trimestre.

Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança

No que tange ao Programa de Gestão Executiva, o ano de 2019 foi bastante representativo em termos de captação de recursos. O principal destaque do período foi a Festa do Imigrante que, em sua 24ª edição, foi novamente a principal fonte de captação do Museu da Imigração, representando cerca 26% dos recursos obtidos pela instituição.

Todavia, a principal nova fonte de captação desbravada em 2019 foram os cursos relacionados à história da imigração e genealogia. Tais atividades geraram receita da ordem de R\$ 55.500 durante o exercício, um crescimento de mais de 500% em relação ao ano anterior, e se apresentam como uma excelente nova frente até então pouco explorada.

Outro importante resultado do período foram as receitas com bilheteria, loja de souvenirs e locação de audioguia que juntas alcançaram patamar 15% superior ao exercício 2018. Já os recursos obtidos por meio de cessões onerosas de espaço para eventos, cafeteria, fotos de época, entre outros, apesar de apresentarem pequena redução quando comparadas a 2018, ainda foram bastante significativas, representando cerca de 10% da captação do Museu da Imigração.

Vale mencionar os patrocínios diretos no valor de R\$ 91 mil recebidos ao longo do ano (127% superior ao obtido em 2018), com destaque para o montante obtido junto à P&G como patrocínio para a 24ª Festa do Imigrante, e do Consulado Geral da Itália em São Paulo para viabilizar o evento "Viva! Itália". Importante citar também os recursos captados via Lei Rouanet para a Festa do Imigrante, no valor de R\$ 135 mil, que, embora recebidos no final de 2018, foram efetivamente utilizados e contabilizados neste exercício.

Em 2019, o Museu da Imigração foi também contemplado com a destinação de R\$ 32.380,02 pelo Ministério Público do Trabalho para realização do "Seminário Migrações Internacionais", que incluiu também a exposição "Costurando Dignidade", e a atividade de formação "Construindo Interações Sociais Rumo ao Trabalho Decente".

Já as doações de pessoas jurídicas atingiram R\$ 27 mil, com destaque para a colaboração do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (CECAFE), enquanto em 2018 não houve registro de captação em tal modalidade. As doações de pessoa física, por sua vez, subiram 38% em relação ao ano anterior, com especial destaque ao programa Amigos do Museu.

Os esforços do INCI viabilizaram crescimento no valor total de receitas captadas de 2% em relação ao ano de 2018, representando o patamar aproximado de 22% do repasse efetuado pela Secretaria da Cultura e Economia Criativa no mesmo período, resultado bastante representativo na comparação com outros equipamentos culturais semelhantes.

Entre as parcerias estabelecidas, é fundamental destacar aquelas celebradas junto à Fundação Bunge, para a implantação do espaço "Semear Leitores" no Museu da Imigração, e junto ao Family Search, para estabelecer no MI a primeira biblioteca afiliada à instituição internacional de pesquisa genealógica no Brasil, ambas sem quaisquer custos ao Museu da Imigração.

Por fim, vale também mencionar o processo de revisão do Plano Museológico que, após finalizado, segue anexo a este relatório para análise da Unidade Gestora.

Programa de Acervo

No âmbito do Núcleo de Preservação, destaca-se no quarto trimestre a elaboração do "Projeto de regularização do acervo". A partir de amplo diagnóstico da situação documental e legal da coleção

museológica, elaborou-se um plano de ações que visa à regularização de itens junto à SEC, a ser realizado nos próximos anos.

Outro destaque foi o desenvolvimento do "Procedimento Operacional Padrão (POP) de Monitoramento Ambiental", iniciado no 3º trimestre. Este POP faz parte das ações de atualização dos processos descritos no Plano de Conservação, estabelecendo procedimentos para monitoramento das coleções em espaços de guarda e exposição.

Ainda em referência às ações de conservação, no trimestre foi desmontada a instalação "Cúmulo", retornando à reserva técnica os itens que a compunha, o que impôs um planejamento minucioso que considerasse os aspectos físicos e documentais de cada peça. No período foram também mantidas as rotinas de monitoramento dos espaços, higienização das áreas e do acervo, bem como acompanhamento das ações relacionadas ao ar condicionado, cujo mal funcionamento continua impactando negativamente a preservação do acervo.

Foram mantidas também as ações de rotina da documentação. No trimestre, foram atualizadas as etiquetas dos itens na Reserva Técnica 1 e revistos dados no In Patrimonium. Em relação ao BNWeb, foram mantidas as rotinas de catalogação de livros e inseridas transcrições de história oral, facilitando o acesso público a esses conteúdos. Manteve-se ainda a rotina de organização do Arquivo Institucional, tendo sido realizado diagnóstico e descrição preliminar de séries documentais das antigas gestões que se encontravam na SEC, e posterior recolhimento de parte delas, e levantamento de documentos de caráter intermediário passíveis de eliminação junto à CADA.

No âmbito do Núcleo de Pesquisa, destacam-se as participações do Museu da Imigração no Migration Museum Meeting (2 e 3 de outubro, Antuépia, Bélgica) e no Museo Reimaginado (20 a 22 de novembro, Oaxaca, México), a partir de convite e financiamento do Tenement Museum e do British Council, respectivamente.

Em relação aos eventos em parceria sediados no Museu, destacam-se o "Encontro Nacional das Migrações", organizado pela Associação Brasileira de Estudos Populacionais (9 e 10 de outubro); o "XII Encuentro da Red de Sitios de Memoria Latinoamericanos y Caribeños", organizado pela direção da RESLAC e pelos membros brasileiros da Rede (22 a 24 de outubro); e a palestra e lançamento do livro "1824", obra do historiador Rodrigo Trespach, sobre o início da imigração alemã no Brasil (16 de novembro).

No período, foi realizada uma atividade de formação junto à faculdade Anhembi Morumbi, introduzindo a prática etnográfica e propondo o reconhecimento de alguns elementos ordenadores do cotidiano dos bairros do entorno do Museu e da faculdade (27 de novembro). Além dos dados obtidos após as saídas etnográficas realizadas com os participantes, essa atividade objetivou também estreitar relações com a Anhembi Morumbi, parceira estratégica para o Museu por conta da proximidade física e dos cursos oferecido, em especial, turismo. Além disso, atualizou preliminarmente conteúdos sobre o território do Museu que haviam sido analisados no estudo encomendado em 2011 ao Núcleo de Antropologia Urbana da USP (NAU).

