

Relatório de Atividades 4º Trimestre e Anual 2020

**ASSOCIAÇÃO MUSEU DE ARTE SACRA DE SÃO PAULO - SAMAS
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**

CONTRATO DE GESTÃO Nº 02/2018 ANO: 2020

Referente ao MAS – Museu de Arte Sacra de São Paulo

UGE: UPPM - Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico



ÍNDICE

Relatório de Atividades do 4º. Trimestre e anual 2020

Apresentação Pág. 003

Programa de Trabalho

Mensurações do Contrato

Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança (PGTG) Pág. 006

Mensurações do Equipamento Cultural – Museu

Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa (PA) Pág. 007

Programa de Exposições e Programação Cultural (PEPC) Pág. 008

Programa Educativo (PE) Pág. 009

Programa de Integração e Apoio ao SISEM (PSISEM) Pág. 011

Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional (PCDI) Pág. 012

Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e
Segurança (PED) Pág. 013

Metas Condicionadas

Metas CondicionadasPág. 014

Quadro dos Anexos Pág. 018

Quadro de Avaliação de Resultados

Quadro de Avaliação de Resultados Pág. 600

OS: Associação Museu de Arte Sacra de S.P.

OBJETO: Museu de Arte Sacra de S.P.

APRESENTAÇÃO

Esta apresentação refere-se ao Relatório de Atividades do 4º Trimestre de 2020 bem como ao Relatório Anual de 2020.

As metas pactuadas, no contrato de Gestão, para o 4º Trimestre do exercício de 2020 foram cumpridas com eficácia e economicidade. As metas que por ventura não foram cumpridas a contento, ao longo do exercício, estão devidamente justificadas dentro de cada Programa de Ação deste relatório, e as ações previstas para a realização destas, já foram tratadas com a Unidade de Preservação do Patrimônio – UPPM, como demonstrado em suas justificativas.

No Programa de Exposições e Programação Cultural destacamos a realização de 03 (três) exposições: “Nós, da Etiópia – Recortes de uma Viagem”, inaugurada no dia 16 de Outubro com 30 imagens do fotógrafo Daniel Taveira, a exposição “Presépios no metrô” no espaço da sala Metrô Tiradentes, e ainda no espaço do museu foi inaugurada a exposição “Gesù è nato a Napoli” inauguradas em 07 de dezembro.

Neste trimestre, inauguramos, com muito orgulho, no dia 17 de dezembro, a segunda exposição itinerante “Arte Sacra para Ver e Sentir”, no Museu de Arte Sacra e Diversidade Religiosa de Olímpia. Fruto do projeto MAS Itinerante, a mostra reuniu 60 peças replicadas em 3D das principais obras do acervo do Museu de Arte Sacra de São Paulo, através da técnica de escaneamento e fabricação em material mais leve e mais resistente do que os originais, em sua maioria barro e madeira, possibilitando além da facilidade na montagem/desmontagem e deslocamento da exposição, a possibilidade de que os visitantes, com alguma deficiência ou não, possam tocar nas obras de Arte que no espaço do Museu não são permitidas, criando um elo entre o visitante e a obra.

No período que o MAS permaneceu fechado ao público, devido à pandemia causada pelo CORONAVIRUS SARS-CoV-2, foi realizado um novo projeto expográfico, pensado em divisão por séculos, para a exposição de longa duração, objetivando um maior entendimento para o público do acervo, com a reorganização de obras e nova identidade e comunicação visual, inaugurada com a denominação “Arte Sacra através dos séculos”.

Já abordando o Relatório Anual: ao longo do exercício de 2020, foram realizadas 10 exposições que puderam reunir as mais diferentes técnicas e coleções.

No ano de 2020 recebemos um público de 13.248 visitantes no museu e 270 visitantes nas ações em parceria com o SISEM, salientando que o museu permaneceu fechado de 17 de março a 16 de outubro o que ocasionou a redução do público presencial no comparativo com 2019.

Como parte das atividades administrativas, continuamos com o preenchimento mensal do CEM – Cadastro Estadual de Museus, junto ao SISEM, com o número de visitantes gerais do Museu (presenciais extramuros, decorrentes de ações em parceria com o SISEM).

