

RELATÓRIO DE ATIVIDADES 1º QUADRIMESTRE DE 2022

**IDG Instituto de Desenvolvimento e Gestão
Organização Social de Cultura
UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico**

**CONTRATO DE GESTÃO 06/2022
Objeto: Museu das Favelas**



1. Apresentação

Em cumprimento ao disposto no item 25 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 06/2022, apresentamos o relatório desta Organização Social de Cultura (OS), relativo ao período de 1 de janeiro a 30 de abril de 2022, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas pelo IDG para o Museu das Favelas. A este relato somam-se informações das atividades operacionais e administrativas praticadas pelo IDG neste início de projeto.

É com muita alegria e satisfação que o IDG passou a integrar a equipe de OS gestoras dos equipamentos museológicos do Estado de São Paulo. Sinônimo de qualidade e eficiência em gestão, a política de museus do estado vem ao encontro dos valores desta organização social. A equipe IDG alocada na matriz, situada no Rio de Janeiro, vem envidando esforços para se adaptar, com agilidade e eficiência, às especificidades do modelo de gestão paulista. No período, o IDG concentrou esforços para a composição da equipe de lideranças do Museu das Favelas, observando os critérios de buscar excelência técnica, experiência na área e representatividade frente ao tema do museu. Sendo a diversidade e a inclusão valores da organização social, temos orgulho de apresentar neste relatório que a equipe de coordenadores e técnicos do Museu das Favelas conta com três coordenadoras mulheres, negras e com trajetórias periféricas e dois técnicos (museólogo e articulador social), homens com trajetórias periféricas e ampla rede de atuação em favelas.

Essa equipe é parte do quadro de colaboradores exclusivos ao Museu das Favelas, que tem a previsão inicial de 29 funcionários. Neste período, finalizamos a contratação e início da atuação de 12 colaboradores, tendo processo aberto e ainda não finalizado de mais 3 colaboradores. Para o próximo período, a previsão é o ajuste e finalização da composição do quadro indicado por ocasião da convocação pública, equilibrando algumas das funções previstas em razão dos desafios da implantação que agora são de maior conhecimento da gestão. Importante destacar que o IDG contratou uma diretora técnica para gerir exclusivamente o museu, Daniela Alfonsi, sendo o ponto focal da comunicação da UPPM com a OS gestora. As demais diretorias do IDG continuam atuando no contrato, sem ônus ao orçamento, conforme a proposta financeira indicada na Convocação Pública. A participação das demais diretorias e algumas de suas

gerências do IDG matriz no processo de gestão do Museu das Favelas em São Paulo visa a enriquecer o trabalho com diferentes expertises e apoiar a equipe alocada em São Paulo na condução de processos de área meio e fim, garantindo uma importante unidade institucional. Assim, além da intensa atuação da equipe liderada por Robson de Almeida, Diretor de Projetos e que assumiu interinamente a Diretoria Técnica nos meses iniciais deste Contrato de Gestão, os colaboradores exclusivos do Museu das Favelas, alocados em São Paulo, contam atualmente com o suporte, supervisão e orientação técnica de diferentes áreas do IDG, detalhadas adiante no **Programa de Gestão Museológica**. A expectativa é de uma troca contínua de aprendizados e o aprimoramento dos processos para melhores resultados na gestão.

No que se refere ao planejamento geral da instituição, é importante destacar que o período foi importante para o diagnóstico das instalações do Palácio do Campos Elíseos – sede do museu – visando a sua adaptação para o seu novo uso museológico. O IDG contratou empresa especializada para realização de vistoria e diagnóstico predial, do qual derivou um primeiro levantamento de ações prioritárias de manutenção e conservação do edifício. O relatório detalhado, que já foi compartilhado com a unidade gestora no mês de abril de 2022, está nos anexos do **Programa de Edificações**.