Para a campanha "Sonhar o Mundo", foi proposta uma programação intensa. No dia 10 de dezembro, foi realizado o workshop "Apoio a refugiados e migrantes em nível local - o intercâmbio entre Polônia, Alemanha", com foco nas diferentes maneiras de apoiar migrantes e refugiados em nível local. Essa ação foi elaborada a partir da inserção do MI nas reuniões de Rede de Migração Mooca articulada pelo CRAI. No dia 13, aconteceu o lançamento da edição Nº 29 da "Revista Sur" da Conectas Direitos Humanos e no dia 14, o I Fórum sobre Direitos Migratórios da Promigra, com o objetivo de promover a visibilidade da contribuição migrante para o desenvolvimento geográfico, cultural e econômico de São Paulo, por meio de debates e apresentações musicais de migrantes residentes na cidade. No dia 15,

aconteceu a atividade “Aptaphi – Construindo a memória”, que discutiu a questão da xenofobia em função dos recentes atentados à vida de imigrantes em São Paulo. Essa ação foi realizada em parceria com Kollasuyu Maya, grupo folclórico boliviano e contou com apresentações musicais, almoço ao modo andino (por conta dos participantes) e roda de conversa/palestra com a presença da Jennifer Anyuli, coordenadora da Coordenação de Políticas para Imigrantes e Promoção do Trabalho Decente da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania de São Paulo.

Houve ainda no período a publicação de seis artigos no blog do CPPR e um no site Migramundo, escrito em parceria com o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) do Museu do Futebol, a respeito da Copa dos Refugiados e Imigrantes.

Em relação ao CPPR, foram atendidas 711 pesquisas genealógicas presenciais e 1102 por e-mail, além de 15 solicitações de consultas e pesquisas sobre as coleções museológicas, bibliográficas, história oral e arquivo institucional.

Programa de Exposições

No quarto trimestre, destaca-se a montagem da exposição temporária “Em casa, no Brasil”, por meio de parceria com o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), em 12 de novembro. A exposição, elaborada pela ONG Estou Refugiado e pelo ACNUR, consiste em uma das residências temporárias oferecidas a solicitantes de refúgio em diversas partes do mundo e traz relatos reais de pessoas que se encontram nessa condição no Brasil. Para a mediação no espaço, foi realizada uma contratação temporária, privilegiando pessoas que tivessem vivenciado a experiência de habitar aquela moradia temporária. Embora não fosse prevista, essa exposição foi importante por estabelecer uma relação imediata com a própria Hospedaria de Imigrantes e a exposição temporária “Sinta-se em casa” e por trazer ao público do Museu a discussão sobre acolhimento, refúgio e direitos humanos.

No período, ainda, foi montada a Vitrine de Acervo “O ofício da marcenaria” com três objetos da coleção museológica: plaina, arco de pua e serrote. A proposta foi apresentar ao público uma análise das peças a partir da sua história, registrada na documentação de entrada e em entrevistas com o doador, um imigrante espanhol, e das informações obtidas quando realizamos uma edição do projeto “Encontro com o Acervo” com um especialista na área, em 2016.

Programação Cultural

Durante o quarto trimestre de 2019, o Museu da Imigração contou com seis programações, voltadas para diferentes tipos de público. No dia 12 de outubro, o MI realizou uma atividade com propostas lúdicas para comemorar o Dia das Crianças, tais como: brincadeiras de cabo de guerra, arranca-rabo, telefone sem fio entre outras, que propõem a imersão das crianças na sociabilização e trabalho em equipe, valorização da cultura, arte e imaginação. Complementando a programação especial do Dia das Crianças, o Núcleo Educativo realizou também o jogo “Cumé Quié?”.

Proporcionando reflexões e memórias o projeto “Ô Saudade...” de dança contemporânea, idealizado pela Rumos Cia Experimental, realizou uma pesquisa profunda acerca do povo nordestino e sua migração e se apresentaram no dia 13 de outubro no jardim do MI, em comemoração ao Dia do Nordeste.

Como destaque do último trimestre do ano, em celebração a cultura italiana, o MI promoveu a segunda edição do “VIVA! Itália” no dia 20 de outubro, como parte da 8ª *Settimana della Cucina Regionale Italiana*. O evento, realizado em parceria com o Consulado Geral da Itália em São Paulo, foi repleto de apresentações artísticas, palestras, gastronomia com a participação de chefs italianos, degustações, entre outras atrações e recebeu cerca de 2.500 pessoas.

No mesmo mês, foi realizada ainda a 5ª edição da feira “Comida de Herança”. O evento contou com cerca de 70 marcas autorais relacionadas à gastronomia, drinks e artigos para casa, além de uma programação com atividade infantil, oficina de cerâmica e exposição artística interativa. Já em novembro o MI recebeu duas atividades em celebração a Dia da Consciência Negra: o documentário *Cantos de Origem*, que foi reproduzido durante 5 dias para o público espontâneo e a palestra da filósofa e mestra Katuscia Ribeiro, que ministrou o curso “A Filosofia Africana”.

Outro destaque importante foi a abertura do espaço “Semear Leitores”, no dia 26 de novembro. Resultado de parceria com a Fundação Bunge, o espaço lúdico oferece às crianças acesso a livros selecionados com ênfase em temas pertinentes à missão do Museu da Imigração, como migração, direitos humanos e diversidade. Na parceria, a Fundação Bunge responsabilizou-se pelo planejamento e execução da cenografia, aquisição dos títulos, formação dos mediadores de leitura locais e incremento anual de títulos, a partir de temas comuns a todos os espaços do projeto “Semear Leitores” já implantados pelo Brasil. Já o Museu comprometeu-se em manter o espaço aberto com programação periódica e contratação de assistente para mediação do espaço. Acredita-se que esse novo espaço do Museu tem grande potencial de compor nossas ações voltadas à missão institucional, em especial com o público infanto-juvenil e familiares, contribuindo para a ampliação do acesso e a fidelização de público do entorno.