O totem de pesquisa de perfil e de satisfação de público visitante do Museu, foi descontinuado, e seus dados/resultados colhidos através das pesquisas foram preenchidas em um novo formato, implantado em dezembro, quando da reabertura do Museu, a partir do "Google Formulário" (comunicação visual com o QRCode para participação do público) com link específico, além de um novo questionário que servirá de base para tomada de novas ações e atividades voltadas ao público.

As ações desenvolvidas no Programa de Comunicação (manutenção/ampliação do público virtual, manutenção/ampliação nas redes sociais, Facebook, Twitter e Instagram) foram ampliadas consideradamente e desenvolvidas com eficácia e economicidade, visando manter os bons resultados alcançados ao longo dos últimos exercícios.

As ações do programa de comunicação foram cumpridas e todas as colaborações em ações e atividades da Secretaria foram desempenhadas com a maior dedicação e eficácia, alcançando números expressivos dentro das redes sociais e também entre os visitantes virtuais (site) do Museu. No site tivemos mais de 90 mil visitas em 2020 com crescimento de 18% em relação ao ano anterior, no Instagram houve um crescimento de 28%, atingindo mais de 10 mil novos seguidores e alcançando mais de 1,1 milhão de acessos. No Youtube foram publicados 84 videos, gerando mais de 2.000 novos inscritos no canal.

Destacamos que neste ano atípico que vivemos, com o enfrentamento da pandemia, a equipe do MAS se dedicou na criação de novos programas e ampliação dos programas já existentes no âmbito virtual sendo desenvolvidas as seguintes ações:

- Jogos e atividades virtuais da Ação Educativa como quebra-cabeças, mandalas, desenhos e outros.
- Lançamento do Google Arts & Culture do MAS, no dia do Jubileu de Ouro do MAS.
- Documentário "Museu de Arte Sacra - Muito Prazer" disponibilizado no YouTube.
- Mais de 25 aulas de yoga disponibilizadas gratuitamente no YouTube no projeto "Yoga Fácil".
- Através do "Conversas MAS" foram disponibilizadas aulas e palestras gratuitas no YouTube.
- Playlist especial no YouTube com vídeos de diversas exposições.
- Catálogos e livros disponibilizados virtualmente no Issuu e site do museu.
- Participação da Ação Educativa na Museum Week, sendo um dos museus de maior destaque na campanha virtual.
- Projeto "Relembrar", que resgatou exposições antigas com galeria inédita de fotos das vernissages.
- Parceria com o Centro Cultural Swami Vivekananda para lançamento de curtas documentais sobre a Índia.
- Parceria com a cooperativa feminina Warmis Empreendedoras Sem Fronteiras para feitura das máscaras do MAS.
- 42 lives realizadas no Instagram do MAS entre junho e dezembro.
- Playlists musicais no Spotify do MAS.

Durante o exercício de 2020, a loja do Museu teve suas atividades suspensas durante o período de fechamento do Museu, o que levou a uma queda significativa nas vendas de produtos. Independente da situação, foi lançado no final do ano uma linha de novos produtos com a marca do MAS.

Dentro do projeto de combate a incêndio, executamos a última etapa com a realização de Simulado de Abandono do Edifício, com a participação dos funcionários, objetivando a atualização e manutenção do AVCB que tem validade até junho de 2022.

O Relatório em si, como também a relação de anexos, seja das metas pactuadas, seja dos anexos comprobatórios de rotinas e atividades, chamado "check-list", foram extraídos da MaPA. Mais detalhes sobre as atividades e suas realizações estão apresentados no corpo do Relatório e em seus Anexos.