Como parte do início e acertos gerais da gestão, houve o alinhamento junto com a UPPM sobre a data de abertura ao público: ao invés de julho, como previsto no edital, a nova previsão é setembro de 2022. Além da necessidade de ações de manutenção e conservação predial – não indicadas no edital e, portanto, na proposta do IDG na Convocação Pública – soma-se o fato de a exposição de longa duração não contar ainda com projeto curatorial e museográfico desenvolvidos, tal como indicado no mesmo edital. Assim, o IDG terá de incorporar em seu planejamento de implantação do museu, a concepção e produção desta exposição. Deste modo, o planejamento de abertura do Museu das Favelas precisou ser repactuado e dela derivou uma nova estratégia de início das atividades públicas do Museu, detalhadas adiante no **Programa de Exposições e Programação Cultural**¹.

¹ Essa repactuação trouxe também a necessidade de realizar o primeiro Termo Aditivo ao Contrato de Gestão 06/2022. A expectativa é que o próximo relatório quadrimestral já contemple a revisão de metas a serem

As ações do **Programa de Gestão de Acervos** e do **Programa Educativo** começaram com a realização de visitas a comunidades, projetos sociais e museus, com a finalidade de apresentação do Museu das Favelas e o início de um processo de escuta com parceiros e públicos estratégicos para colaboração nesta fase de concepção do Museu. Foram, ao todo, 12 instituições e projetos visitados, nos meses de fevereiro e março de 2022. Os respectivos relatos estão apresentados adiante neste documento, concentradas no item de Rotinas do Programa de Gestão de Acervos. A equipe não realizou novas visitas no mês de abril, onde concentramos a reestruturação das atividades a partir da chegada de novos colaboradores. Para o próximo período, a ação será retomada, mas com a organização de uma metodologia estruturada para escuta, levantamento de referências e estratégias para criação de vínculos com esses públicos, objetivo central para a implantação do Museu das Favelas.

Ainda no Programa de Gestão de Acervos, a equipe dedicou-se à entrega da primeira versão de um dos projetos que serão a base do desenvolvimento do Centro de Pesquisa e Referência, focando em possibilidades de coletas de produções audiovisuais de divulgadas em mídias sociais. E, para o Programa Educativo, destacamos os alinhamentos feitos com o Comitê Educativo da UPPM para a elaboração da primeira versão do Plano Educativo, documento que orientará a gestão do programa, com previsão de atualização anual.

O **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** teve a coordenação iniciando a partir de 14 de abril de 2022. A coordenadora Priscilla Fenics, em pouco menos de um mês, pode dar início aos processos para a estruturação das ações previstas no Contrato de Gestão, apresentando, como principal resultado, o Plano de Comunicação e cronograma de ações até dezembro de 2022. De todos os programas, este foi o que teve o maior número de ações não cumpridas, ou cumpridas parcialmente, justificadas caso a caso mais adiante no documento. Vale ponderar que a meta mais impactada está relacionada ao não lançamento dos perfis dos museus nas mídias sociais e a consequente início do engajamento dos seguidores dos perfis. O não lançamento dos perfis são consequência da não viabilização da logomarca do Museu das Favelas dentro do

pactuadas por meio deste Termo Aditivo.

primeiro quadrimestre de 2022. Foi uma diretriz da Secretaria de Cultura que as redes sociais só fossem ativadas a partir de estabelecido a identidade visual do Museu.

Por fim, destacamos a participação da equipe do IDG – com integrantes de São Paulo e do Rio de Janeiro – na ExpoFavela². Evento organizado pela Central Única das Favelas – CUFA – ocorreu nos dias 15, 16 e 17 de abril no World Trade Center, zona sul de São Paulo. Reuniu intensa programação de palestras, mesas de debate, mentorias, saraus, vivências de dança, exposições fotográficas, feiras de livro e expositores de produtos de todas as regiões brasileiras. O Museu das Favelas foi representado a partir de uma palestra sobre Museus proferida por Daniela Alfonsi, a convite do SESI – um dos patrocinadores do evento. A palestra gerou um breve podcast, acessível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BtN2vu35UI4>

Estiveram presentes representantes da Diretoria de Criação e Conhecimento do IDG, Diretoria de Captação de Recursos, Diretoria de Projetos, além dos colaboradores contratados para o projeto em São Paulo. Foi um importante momento de integração entre as equipes do IDG, entre Rio e São Paulo, que atuarão no projeto de modo conjunto e colaborativo. O evento foi muito produtivo para ampliação de contatos e imersão num ambiente de intensa criação e produção de conhecimento sobre e com as comunidades e favelas.