Programa Educativo

No quarto trimestre, no âmbito do projeto *Museu vai à escola*, foram atendidos os alunos do 8º ano da EMEF Henrique Pegado, com uma ação na escola e outra no Museu, além de visita educativa com os professores. Os temas desenvolvidos – América Latina, xenofobia, migração contemporânea e identidade – eram demandas de alunos e professores participantes, sendo ponto de partida de um material educativo elaborado especialmente para esta edição do projeto. Nomeado *Abya Yala* – que, na língua do povo *Kuna*, significa “terra madura” e é sinônimo de América – o material apresenta cenas cotidianas de xenofobia e formas de superá-las, com o objetivo de auxiliar os alunos a identificar essas situações em seu próprio contexto e discutir o papel de cada um no acolhimento de pessoas migrantes, principalmente nas escolas.

Já no Projeto *Territórios educativo*, foi mantida a parceria com a Escola Estadual Maestro Heitor Villa Lobos, localizada no bairro Parque das Árvores, distrito do Grajaú, zona sul de São Paulo. Foram finalizados os encontros com a turma atendida nas ações do terceiro trimestre, ampliando, em seguida, o atendimento às outras duas turmas do 9º ano. Os participantes analisaram mapas do entorno da escola, realizaram oficinas de entrevista, desenho e fotografia, saíram pelo território para registrar suas impressões e visitaram o Museu da Imigração para produzir mais páginas do *fanzine* iniciado pelos colegas na edição anterior do projeto, usando a expografia da mostra de longa duração do MI como referência para as colagens e produções gráficas. O projeto discutiu as noções de pertencimento, identidade e patrimônio, investigando a presença de referências migrantes no Grajaú, especificamente nordestinas, além das manifestações culturais que refletem este território.

No período, ainda, aconteceu o “I Fórum sobre Direitos Migrantes do ProMigra”, em parceria com o ProMigra, projeto de extensão da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (FDUSP), que atua na promoção e efetivação dos direitos dos migrantes na cidade de São Paulo. Voltado para pesquisadores, ativistas e professores, o Fórum teve como objetivo apresentar os quatro anos de trabalho que o grupo realiza dentro da temática de direitos humanos em conjunto à rede de atendimento e demais agentes sociais presentes no território, compondo a programação do projeto *Encontros de formação*. Com presença de representantes do CRAI (Centro de Referência e Apoio ao Imigrante), da DPU (Defensoria Pública da União), da Comissão de Refugiados da OAB, do CIC

Imigrante, da Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania, do Sí Yo Puedo e do Coletivo de Base Warmis, o evento contou ainda com exibição do documentário *Liberdade* e apresentações musicais de Prudence Kambalay, El Kabeya e Fareta Sidibé.

Por fim, compondo a campanha “Sonhar o Mundo”, o Núcleo Educativo promoveu ações com cinco grupos de público migrante, sendo quatro centros de acolhida (CAI Bela Vista, CAI Pari, CAI Penha e Casa de Passagem Terra Nova) e a Associação de Moradores da Rua Coimbra, cujo atendimento contou com a parceria do Núcleo de Pesquisa do MI. Com uma semana de antecedência às visitas, foram realizadas ações nas próprias instituições, convidando pessoalmente os conviventes dos centros ou os membros da Associação a participar da campanha, aproveitando para falar sobre o Museu, explicar o que seria feito no dia da atividade e responder possíveis perguntas. Durante as visitas, foi realizada a atividade *Histórias de pano*, que remete às *arpilleras* chilenas, uma ação que incentiva a contação de histórias por meio da colagem de retalhos de tecido. Com grande adesão do público-alvo, totalizaram 245 atendimentos no Museu e em ações extramuros.

Programa de Integração ao SISEM

No quarto trimestre, o Museu da Imigração itinerou duas exposições para o Palácio do Café, em Espírito Santo do Pinhal: “Imigrantes do Café” e “Cartas de Chamada de Atenção” (11 de novembro). A concomitância de montagens em um mesmo espaço se deveu à necessidade da instituição parceira de compor uma programação para seu espaço, para o Museu, foi uma excelente oportunidade de apresentar, por meio desses dois projetos, nossa atuação nos âmbitos histórico e contemporâneo, articulando acervos e comunidades migrantes, respectivamente.

No período, ainda, o Museu ofereceu a oficina “O Museu da Imigração e as migrações contemporâneas”, no auditório da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo (18 de dezembro). A oficina apresentou aos participantes o tema das migrações contemporâneas no Brasil, com um olhar especial para o estado de São Paulo, e o trabalho que o Museu da Imigração vem desenvolvendo para articular migrantes e refugiados nas ações realizadas pelo museu, com ênfase nos processos de registro das experiências migratórias contemporâneas e nas possibilidades de abordagem da temática nos meios educacionais.

Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional

O grande destaque do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional foi o lançamento da primeira fase da Campanha SobreNomes. Realizada entre os dias 4/11 e 31/12, a campanha se tornou não só uma oportunidade para que o público colaborasse efetivamente para uma grande ação do MI, mas também reforçou um posicionamento institucional que visou reconhecer a colaboração dos movimentos migratórios de ontem e hoje para a formação da nossa sociedade. Nessa primeira fase, a campanha gerou um envolvimento muito positivo. Ao todo, foram cerca de mil contatos no WhatsApp que somaram uma captação de 1.670 sobrenomes com 1.596 gravações em áudios. Para contemplarmos ainda mais os fluxos migratórios recentes, a equipe do MI entrou em contato com casas de acolhidas, associações culturais e órgãos de assistência a imigrantes, como a Acnur, para divulgar a campanha por meio de materiais de comunicação da ação. A equipe do Museu realizou também, pessoalmente, a captação de sobrenomes com as casas de acolhida CAI Pari - Missão Scalabriniana, CAI Penha - Associação Palotina, CAI Bela Vista - Sefras e Casa de Passagem Terra Nova em visitas especiais no MI.