Luiz Henrique Marcon Neves
Diretor de Planejamento e Gestão



José Carlos Marçal de Barros
Diretor Executivo

AÇÕES E MENSURAÇÕES DO CONTRATO DE GESTÃO – 4º. TRIMESTRE – 2020

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
1	(PGTG) Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Nº de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados.	1º Trim.	0	1
					2º Trim.	0	1
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	2	0
					ANUAL	2	2
					ICM %	100%	
2	(PGTG) Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais.	2.1	Meta-Resultado	4% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Trim.	-	R\$ -
					2º Trim.	-	R\$ -
					3º Trim.	-	R\$ -
					4º Trim.	-	-
					ANUAL	R\$ 321.240,00	R\$ -
					ICM %	R\$	-
3	(PGTG) Recursos financeiros captados via geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços	3.1	Meta-Resultado	1% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Trim.	-	R\$ 22.004,27
					2º Trim.	-	R\$ 71,61
					3º Trim.	-	R\$ 225,00
					4º Trim.	-	R\$ 7.052,95
					ANUAL	R\$ 52.360,00	R\$ 29.359,85
					ICM %	56%	
4	(PGTG) Pesquisa de Público - Índices de satisfação com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	4.1	Meta-Resultado	Índice de Satisfação > ou = 80%	1º Trim.	-	>80%
					2º Trim.	-	-
					3º Trim.	-	-
					4º Trim.	-	-
					ANUAL	>Ou=80%	>80%
					ICM %	>80%	

META N. 1 - No 1º trimestre o Projeto da Reserva Técnica do MAS/SP, que estava sendo elaborado em dezembro de 2019 ficou pronto e foi inscrito (projeto nº 29.201/2020) no Programa de Ação Cultural – ProAC, no início do ano e aprovado para captação de recurso em fevereiro, conforme publicação no Diário Oficial do Estado D.O.E. No 2º trimestre foi elaborado o Projeto para Restauração do Sobrado Almeida Junior em Itu, em parceria com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa, que foi inscrito (projeto nº 30.243/2020) e aprovado para captação de recursos a partir da abertura de conta corrente no Banco do Brasil.

META N. 2 – Durante o ano de 2020 haviam 3 projetos para captação via leis de incentivo, PRONAC nº 170.768 – Exposição “Fé, Engenho e Arte – Três Franciscos – Mestres do Barroco no Brasil”, ProAC nº 29.201 – Nova Reserva Técnica do MAS e ProAC nº 30.243 – Projeto de restauro do Sobrado Almeida Junior em Itu. Apesar dos esforços da equipe na divulgação e promoção destes projetos não ocorreram doações ou patrocínios para os mesmos durante o ano de 2020. Acreditamos que o período de incertezas e desaceleração econômica causada pela pandemia do coronavirus (COVID-19) contribuiu para este resultado.

META N. 3 – Ao longo do exercício de 2020, o Museu de Arte Sacra se deparou com o fechamento para visitação do público presencial a partir de 17 de março e que se estendeu até 15 de outubro. Isto ocorreu dada a situação de pandemia causada pelo novo coronavirus, COVID-19. A captação operacional desta meta foi calculada prevendo um retorno do público antes deste período, mas que não foi possível devido ao prolongamento e gravidade da pandemia que restringiu as atividades das pessoas e impactou na queda da captação pela venda

de bilhetes como também na receita da cessão do espaço da loja visto que também foi afetado pelo fechamento e diminuição do público.

META N. 4 – Devido ao Museu ter ficado fechado para visitação pública de 17/03 a 15/10, em razão da pandemia do Coronavírus, COVID-19, não houve pesquisa de público através do totem eletrônico durante este período (2º e 3º trimestre). Com a reabertura para visitação em 16/10 e a necessidade da adoção de todos os protocolos das autoridades sanitárias, como também os específicos do setor, para prevenção da disseminação da doença e seguindo orientação desta pasta, mudamos a forma de aplicação da pesquisa. Através da divulgação visual nas dependências do Museu e instrução na recepção da bilheteria para convidar os visitantes ao final da visita a participarem da pesquisa, por meio do uso de QR Code onde se tem o acesso ao formulário online do “Google” ao invés de “Totem Eletrônico” da pesquisa.