² Para mais informações, consulte: <https://expofavela.com.br>

2. QUADRO DE AÇÕES E MENSURAÇÕES E ANEXOS

2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA – PGM – MUSEU DAS FAVELAS - AÇÕES PACTUADAS 2022

As ações do período concentraram-se na organização institucional do projeto, com a contratação de equipe e definições relativas à direção técnica do equipamento, responsável pela liderança do Programa. A nova diretora técnica, Daniela Alfonsi, iniciou no dia 04 de abril. Com expertise e trajetória na gestão técnica de museus no modelo da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, a saber, Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa, Daniela veio compor a equipe do IDG na liderança do projeto e interface deste com a SEC e mediação com a diretoria institucional do IDG, localizada na matriz da organização social. Na estruturação do Projeto, a diretora técnica assume a responsabilidade pela condução do Programa de Gestão Museológica, além de dar as diretrizes técnicas e a supervisão das ações dos demais programas deste Plano de Trabalho.

Os membros da diretoria institucional da organização social vêm atuando no projeto na seguinte composição:

- Presidência – Ricardo Piquet – relacionamento com Secretário de Cultura, Conselhos e parceiros estratégicos.
- Diretoria Executiva – Maria Garibaldi – direção da área de comunicação institucional, cultura organizacional e recursos humanos, além de operar na direção executiva do Contrato de Gestão, estabelecendo o contato contínuo com a direção técnica do equipamento na condução das ações estratégicas.
- Diretoria Administrativa-Financeira – Simone Rovigati – dirige a área jurídica, financeira, orçamento, compras, suprimentos, operações e T.I. Os gerentes dessas áreas dão o suporte técnico aos coordenadores da área meio do Museu das Favelas.
- Diretoria de Captação de Recursos – Juliana Guimarães – atua com sua equipe na definição das estratégias, no plano de mobilização de recursos e na prospecção direta de parceiros e patrocinadores.
- Diretoria de Conhecimento e Criação – Bruna Baffa – atua, junto com a Coordenadoria de Relações Comunitárias, na criação de conceito e definições de programas culturais para o Museu das Favelas.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
1	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 Quadrim	1	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	3	-
					ICM	100%	-
		1.2	Meta-Resultado	27% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Quadrim	0	-
					2º Quadrim	20%	
					3º Quadrim	80%	
					META ANUAL	100%	-
					ICM	100%	
2	Recursos financeiros captados via geração de receita de cessão remunerada de uso dos espaços	2.1	Meta-Resultado	3% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Quadrim	0	
					2º Quadrim	20%	
					3º Quadrim	80%	
					META ANUAL	100%	
					ICM	100%	
3	Pesquisas de Público – Índices de satisfação do público geral	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					META ANUAL	= ou > 80%	
					ICM	100%	
4	Pesquisas de Público – Índices de satisfação do público com palestras, oficinas e cursos	4.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					META ANUAL	= ou > 80%	
					ICM	100%	
5	Comitê Curatorial	5.1	Meta-Produto	Comitê criado e implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
6	Programa de Amigos	6.1	Meta-Produto	Programa Implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	

					ICM	100%	
7	Plano Museológico	7.1	Meta-Produto	Documento entregue	1º Quadrim	1	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	-
8	Planejamento Estratégico	8.1	Meta-Produto	Documento entregue	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
9	Elaborar estudo de capacidade tecnológica	9.1	Meta-Produto	Documento entregue	1º Quadrim	1	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	-
					ICM	100%	100%
10	Elaborar Plano de gestão tecnológica	10.1	Meta-Produto	Documento entregue	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	-
11	Implantar sistema de controle de visitantes	11.1	Meta-Produto	Sistema de bilheteria eletrônica implantado	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	-
					ICM	100%	
12	Realizar eventos de Marketing para captação de recursos	12.1	Meta-Produto	2 Eventos realizados	1º Quadrim	0	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	2	-
					ICM	100%	

JUSTIFICATIVAS DAS METAS NÃO CUMPRIDAS NO PERÍODO

Meta 1 – Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais / N° de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados

Justifica-se o não cumprimento no período previsto devido a necessidade de adequações do CNPJ filial da OS Gestora, o IDG, com o nome fantasia do Museu das Favelas e endereço da sede do Museu. O CNPJ foi regularizado no início de maio de 2022.