O site do Museu da Imigração foi visitado por 114.190 usuários com interesse em encontrar informações sobre a instituição e as suas atividades, atingindo o total de 156.443 acessos. A *home* e agenda se mantêm como as páginas mais visitadas, assim como no trimestre anterior, demonstrando a

procura pelas programações realizadas no edifício da antiga Hospedaria de Imigrantes do Brás. Cabe ressaltar que o novo site está em fase de homologação e deverá ser lançado no início de 2020, com layout mais fluído, organizado e seguindo as tendências em relação a experiência de usuário e níveis de interesse. No que diz respeito às mídias sociais, no fim de dezembro, foi constatado o total de 157.706 pessoas seguindo as páginas nessas plataformas, sendo 8.202 novos usuários, que passaram a receber os conteúdos relacionados à imigração a partir do 4º trimestre.

Em relação à imprensa, foram 415 inserções na mídia. Como destaque podemos citar o evento Viva! Itália que foi pauta do programa Mais Você, da Globo, e a grande matéria que saiu no Estado de São Paulo sobre o Projeto Semear Leitores.

Programa de Edificações

Em relação ao Programa de Edificações e Infraestrutura, para além das ações de rotina, vale ressaltar os importantes trabalhos desenvolvidos pelo Museu da Imigração na questão de acessibilidade. Durante o ano, foi desenvolvido e implantado projeto de acessibilidade nas áreas expositivas e de convivência da instituição, incluindo instalações de pisos, mapas e maquetes táteis e adaptações em sanitários. Foi ainda oferecido curso de libras para a equipe de atendimento ao público da instituição, e está em fase final de elaboração os conteúdos de audioguia para cegos e pessoas com baixa visão, que estarão prontos e disponibilizados ao público em 2020. Vale lembrar que os custos de tais ações foram majoritariamente financiados com o prêmio obtido pelo Museu da Imigração junto ao Ibram, no valor de R\$ 100 mil, repassado à instituição no fim de 2018.

Com o encerramento dos trabalhos citados acima, o INCI poderá agora protocolar solicitação do Certificado de Acessibilidade, um dos documentos necessários para obtenção do Alvará. Ainda nesse contexto, vale também lembrar que em 2019, o INCI conseguiu a renovação do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB) para o Museu da Imigração, agora vigente até 20 de setembro de 2021.

Outro destaque relevante do ano foram os serviços de limpeza das fachadas do prédio principal do complexo. Realizada com empresa especializada, a lavagem por meio de pressão controlada, obteve excelente resultado. O serviço será realizado periodicamente visando a manutenção preventiva da construção.

Por fim, cabe mencionar também a continuidade das tratativas junto à Secretaria da Cultura e Economia Criativa em relação ao sistema de ar condicionado. Durante todo o ano de 2019, o especialista contratado pelo INCI realizou visitas periódicas relatando o funcionamento inadequado do sistema (por vezes parcial ou nulo), e conseqüentemente, as grandes variações de temperatura e umidade nas áreas expositivas e de reserva técnica.

É fundamental destacar, como informado anteriormente, que tal situação vem colocando em risco o acervo da instituição, inclusive com o diagnóstico de fungos ativos em diversas peças, que vêm sendo tratadas individualmente pela equipe de preservação do Museu da Imigração.

Conforme acordado com a Unidade Gestora, o INCI trabalhará em 2020 na elaboração de projeto executivo de modernização dos equipamentos sistema de climatização, visando a solução mais efetiva possível ao problema que se arrasta desde de a reinauguração do Museu da Imigração ao público, em 2014.

ANEXO TÉCNICO II - PLANO DE TRABALHO: AÇÕES E MENSURAÇÕES

1. FUNÇÃO PRESERVAÇÃO - PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
1	[PA] Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização dos acervos da instituição	1.1	Meta-Produto	Nº de ações de pesquisa realizadas com o acervo	1º Trim	02	02
					2º Trim	02	02
					3º Trim	02	02
					4º Trim	02	02
					META ANUAL	08	08
					ICM	100%	100%
		1.2	Meta-Produto	Nº mínimo de peças dos acervos pesquisadas	1º Trim	05	07
					2º Trim	05	08
					3º Trim	05	06
					4º Trim	05	05
					META ANUAL	20	26
					ICM	100%	130%
		1.3	Meta-Produto	Nº mínimo de artigos publicados em periódicos e/ou sites	1º Trim	05	06
					2º Trim	05	09
					3º Trim	05	09
					4º Trim	05	06
					META ANUAL	20	30
					ICM	100%	150%
		1.4	Meta-Produto	Nº mínimo de entrevistas de história oral coletadas e transcritas	1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
3º Trim	01				01		
4º Trim	01				01		
META ANUAL	04				04		
ICM	100%				100%		
2	[PA] Realizar seminário internacional sobre engajamento de comunidades	2.1	Meta-Produto	Nº de seminário realizado	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
3	[PA] Realizar projeto de regularização de acervo	3.1	Meta-Produto	Nº de projeto realizado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
4	[PA] Requalificar o uso dos espaços de Reserva Técnica (Referência técnica RE-ORG)	4.1	Meta-Produto	Nº de Relatório de estudo de ocupação das Reservas Técnicas	1º trim	00	00
					2º trim	01	01
					3º trim	00	00
					4º trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		4.2	Meta-Produto	Nº de Projeto Técnico de Reorganização da Reserva Técnica	1º trim	00	00
					2º trim	00	00
					3º trim	01	01
					4º trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
5	[PA] Realizar seminário sobre lugares de memória e direitos humanos em parceria com os membros brasileiros da RESLAC	5.1	Meta-Produto	Nº de seminário realizado	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	01
					META ANUAL	01	02
					ICM	100%	200%

Justificativas:

Meta 1.2 - Por conta da natureza dos projetos de pesquisa em curso, necessitou-se analisar um número maior de itens para compreensão da história dos conjuntos em questão. No entanto, não houve custos extras, não onerando, assim, o contrato de gestão.

Meta 1.3 - A meta foi excedida devido a produção de artigos para o Blog do CPPR acontecer de forma orgânica, auxiliando os processos de pesquisa da equipe. Não há, no entanto, custos extras e não onera, portanto, o contrato de gestão

Meta 5.1 - Entre os dias 22 e 24 de outubro, aconteceu em São Paulo o XII Encuentro da Red de Sitios de Memoria Latinoamericanos y Caribeños (RESLAC), que reuniu 32 representantes de 23 instituições. Este evento foi organizado pela RESLAC, mas os membros brasileiros contribuíram com a organização dos locais dos encontros, refeições e suporte logístico. Assim, essa ação, que à princípio não compunha nosso planejamento anual, foi incorporada por se demonstrar estratégica. Como os custos com a primeira ação dessa meta não atingiram o inicialmente planejado, foi possível realizar mais essa ação.