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
5	(PA) Estabelecimento de parcerias visando a ampliação da pesquisa e disponibilização dos acervos da instituição.	5.1	Meta-Produto	Nº de novas parcerias estabelecidas com organizações	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	1
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	1	1
					ICM %	100%	
6	(PA) Produção de artigos sobre as pesquisas do acervo	6.1	Meta-Produto	Nº de artigos publicados em periódicos e/ou sites	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	4
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	2	4
					ICM %	200%	
7	(PA) Palestras OU Oficinas OU Cursos relativos à temática do museu	7.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	1
					4º Trim.	1	1
					ANUAL	2	2
					ICM %	100%	
8	(PA) Projeto para Implantação do Centro de Pesquisa e Referência em Arte Sacra	8.1	Meta-Produto	Projeto Entregue	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM %	100%	

META N. 6 - O MAS publicou no decorrer do terceiro trimestre a 3ª edição da revista Piratininga, onde foram apresentados 04 (quarto) artigos com base em pesquisas no acervo do Museu de Arte Sacra de São Paulo, sendo eles; “Miniaturas Beneditinas: Frei Agostinho de Jesus em pequenas dimensões” por Rafael Schunk, “A Preservação do sagrado no Museu” por Luciana Barbosa, “Um breve percurso pela exposição: Oratórios Brasileiros” por Silveli Maria de Toledo Russo, “Uma experiência singular: Curso de iniciação à peritagem de ourivesaria religiosa no cofre do Museu de Arte Sacra” por Gonçalo de Vasconcelos e Sousa, sendo a meta superada em 100% e efetivamente cumprida no terceiro trimestre, e, ainda assim, não trazendo ônus à OSC.

META N. 7 - Encerrando o ciclo de palestras #CONVERSASMAS do ano de 2020, foi realizada no dia 13 de novembro a palestra “Mulheres Pintoras no século XVI: Lavinia Fontana”, com a professora: Juliana Guide. A palestra foi ao ar na página do MAS, na plataforma do Youtube.

META N. 8 – O Projeto para Implantação do Centro de Pesquisa e Referência em Arte Sacra foi realizado e segue anexo a este relatório.

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
9	(PEPC) Exposição temporária com acervo próprio	9.1	Meta-Produto	Quantidade de Exposições	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	1
					4º Trim.	1	3
					ANUAL	2	4
					ICM %	200%	
10	(PEPC) Exposição temporária com acervo de terceiros	10.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim.	3	3
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	1
					4º Trim.	2	1
					ANUAL	6	5
					ICM %	83%	
11	(PEPC) Programação cultural de Férias (Projeto Desenhança)	11.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	1º Trim.	1	1
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	1
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	2	2
					ICM %	100%	
12	(PEPC) Recebimento de visitantes presenciais no museu	12.1	Dado-Extra	Público	1º Trim.	12.500	10.258
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	2342
					ANUAL	12.500	12.600
					ICM %	99%	
13	(PEPC OU PE) Palestras OU Oficinas OU Cursos relativos à temática do museu	13.1	Meta-Produto	Quantidade de Eventos	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM %	100%	

META N. 9 - Exposição “Arte Sacra através dos séculos”, que é de longa duração, foi planejada e montada durante o período de pandemia e inaugurada quando da reabertura do Museu, em 16 de outubro de 2020.

Exposição “Presépios no Metrô”, na sala expositiva do MAS, na estação Tiradentes do Metrô, de 07 de dezembro de 2020 a 06 de janeiro de 2021.

Exposição “Gesù è nato a Napoli”, na sala de exposições temporárias do MAS, de 07 de dezembro de 2020 a 06 de janeiro de 2021.

Uma das exposições temporárias com acervo próprio substitui uma das exposições temporárias com acervo de terceiros.

META N. 10 – Exposição: “Nós, da Etiópia – Recortes de uma Viagem” - 30 imagens do fotógrafo Daniel Taveira, de 16 de outubro a 22 de novembro de 2020.

Devido à pandemia do COVID 19, que resultou no fechamento dos museus através do Decreto nº 59.283, de 16 de março de 2020, o MAS só reabriu em 16 de outubro, e com os contatos com terceiros dificultados, decidiu-se substituir uma das exposições temporárias com acervos de terceiros, (tradicionalmente realizada em parceria com a SUTACO, e que consiste na realização de um concurso com os artesãos para escolha de presépios, cancelada neste ano), por uma exposição a mais na META 9 -exposições temporárias com acervo próprio, sendo realizada, portanto, 2 exposições com acervo próprio do museu neste 4º trimestre e 1 com acervo de terceiros.