Além da adequação do CNPJ filial, o não cumprimento da meta é devido ao fato de o IDG, apesar de sua comprovada experiência de gestão de projetos culturais em diferentes estados no Brasil, ter na gestão do Museu das Favelas o seu primeiro contrato no Estado de São Paulo. Por isso, o IDG vem estudando meios de viabilizar-se como proponente nas leis de incentivo estadual (PROAC) e municipal (PROMAC), considerando que uma das regras para os proponentes é ter residência comprovada no estado de São Paulo há pelo menos dois anos. A meta será cumprida no próximo quadrimestre.

Meta 7 – Plano Museológico

O Plano Museológico do Museu das Favelas será realizado por meio de assessoria museológica terceirizada. A equipe contratada pelo IDG para a gestão do Museu das Favelas, em especial o museólogo João Pedro Rodrigues, iniciou a elaboração de um termo de referência para contratação do serviço, encaminhado para apreciação da UPPM no início de maio. O objetivo é alinhar a metodologia e a estrutura do Plano Museológico a ser entregue pela assessoria, considerando as especificidades do modelo de gestão paulista em relação aos demais modelos vigentes no país.

Um primeiro alinhamento importante no que se refere ao papel desta assessoria na elaboração do Plano Museológico é a realização de um diagnóstico nacional dos museus e centros de memória relacionados a favelas. Outro alinhamento é o cruzamento das equipes responsáveis pelo diagnóstico territorial local (ação pactuada no Programa Educativo) e o Plano Museológico, de modo a que os resultados do primeiro possam balizar ações estratégicas dos programas elaborados no Plano.

Além da elaboração do Termo de Referência, a equipe contratada para a gestão do Museu das Favelas, a partir do mês de abril – com a chegada de Daniela Alfonsi no cargo de Direção Técnica – iniciou o desenvolvimento conceitual do Museu (etapa necessária ao Plano Museológico) e o desenvolvimento de alguns planos previstos no Contrato de Gestão (Educativo, Mobilização de Recursos, Comunicação, Plano de Usos e Necessidades do Edifício) que também são necessários ao desenvolvimento do Plano Museológico. Outra atividade iniciada no mês de abril é a revisão de organograma, cargos e atribuições da equipe exclusiva ao Museu das Favelas. Estas ações foram realizadas com a participação de gerências e diretorias alocadas na matriz da organização social, o IDG, em especial a Gerência de Comunicação, a Diretoria de Conhecimento e Criação, a Diretoria de Captação de Recursos, a Coordenadoria de Relações Comunitárias e a Gerência de Cultura Organizacional e Pessoas.

Deste modo, ainda que a assessoria museológica terceirizada não tenha iniciado seu trabalho, a equipe deu início às discussões conceituais e processuais importantes para a realização do Plano.

Meta 9 - Elaborar estudo de capacidade tecnológica

No primeiro quadrimestre foram realizadas as seguintes ações relativas a esta ação:

- Levantamento das ações de implantação e gerenciamento da infraestrutura, compreendendo: servidores, equipamentos de Tecnologia, circuitos de rede, dentre outros.
- Aquisição de equipamentos, especialmente notebooks, para a equipe contratada.
- Iniciado processo de contratação de profissionais especializados na área de tecnologia.
- Extensão das e protocolos existentes no IDG para o Museu das Favelas, em especial os procedimentos para garantia a segurança dos dados, privacidade e a integridade digital, em consonância com as legislações pertinentes à área e com a LGPD.