2. FUNÇÃO: DIFUSÃO – PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
6	[PEPC] Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	6.1	Meta-Produto	Nº de vitrines do acervo	1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	04
					ICM	100%	100%
		6.2	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	01
					4º Trim	01	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		6.3	Meta-Produto	Nº de eventos realizados	1º Trim	04	06
					2º Trim	04	05
					3º Trim	06	08
					4º Trim	06	06
META ANUAL	20				25		
ICM	100%				125%		
6.4	Meta Resultado	Nº mínimo de visitantes presenciais no Museu	META ANUAL	140.000	193.179		
			ICM %	100%	138%		
7	[PEPC] Realizar Festa do Imigrante	7.1	Meta-Produto	Realizar Festa do Imigrante	1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		7.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes na Festa do Imigrante	META ANUAL	20.000	20.000
					ICM	100%	100%
8	[PEPC] Programa de Residência visando ao estímulo da produção cultural na área de atuação do museu	8.1	Meta-Produto	Programa de residência realizado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	01
					4º Trim	01	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
9	[PEPC] Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	9.1	Meta-Produto	Nº de exposições temporárias	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	01
					3º Trim	01	00
					4º Trim	00	01
					META ANUAL	02	03
					ICM	100%	150%

Justificativas:

Meta 6.4 - A estimativa de público visitante para 2019 considerou o que havia sido acordado no Plano de Trabalho para os anos 2017-2021, firmado no Contrato de Gestão no. 011/2016, que por sua vez, considerou a média histórica verificada no Museu da Imigração desde a reabertura, em 2014. No entanto, desde 2018 temos verificado um aumento considerável de público visitante, que pode ser explicado, principalmente, pela maior

procura por eventos da programação cultural, visitas educativas e consultas ao CPPR. Este aumento, cabe dizer, foi projetado para o Plano de Trabalho de 2020.

Meta 9 - Por meio de parceria com o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), foi montada a exposição “Em casa, no Brasil” entre os dias 12 de novembro de 2019 e 6 de janeiro de 2020. A exposição, elaborada pela ONG Estou Refugiado e pelo ACNUR, é montada em uma das residências temporárias oferecidas a solicitantes de refúgio em diversas partes do mundo e traz relatos reais de pessoas que se encontram nessa condição no Brasil. Para a mediação no espaço, foi realizada uma contratação temporária, privilegiando pessoas que tivessem vivenciado a experiência de habitar aquela moradia temporária. Embora não fosse prevista, essa exposição foi importante por estabelecer uma relação imediata com a própria Hospedaria de Imigrantes e a exposição temporária “Sinta-se em casa” e por trazer ao público do Museu a discussão sobre acolhimento, refúgio e direitos humanos.

3. FUNÇÃO: FORMAÇÃO CULTURAL – PROGRAMA EDUCATIVO (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
10	[PE] Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	10.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações dentro do Projeto Museu vai à Escola de ações extra muros - Programa Público Escolar	1º Trim	02	02
					2º Trim	00	02
					3º Trim	02	00
					4º Trim	00	02
					META ANUAL	04	06
					ICM	100%	150%
		10.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público escolar participante das ações extramuros	1º Trim	40	80
					2º Trim	00	30
					3º Trim	40	00
					4º Trim	00	114
					META ANUAL	80	224
					ICM	100%	280%
11	[PE] Projeto Territórios Educativos de ações extra muros - Programa Público Escolar	11.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações do Projeto Territórios Educativos ações extra muros - Programa Público Escolar	1º Trim	00	00
					2º Trim	02	03
					3º Trim	00	03
					4º Trim	02	04
					META ANUAL	04	10
					ICM	100%	250%
		11.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público escolar participante das ações extramuros	1º Trim	00	00
					2º Trim	40	120
					3º Trim	00	200
					4º Trim	40	280
					META ANUAL	80	600
					ICM	100%	750%
12	[PE] Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	12.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Trim	616	829
					2º Trim	2.268	2.409
					3º Trim	1.513	1.943
					4º Trim	1.513	1.829
					META ANUAL	5.910	7.010
					ICM	100%	118%
13	[PE] Curso para agentes culturais externos - Projeto Encontros de Formação (Educadores, Profissionais do turismo e agentes sociais)	13.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	01	02
					2º Trim	01	02
					3º Trim	01	03
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	08
					ICM	100%	200%
		13.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	12	25
					2º Trim	12	63
					3º Trim	12	119
					4º Trim	12	43
					META ANUAL	48	250
					ICM	100%	520%
14	[PE] Elaborar materiais educativos	14.1	Meta-Produto	Nº de materiais educativos elaborados para público escolar, públicos específicos e/ou famílias	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	02
					META ANUAL	03	04
					ICM	100%	133%
15	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público Idoso)	15.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	04	04
					2º Trim	00	10
					3º Trim	00	16
					4º Trim	04	04
					META ANUAL	08	34
					ICM	100%	425%
		15.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	60	62
					2º Trim	00	194
					3º Trim	00	205

					4º Trim	60	63		
					META ANUAL	120	524		
					ICM	100%	436%		
16	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público com deficiência)	16.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	02	02		
					2º Trim	00	02		
					3º Trim	02	05		
					4º Trim	00	00		
					META ANUAL	04	09		
							ICM	100%	225%
		16.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	18	26		
					2º Trim	00	27		
					3º Trim	18	78		
					4º Trim	00	00		
META ANUAL	36				131				
					ICM	100%	363%		
17	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público em vulnerabilidade)	17.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	12	13		
					2º Trim	12	21		
					3º Trim	12	28		
					4º Trim	12	12		
					META ANUAL	48	74		
							ICM	100%	154%
		17.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	144	196		
					2º Trim	144	398		
					3º Trim	144	852		
					4º Trim	144	219		
META ANUAL	576				1.665				
					ICM	100%	289%		
18	[PE] Programa Museu e Comunidades (Público migrante)	18.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	01	04		
					2º Trim	00	00		
					3º Trim	00	00		
					4º Trim	01	11		
					META ANUAL	02	15		
							ICM	100%	750%
		18.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	07	59		
					2º Trim	00	00		
					3º Trim	00	00		
					4º Trim	07	246		
META ANUAL	14				305				
					ICM	100%	2.178%		
19	[PE] Programa Museu e Família	19.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	10	31		
					2º Trim	10	34		
					3º Trim	10	23		
					4º Trim	10	20		
					META ANUAL	40	108		
							ICM	100%	270%
		19.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	200	454		
					2º Trim	154	276		
					3º Trim	154	401		
					4º Trim	154	178		
META ANUAL	662				1.309				
					ICM	100%	197%		
20	[PE] Projeto Férias no Museu	20.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	04	04		
					2º Trim	00	00		
					3º Trim	04	04		
					4º Trim	00	00		
					META ANUAL	08	08		
							ICM	100%	100%
		20.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	55	113		
					2º Trim	00	00		
					3º Trim	55	113		
					4º Trim	00	00		
META ANUAL	110				226				
					ICM	100%	205%		