META N. 13 – Programa do Educativo em parceria com o Programa de Exposições e Programação Cultural, a formação foi a Oficina de pau-a-pique, no dia 26 de janeiro. A meta foi antecipada, mas, não houve ônus à OSC.

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
14	(PE) Programa(s) Interessante e Interativo (famílias)	14.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas com público presencial	1º Trim.	2	3
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	2	3
					ICM %	150%	
		14.2	Dado Extra	Nº mínimo de público atendido	1º Trim.	0	151
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	151
		14.3	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas com o público virtual	1º Trim.	0	1
					2º Trim.	0	5
					3º Trim.	2	5
					4º Trim.	0	1
					ANUAL	2	12
					ICM %	600%	
		14.4	Dado Extra	Nº mínimo de público atendido	1º Trim.	0	16
					2º Trim.	0	1.835
					3º Trim.	0	2.264
4º Trim.	0				1.512		
ANUAL	0				5.627		

15	(PE) Cursos para professores e guias de turismo	15.1	Meta-Produto	Nº mínimo de cursos ministrados pela equipe da ação educativa presencialmente	1º Trim.	2	2
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	2	2
					ICM %	100%	
		15.2	Dado-Extra	Nº mínimo de público atendido presencialmente	1º Trim.	0	38
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	38
					ICM %	100%	
		15.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido virtualmente	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	2	1
					3º Trim.	2	3
					4º Trim.	0	3
					ANUAL	4	7
					ICM %	175%	
		15.4	Dado Extra	Nº mínimo de público atendido virtualmente	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	48
					3º Trim.	0	80
					4º Trim.	0	62
					ANUAL	0	190
					ICM %	100%	
15.5	Meta-Produto	Nº mínimo de visitas integradas para professores em parceria com instituições culturais	1º Trim.	0	0		
			2º Trim.	1	0		
			3º Trim.	0	0		
			4º Trim.	0	0		
			ANUAL	1	1		
			ICM %	100%			
15.6	Meta-Produto	Nº mínimo de materiais educativos disponibilizados para professores e profissionais de turismo no site do museu	1º Trim.	0	0		
			2º Trim.	1	1		
			3º Trim.	1	1		
			4º Trim.	0	0		
			ANUAL	2	2		
			ICM %	100%			
16	(PE) Pesquisa de Perfil e Satisfação do Público espontâneo sobre o conteúdo e a expografia de mostras temporárias	16.1	Meta-Produto	Nº mínimo de pesquisas aplicadas	1º Trim.	67	47
					2º Trim.	0	20
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	67	67
					ICM %	100%	

17	(PE) Visitas Educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	17.1	Dado Extra	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas presenciais	1º Trim.	0	340
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	95
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	435
18	(PE) Visitas mediadas e acolhimentos para públicos específicos (visitantes espontâneos e grupos religiosos e de turistas)	18.1	Dado Extra	Nº mínimo de atendidos em visitas educativas e acolhimentos presenciais	1º Trim.	0	1.713
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	1.713
19	(PE) Programa de Acessibilidade e Inclusão Sociocultural (público idoso, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social)	19.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim.	1	1
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	1	1
	19.2	Dado Extra	Nº mínimo de público atendidos	1º Trim.	0	102	
				2º Trim.	0	0	
				3º Trim.	0	0	
				4º Trim.	0	0	
				ANUAL	0	102	
				ICM %	100%		

META N. 14.3 – A superação da meta deveu-se às estratégias planejadas pelo setor educativo para as atividades virtuais, devido à manutenção das políticas de isolamento social dada à pandemia de COVID-19, e também da retomada da carga integral da jornada de trabalho da equipe da Ação Educativa, o que possibilitou a execução de mais ações no formato virtual, sejam aquelas de uso autônomo pelo público virtual como os webinários, promovidos via plataforma Google Meet, e, tendo em vista o número crescente de acessos aos materiais disponíveis no site do museu, na aba MAS EM CASA, o material impresso para público infantil "Re criando o Museu: para desenhar e colorir" foi disponibilizado para download. Entendemos que a superação da meta não impactou nas rotinas do Programa Educativo, já que retomada a jornada integral de seus colaboradores, o que também não trouxe ônus à OSC

META N. 15.3 - Com as medidas preventivas estabelecidas pelo governo do estado de São Paulo para contribuir com a diminuição da circulação do vírus SARS-CoV-2, e a consequente realização de ações educativas virtuais destinadas a professores e profissionais de turismo nos trimestres anteriores, foi possível perceber que um público não frequentador do MAS e não residente em São Paulo passou a aderir aos encontros oferecidos. Com o intuito de fidelizar esse público, foram realizados dois encontros para professores e um para profissionais de turismo que não estavam previstos originalmente no quadro de metas do quarto trimestre de 2020. Entendemos que a superação da meta não impactou nas rotinas do Programa Educativo, já que retomada a jornada integral de seus colaboradores, o que também não trouxe ônus à OSC.

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
20	(PSISEM) Exposições itinerantes	20.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	0
					4º Trim.	1	1
					ANUAL	2	1
					ICM %	50%	

21	(PSISEM) Estágios técnicos	21.1	Meta-Produto	Estágios técnicos realizados	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM %	100%	
22	(PSISEM) Palestras OU Cursos OU Oficinas	22.1	Meta-Produto	Quantidade de Palestras OU Cursos OU Oficinas	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	1
					4º Trim.	1	2
					ANUAL	2	3
					ICM %	150%	
23	(PSISEM) Visitas de apoio técnico a instituições	23.1	Meta-Produto	Quantidade de cidades atendidas	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	1
					ANUAL	1	1
					ICM %	100%	

METAS 20 E 22 – Em função da crise sanitária no Estado de São Paulo, e com base nos protocolos de saúde implantados visando conter o avanço da COVID 19, as instituições museológicas do interior mantiveram suas portas fechadas, dificultando a itinerância de exposições. Por isso, em comum acordo com o SISEM-SP, a meta foi substituída, e foi realizada mais uma palestra: “Visão da zeladoria do Patrimônio Cultural”, pelo Estúdio Sarasá, parceiro do MAS desde 2005, em 22 de dezembro de 2020, transmitida pela plataforma do Youtube do Museu e, portanto, a meta 20 (exposição itinerante), segundo o próprio SISEM_SP, seria considerada cumprida.

META N. 20 - A exposição itinerante “Arte Sacra para Ver e Sentir”, neste 4º trimestre, foi realizada, no Museu de Arte Sacra e Diversidade Religiosa, em Olímpia, com abertura no dia 17 de dezembro de 2020.

META N. 21 - No dia 09 de dezembro foi realizado estágio técnico na reserva técnica do MAS pelo administrador do Museu de Arte Sacra de São João da Boa vista, Pe. Claudemir Aparecido Canela. O Estágio teve como objetivo observar a guarda e acondicionamento de acervo de indumentária.

META N. 22 - A SAMAS realizou, no dia 10 de dezembro, a palestra: “Programa Educativo em museus e a importância de sua construção na itinerância de exposições”, na plataforma Google Meet, ministrada pela coordenadora do Educativo do Museu, Denyse Emerich.

META N. 23 – Para que a exposição itinerante “Arte Sacra para Ver e Sentir”, acontecesse de maneira adequada, em Olímpia, foi realizada visita técnica, em 02 de novembro de 2020, pela Museóloga Beatriz Cruz e pelo Gestor de Segurança Wermeson Soares, visando o apoio técnico para a inauguração do Museu de Arte Sacra e Diversidade Religiosa do município de Olímpia e assim poder receber a exposição.