21	[PE] Programa Público Interno	21.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim	12	14
					2º Trim	12	27
					3º Trim	12	33
					4º Trim	12	12
					META ANUAL	48	86
					ICM	100%	179%
		21.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Trim	55	88
					2º Trim	55	239
					3º Trim	55	233
					4º Trim	55	58
					META ANUAL	220	618
ICM	100%	280%					
22	[PE] Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar realizada - Modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento dos índices de satisfação	22.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Trim	25	47
					2º Trim	95	136
					3º Trim	65	119
					4º Trim	65	86
					META ANUAL	250	388
					ICM	100%	155%
		22.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	00	00
					2º Trim	(=ou> 80%)	(=ou> 80%)
					3º Trim	00	00
					4º Trim	(=ou> 80%)	(=ou> 80%)
					META ANUAL	02	02
ICM	100%	100%					

Justificativas:

Meta 10.1 - No primeiro semestre foi necessário incluir os professores como público-alvo do projeto, o que reverberou em mais duas ações com a EE Padre Anchieta. Na segunda edição, os professores também foram incluídos e foi testado um novo formato do projeto. Houve também uma mudança do terceiro para o quarto trimestre, formalizada por meio de ofício, que permitiu a participação da EMEF Henrique Pegado. Nenhuma dessas modificações onerou o contrato de gestão.

Meta 10.2 - Na primeira edição do ano, ao realizarmos mais atividades, foi possível contar com mais público. Um número maior de alunos pôde ser atendido no segundo semestre em um formato que conta com ações mais enxutas, preparando o terreno para uma adaptação do projeto em 2020. Nas ações do quarto trimestre, foram atendidos os professores e todos os alunos do 8º ano da EMEF Henrique Pegado em ações mais pontuais e com apoio de material educativo, o que permitiu participação de mais pessoas por ação. O contrato de gestão não foi onerado por essas adaptações.

Meta 11.1 - Em 2019, foi possível realizar quatro ações do projeto *Territórios educativos* na primeira edição com a EE Maestro Heitor Villa-Lobos, que atendeu os estudantes do 9º ano B, por indicação dos professores. Em seguida, no terceiro trimestre, por meio de avaliação, foi diagnosticado que o projeto precisava de mais dois encontros na mesma edição: uma preparação para a saída no território e um encerramento na escola, com avaliação em formato de grupo focal. O período de cumprimento das ações do projeto *Territórios educativos* foi alterado do quarto para o terceiro trimestre, por meio de ofício. O contrato de gestão não foi onerado por essas modificações.

Meta 11.2 - O número mínimo de público do projeto *Territórios educativos* foi superado, pois, além de realizamos o projeto com três turmas da EE Maestro Heitor Villa-Lobos, foi possível realizar mais ações em relação ao que foi previsto, sem, com isso, onerar o contrato de gestão.

Meta 12.2 - A busca pelo agendamento de visitas com público escolar em julho, mês de férias, superou as expectativas. Em relação ao 4º trimestre, a meta foi superada, pois, além da procura pelo agendamento por escolas das redes públicas de ensino, os projetos extramuros do Programa Público Escolar tiveram ações que culminaram em visitas educativas, fato que se repetiu em trimestres anteriores, contribuindo para o aumento de público escolar agendado. O contrato de gestão não foi onerado por essas atividades.

Meta 13.1 - A meta foi superada, pois foi possível realizar ações em parceria com a Diretoria Regional de Ensino (DRE) Penha sem onerar o contrato de gestão.

Meta 13.2 - Devido à possibilidade de realizar mais de uma ação no primeiro, segundo e terceiro trimestres, também foi possível superar a meta prevista para o público deste projeto, sem, no entanto, onerar o contrato de gestão. A parceria com a DRE Penha também garantiu mais público por ação, devido à articulação da própria Secretaria Municipal de Educação.

Meta 14.1 - No quarto trimestre, foram elaborados materiais educativos para os dois projetos extramuros com público escolar, totalizando um produto a mais em relação ao previsto pelo plano de trabalho. O contrato de gestão, no entanto, não foi onerado.

Meta 15.1 - De maneira atípica, em 2019 a procura pelo agendamento por parte de instituições que atendem público idoso foi maior no segundo e terceiro trimestres, ocasionando uma inversão em relação ao que foi previsto pelo plano de trabalho. O contrato de gestão não foi onerado por essa circunstância.

Meta 15.2 - O número de público atendido neste perfil foi alto devido à maior quantidade de ações possíveis de serem realizadas ao longo do ano, em trimestres em que normalmente esse perfil de público aparece menos no agendamento de visitas.

Meta 16.1 - A meta foi superada, pois foi possível realizar ações no segundo e mais ações no terceiro trimestre, em relação ao previsto. No entanto, o contrato de gestão não foi onerado.

Meta 16.2 - O número de pessoas com deficiência atendidas foi mais alto em relação ao previsto pelo plano de trabalho devido à procura pelo agendamento no segundo e terceiro trimestres.

Meta 17.1 - Em 2019, o número de ações para público em situação de vulnerabilidade foi maior que o previsto devido: à regularidade das visitas do projeto *Zona de Contato*, em parceria com o Arsenal da Esperança; à possibilidade de realizar o projeto *Brás e Belenzinho pelo olhar das crianças*, em parceria com a Associação Multiplicando Esperança (AME+); e à consolidação da parceria com a Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania na realização do *Circuito Cultural PopRua*.

Meta 17.2 - O número de público atendido pelas ações voltadas a pessoas em situação de vulnerabilidade foi mais alto do que o previsto devido à continuidade e à consolidação de parcerias que possibilitaram mais ações do Programa Museu e Comunidades. Em relação ao quarto trimestre, manteve-se alta a quantidade de acolhidos do

Arsenal da Esperança que têm participado das visitas educativas do projeto *Zona de Contato*, o que contribuiu com o aumento do número de público atendido por ação. Outra atividade que trouxe público com este perfil, neste trimestre, foram as visitas trazidas pelo projeto *Circuito Cultural PopRua*, realizado em parceria com a Secretaria Municipal de Direitos Humanos e Cidadania.

Meta 18.1 - A meta de ações para público migrante foi superada, pois, além de ações em parceria com a ONG Migraflix no primeiro trimestre, foi possível direcionar recursos para a realização de atividades com centros de acolhida para imigrantes, tanto extramuros quanto no Museu, durante a Campanha Sonhar o Mundo, viabilizando inclusive o transporte do público participante. Estas ações, no entanto, não oneraram o contrato de gestão.

Meta 18.2 - Foi possível realizar mais ações em relação ao planejado, portanto, o número de público participante superou o previsto pelo plano de trabalho.

Meta 19.1 - Foi possível realizar ações voltadas a famílias e público espontâneo do Museu em todos os finais de semana, além de ações específicas em eventos integrados a programações mais amplas. Dessa forma, o número de ações previsto para o programa Museu e Família foi superado, sem, no entanto, onerar o contrato de gestão.

Meta 19.2 - A meta de público atendido por este programa, no ano de 2019, foi superada devido à regularidade de ações, como as do projeto *Ponto a ponto*, e à realização da atividade *Pintura para Bebês*, que tem atraído grande público.

Meta 20.2 - O número de público atendido durante as ações do projeto *Férias no museu* foi maior do que o esperado e, portanto, esta meta foi ultrapassada. No entanto, isso não representou oneração do contrato de gestão.

Meta 21.1 - Foi possível realizar mais ações voltadas ao público interno neste ano devido à regularidade das aulas de Libras, realizadas de abril a julho, e da ação desenvolvida para a Primavera de Museus no terceiro trimestre, que envolveu quase todos os colaboradores do museu. O contrato de gestão não foi onerado, pois as aulas de Libras foram viabilizadas pelo Prêmio de Modernização do IBRAM, vencido pelo MI por conta das ações de acessibilidade promovidas durante a Festa do Imigrante.

Meta 21.2 - O número de público atendido dentro das ações voltadas ao público interno foi superado, devido à regularidade das aulas de Libras, que foi estendida à equipe de segurança além dos funcionários do Núcleo Educativo, Bilheteria, Pesquisa, Comunicação e Recursos Humanos e também pelas ações desenvolvidas para a Primavera de Museus. No entanto, isso não representou oneração do contrato de gestão.

Meta 22.1 - O número de pesquisas aplicadas ao público escolar foi superado, pois foi possível aplicar questionários em todas as visitas educativas com este perfil.

4. FUNÇÃO: DIFUSÃO – PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
23	[PSISEM]Ações/ programas / projetos de integração ao SISEM-SP realizados no interior do Estado, região metropolitana e litoral	23.1	Meta-Produto	Nº de exposições itinerantes realizadas	1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	02
					META ANUAL	02	03
					ICM	100%	150%
		23.2	Meta-Produto	Nº de oficinas realizadas	1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	02	02
		23.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de municípios atendidos	1º Trim	01	01
					2º Trim	01	02
					3º Trim	01	02
					4º Trim	00	02
					META ANUAL	03	07
		23.4	Meta-Resultado	Nº mínimo de público beneficiário das ações	1º Trim	500	16
					2º Trim	20	2.596
					3º Trim	500	316
					4º Trim	00	227
META ANUAL	1.020				3.155		
24	[PSISEM]Estágio técnico	24.1	Meta Produto	Ofertar estágio não remunerado na área técnica	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%
		24.2	Meta-Resultado	Nº de estágios técnicos não remunerados ofertados	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM	100%	100%

Justificativas:

Meta 23.1 - Para o quarto trimestre estava prevista a montagem de uma exposição, mas nosso parceiro, o Palácio do Café, do Espírito Santo do Pinhal, possuía dois espaços expositivos livres e solicitou duas exposições para empréstimo. Assim, foram montadas a "Imigrantes do Café" e a "Cartas de Chamada de Atenção", sem custos extras além dos inicialmente previstos de transporte e montagem.

Meta 23.3 - No trimestre, os municípios de Espírito Santo do Pinhal e de São Paulo sediaram ações do SISEM: duas exposições e uma oficina, respectivamente. Embora não houvesse previsão para o trimestre, o cumprimento das ações aconteceu sem ônus para a equipe e para o Contrato de Gestão.

Meta 23.4 - No trimestre, houve 218 visitantes nas exposições montadas no Palácio do Café, em Espírito Santo do Pinhal, e 9 participantes da oficina "O Museu da Imigração e as migrações contemporâneas", em São Paulo. Embora não houvesse previsão para o trimestre, o cumprimento das ações aconteceu sem ônus para a equipe e para o Contrato de Gestão.

5. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
25	[PCDI] Atualizar o Plano de Comunicação e implantar ações para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu metropolitana e litoral	25.1	Meta-resultado	Nº de canais de comunicação mantidos 1 – Site institucional 2 – Facebook 3 – Instagram 4 – Twitter 5 – Youtube 6 – Pinterest 7 – Flickr	1º Trim	07	07
					2º Trim		07
					3º Trim		07
					4º Trim		07
					META ANUAL	07	07
					ICM	100%	100%
26		26.1	Meta-produto	Nº de parcerias/projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	00
					Meta Anual	01	01
					ICM%	100%	100%
		26.2	Meta - produto	Nº de site implantado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	00
					Meta Anual	01	00
					ICM%	100%	0%
27		27.1	Meta - Produto	Nº mínimo de inserções na mídia	Meta Anual	650	1.534
					ICM%	100%	236%
28		28.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais	Meta Anual	400.000	645.525
					ICM%	100%	161%
29		29.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores em todos os canais de mídias sociais	Meta Anual	15.000	48.992
					ICM%	100%	326,61%
30	[PCDI] Contribuir para a elaboração de novas estratégias para captação de recursos	30.1	Dado- extra	Nº de programas pessoas físicas implantados ou mantidos: - Programa de Doação - Amigos do Museu	1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					Meta Anual	02	02
					ICM%	100%	100%
31		31.1	Meta-Produto	Nº de portfólios desenvolvidos	1º Trim	00	01
					2º Trim	00	01
					3º Trim	00	00
					4º Trim	02	00
					Meta Anual	02	02
					ICM%	100%	100%
32	[PCDI] Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	32.1	Meta-Produto	Nº de campanhas realizadas	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	01	01
					ICM%	100%	100%

JUSTIFICATIVAS:

26.2 – O novo site do Museu da Imigração está em fase de homologação. Já está com o layout das páginas internas definido e com o conteúdo definitivo de todos os menus e submenus. A empresa vencedora da chamada

pública apresentou certa dificuldade no entendimento das orientações previstas no anexo do edital. A equipe teve que realizar diversas reuniões de alinhamento o que ocasionou o atraso de um mês na entrega final do projeto.

27.1 – O número de inserções na mídia foi amplamente superado devido a pertinência do tema da imigração e refúgio que, inclusive, foi pauta da novela da Globo. O interesse da mídia aumentou em relação ao assunto e o Museu foi cenário e porta voz para diversas gravações. A superação da meta demonstra o intenso trabalho de assessoria de imprensa e não onera o Contrato de Gestão.

28.1 - O acesso ao site foi maior do que o previsto devido a intensa procura do público por informações referentes à programação do Museu, principalmente durante o período da Festa do Imigrante. Cresceu também a procura em relação ao acervo digital, que foi amplamente divulgado durante o exercício de 2019. Tal superação não onera o Contrato de Gestão.

29.1 – O número de seguidores foi amplamente superado devido a evidência do tema da imigração durante o ano. Além da novela da Globo, que tratou sobre as experiências dos refugiados, a emissora também realizou um evento no MI com a presença de Pedro Bial. Esse evento colaborou para a crescente das mídias sociais, bem como a procura por informações relacionadas ao banco de dados digital e a Festa do Imigrante.

6. GOVERNANÇA - PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA (2019) - MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
33	[PGTG] Implantação do Plano Museológico e/ou Planejamento Estratégico	33.1	Meta Produto	Plano Museológico e/ou Planejamento Estratégico implantado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	01	01
					ICM %	100%	100%
34	[PGTG] Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais	34.1	Meta Produto	Nº de projetos inscritos	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	00	00
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	04
					META ANUAL	03	06
					ICM%	100%	200%
35	[PGTG] Captar recursos financeiros	35.1	Meta Resultado	22,16% de captação em relação ao repasse	Previsão Anual		Realizado
					META ANUAL	1.400.000	1.239.866
					ICM	100%	89%
36	[PGTG] Realizar pesquisa de satisfação de público geral realizada a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC	36.1	Meta Produto	Nº de relatórios entregues	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	04
ICM %	100%	100%					
37	[PGTG] Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	37.1	Meta Resultado	Índice de satisfação (= ou > 80%)	Previsão Trimestral		Realizado
					META ANUAL	>ou =80%	>ou =80%
					ICM %	>ou =80%	>ou =80%
38	[PGTG] Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público participante dos cursos, oficinas e workshops	38.1	Meta Produto	Nº de pesquisas realizadas	Previsão Trimestral		Realizado
					1º Trim	01	01
					2º Trim	01	01
					3º Trim	01	01
					4º Trim	01	01
					META ANUAL	04	04
	ICM %	100%	100%				
	38.2	Meta Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	Previsão Anual		Realizado	
				META ANUAL	>ou =80%	>ou =80%	
ICM %				100%	100%		

Justificativas:

Meta 34 - A meta de inscrição de projetos em Leis de Incentivo e editais foi superada devido ao amadurecimento do setor que agora conta com um profissional dedicado à captação de recursos e elaboração de projetos.

Meta 35: O não atingimento da captação total prevista para o ano não comprometeu a execução de quaisquer das metas e/ou ações pactuadas, visto que muitas das obrigações previstas no Plano de Trabalho foram executadas com otimização dos recursos disponíveis, ou com recursos captados ainda em 2018, garantindo o equilíbrio orçamentário durante este exercício.

7. FUNÇÃO: GOVERNANÇA – PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES – MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA MUSEU (2019) – MUSEU DA IMIGRAÇÃO

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		Realizado
39	(PED) Renovação do AVCB	39.1	Dado extra	AVCB renovado	1º Trim	00	00
					2º Trim	00	00
					3º Trim	01	01
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
					ICM %	100%	100%
40	(PED) Renovação de Alvará de Funcionamento	40.1	Dado extra	Alvará renovado	Previsão Trimestral		
					1º Trim	00	00
					2º Trim	01	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	00
					ICM %	100%	0%
41	(PED) Renovação de Seguros	41.1	Dado extra	Seguros renovados	Previsão Trimestral		
					1º Trim	01	01
					2º Trim	00	00
					3º Trim	00	00
					4º Trim	00	00
					META ANUAL	01	01
ICM %	100%	100%					

Justificativa:

Meta 40: O INCI segue em trâmite com as instâncias responsáveis para obtenção do alvará de funcionamento, ainda não emitido. Uma assessoria especializada foi contratada no segundo semestre de 2019 para auxílio em questões como o desmembramento do terreno (visto que o Museu da Imigração divide a construção com outra instituição – Arsenal da Esperança), o que viabilizaria e agilizaria a obtenção de licenças prévias necessárias ao processo.

8. METAS CONDICIONADAS (2019)

AÇÕES A SEREM REALIZADAS

Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
01	Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	Nº de exposição temporária com acervo próprio realizada	145.000
02	Desenvolver programação cultural e de exposições temporárias executadas a partir da Política de Exposições e Programação Cultural	Nº de exposição temporária com acervo de terceiro realizada	220.727
03	Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	Nº de campanha realizada	50.000