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
24	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	24.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos	1º Trim.	12.500	25.186
					2º Trim.	12.500	15.851
					3º Trim.	12.500	24.548
					4º Trim.	12.500	24.537
					ANUAL	50.000	90.122
					ICM %	180%	

25	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	25.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de seguidores nas mídias sociais (Facebook, Instagram, Twitter)	1º Trim.	2.500	3.546
					2º Trim.	5.000	8.611
					3º Trim.	2.500	2.776
					4º Trim.	2.500	1.398
					ANUAL	12.500	16.331
					ICM %	131%	
26	(PCDI) Inserções na mídia	26.1	Meta-Produto	Nº mínimo de inserções na mídia	1º Trim.	35	92
					2º Trim.	0	167
					3º Trim.	35	82
					4º Trim.	35	181
					ANUAL	105	522
					ICM %	497%	
27	(PCDI) Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	27.1	Meta-Produto	Nº de novas parcerias estabelecidas com organizações	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	1
					3º Trim.	0	1
					4º Trim.	2	0
					ANUAL	2	2
					ICM %	100%	

META N. 24 - Excedemos a meta referente ao acesso de visitantes virtuais únicos - provisionada em 12.500 - atingindo um total de 24.548 visitas no terceiro trimestre, pois, o site foi uma ferramenta importante de difusão de conteúdo durante o fechamento temporário. A aba especial "MAS em Casa" com diversos conteúdos acessíveis ao público, elevou consideravelmente os acessos, sendo que o realizado quase dobrou em relação ao previsto para o ano de 2020.

META N. 25 – Ainda que a meta tenha sido a menor de todos os trimestres, houve uma superação do previsto para o ano.

META N. 26 - Superamos a meta referente ao “número mínimo de inserções na mídia” - que tem como base 35 menções no trimestre - pois consta no registro de mídia todas as reproduções em sites, portais, blogs, jornais impressos e telejornais que citam o MAS, o que faz com que o total anual esteja muito acima do previsto e os números trimestrais fiquem acima da média. Observado isso, essa meta será revista para o ano de 2021.

META N. 27 – Foi antecipada para os 2º e 3º trimestre. Parceria – Museu de Arte Sacra e Centro Cultural Swami Vivekananda e com o Consulado da Índia no Brasil, sem ônus para a OSC.

Nº	Ação Pactuada	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
28	(PED) Renovação de Seguros	28.1	Dado Extra	Seguro renovado	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	1
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	1
					29	(PED) Renovação de Alvará de Funcionamento	29.1
2º Trim.	0	0					
3º Trim.	0	1					
4º Trim.	0	0					
ANUAL	0	1					

Não há metas do Programa de Edificações para o trimestre em questão.

As Rotinas foram realizadas e os relatórios seguem anexos, assim como os documentos comprobatórios de Seguro, AVCB, e Alvarás de Funcionamento.

Metas Condicionadas							
Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
30	(PEPC) MAS Itinerante	30.1	Meta-Produto	MAS Itinerante 12 cidades - R\$ 1.038.000,00	1º Trim.	3	0
					2º Trim.	3	0
					3º Trim.	3	0
					4º Trim.	3	0
					ANUAL	12	0
		30.2	Meta-Produto	MAS Itinerante 3 cidades - R\$ 335.380,00	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	1	0
					3º Trim.	1	0
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	3	0
31	(PEPC) Nova Expografia do MAS	31.1	Meta-Produto	R\$ 600.000,00	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	1	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	1	0
32	(PEPC) Exposição Internacional Palavras Feitas	32.1	Meta-Produto	Exposição Realizada	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	1	0
42	(PEPC) Eventos temáticos (Aniversário da cidade, Virada Cultural, Semana Nacional de Museus, Primavera de Museus, Dia das Crianças, Dia da Consciência Negra, Dia Internacional dos Direitos Humanos)	42.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos	1º Trim.	1	1
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	2	0
					4º Trim.	3	-
					ANUAL	6	1

Não houve verba destinada para as metas condicionadas 30, 31, 32, 33, 34 e 35 nem captação de recursos para execução das ações em questão.

Para a meta 42, o museu executou, sem onerar o orçamento, as seguintes atividades:

Aniversário da cidade - Oficina de pau-a-pique no dia 25 de janeiro, para público espontâneo.

Virada Cultural - não houve participação do museu.

Semana Nacional de Museus - foi feita uma homenagem aos profissionais que estavam na linha de frente do contra o Corona, com uma série de postagens no Twitter com a #heroesMW.

Primavera de Museus - Visita virtual mediada à exposição Virtual Museu de Arte Sacra visto de perto.

Dia das Crianças - Lançamento do livro para colorir RE Criando o Museu: para desenhar e colorir o Museu de Arte Sacra.

Dia da Consciência Negra - Encontro para professores "A Outra África" a exposição temporária "A Outra África: Trabalho e Religiosidade", que apresentou objetos pertencentes à coleção de arte africana de Ivani e Jorge Yunes.

Dia Internacional dos Direitos Humanos) - evento Sonhar o Mundo em 2020 - não houve participação do museu

Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
33	(PA) Rede Temática de Museus (fase interior)	33.1	Meta-Produto	Projeto Executado R\$ 580.000,00	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	1	0

Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
34	(PED) Projeto Nova Reserva Técnica	34.1	Meta-Produto	Projeto Executado R\$15.000.000,00	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	1	0

Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
35	(PCDI) Catálogos das exposições temporárias	35.1	Meta-Produto	Quantidade de catálogos (2.000) R\$ 62.000,00	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	1	0
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	2	0

Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
36	(PGTG) Publicação da Revista "Piratininga" (Virtual)	36.1	Meta-Produto	Revista Publicada (Virtual) R\$ 50.000,00	1º Trim.	1	1
					2º Trim.	0	1
					3º Trim.	1	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	2	2

Meta 36 – A edição virtual da Revista Piratininga foi antecipada para o 2º.TRI em função do Aniversário de 50 Anos do Museu em 29 de junho 2020, foi realizada sem recursos financeiros, portanto sem onerar o Contrato de Gestão, apenas com recursos humanos da própria da O.S. e pelo trabalho voluntário dos editores da Revista.

Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
37	(PSISEM) Apoio a rede temática de Museus de Arte Sacra	37.1	Meta-Produto	Projeto Restauração Museu de Arte Sacra de Itu	1º Trim.	R\$ -	R\$ -
					2º Trim.	R\$ -	R\$ -
					3º Trim.	R\$ 600.000,00	R\$ -
					4º Trim.	R\$ -	-
					ANUAL	R\$ 600.000,00	R\$ -

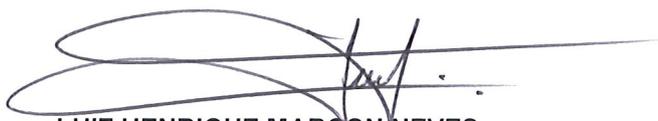
Não houve verba destinada para esta meta condicionada, nem captação de recursos para execução da atividade.

Nº	Ação	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto		Realizado
38	(PE) Projeto Educar em Conjunto (ações extramuros)	38.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas presencialmente	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	3	0
					ANUAL	3	0
		38.2	Dado Extra	Nº de participantes das ações extramuros presencialmente	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	0
39	(PE) Programa(s) Interessante e Interativo (famílias)	39.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas com o público presencial	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	3	0
					ANUAL	3	0
		39.2	Dado Extra	Nº mínimo de público atendidos	1º Trim.	0	1.713
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	1.713
40	(PE) Cursos para professores e guias de turismo	40.1	Meta-Produto	Nº mínimo de cursos ministrados pela equipe da ação educativa presencialmente	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	2	0
					ANUAL	2	0
		40.2	Dado Extra	Nº mínimo de público atendidos	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0

					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	0
		40.3	Meta-Produto	Nº mínimo de visitas integradas para professores em parceria com instituições culturais	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	1	0
					ANUAL	1	0
41	(PE) Programas de Acessibilidade e Inclusão Sociocultural (público idoso, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social)	41.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Trim.	0	0
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	2	0
					ANUAL	2	0
		41.2	Dado Extra	Nº mínimo de público atendido	1º Trim.	0	102
					2º Trim.	0	0
					3º Trim.	0	0
					4º Trim.	0	0
					ANUAL	0	102

Não houve verba destinada para as metas condicionadas do Programa Educativo, nem captação de recursos para execução das atividades.

São Paulo, 11 de fevereiro de 2021.



LUIZ HENRIQUE MARCON NEVES
DIRETOR DE PLANEJAMENTO E GESTÃO



JOSÉ CARLOS MARÇAL DE BARROS
DIRETOR EXECUTIVO