Por se tratar de um equipamento em fase de concepção, e considerando que o projeto de museografia da exposição de longa duração não foi entregue pela UPPM conforme anunciado no Edital, não foi possível realizar o estudo de capacidade tecnológica por completo. Entendemos que é desejo que a exposição de longa duração do Museu das Favelas contemple linguagens multimídia variadas, que requeiram a aquisição e gestão de equipamentos, softwares e mídias digitais de modo eficiente e dedicado.

Justificamos, assim, o não cumprimento desta meta, nos comprometendo a entregá-la no segundo quadrimestre, como parte integrante da Meta 10 – Elaborar Plano de Gestão Tecnológica. Compreendermos que por ser um museu em implantação, o estudo de capacidade deve ser parte do planejamento geral da gestão tecnológica do museu.

2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA – PGM – MUSEUS DAS FAVELAS - AÇÕES CONDICIONADAS 2022

Não houve a previsão de ações condicionadas no 1º Quadrimestre de 2022.

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto	Realizado
13	Conceber Projeto de Acessibilidade	13.1	Meta-Produto	1º Quadrim	-	
				2º Quadrim	-	
				3º Quadrim	1	
				META ANUAL	1	
				ICM	100%	

2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PGA MUSEU DAS FAVELAS - AÇÕES PACTUADAS 2022

O programa está sob a liderança de João Pedro Rodrigues da Conceição, museólogo (COREM 322 I). João possui bacharelado em Museologia pela Universidade Federal de Pelotas e é mestrando pelo PPGMus USP com enfoque em acervos de times de futebol de várzea. Professor do Curso técnico de Museologia na ETEC Parque da Juventude. Trabalhou com consultoria em Museologia nas periferias de São Paulo e com agremiações esportivas. Ele e os demais membros da equipe realizaram um conjunto de visitas técnicas para escuta e troca de conhecimento entre projetos. Os locais visitados foram:

Projetos Culturais e Comunitários

- Teatro de Container Munguzá
- Ocupação Mauá
- Projeto Carolina
- Associação Atlética Cohab Juscelino
- Cine Quebrada
- Associação Lar Maria e Sininha
- Agência Popular Solano Trindade

Museus e centros de memória

- Museu da Energia de São Paulo
- Memorial da Resistência
- Centro de Referência do Futebol Brasileiro – Museu do Futebol
- Centro de Pesquisa e Referência do Museu da Imigração
- Espaço Memória Carandiru – ETEC Parque da Juventude

O relato das visitas está apresentado nas Rotinas do Programa de Gestão de Acervos. A ação visa subsidiar, entre outros aspectos, a concepção do Centro de Referência do Museu das Favelas, projeto a ser entregue no próximo relatório.



A equipe do Museu das Favelas em visitas ao bairro de Cidade Tiradentes.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsto	Realizado
-----	-----------------	-----	------------------------	------------	----------	-----------

14	Implantar Centro de Referência (estrutura física)	14.1	Meta produto	Elaborar proposta de composição do acervo da Biblioteca e Miateca indicando itens para aquisição	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		14.2	Meta produto	Realizar estudo voltado ao desenvolvimento de acervo audiovisual advindos de redes sociais	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
	14.3	Meta produto	Elaborar projeto para desenvolvimento de incorporação de acervos audiovisuais produzidos para redes sociais	1º Quadrimestre	1	1	
				2º Quadrimestre	0		
				3º Quadrimestre	0		
				META ANUAL	1	1	
				ICM	100%	100%	
	15	Estabelecer parcerias estratégicas	15.1	Meta produto	Número mín. de parcerias estabelecidas	1º Quadrimestre	-
2º Quadrimestre						-	
3º Quadrimestre						2	
META ANUAL						2	
ICM						100%	
16	Realizar encontros de escuta	16.1	Meta produto	Encontros de escuta realizados (nº mínimo)	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	2	
					3º Quadrimestre	4	
					META ANUAL	6	
					ICM	100%	
17	Desenvolver proposta para articulação com museus da SEC via Comitê de Política de Acervos	17.1	Meta produto	Projeto entregue	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
18	Programa de Pesquisa e Difusão - Elaborar projeto de pesquisa de mapeamento	18.1	Meta produto	Projeto entregue	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
	18.2	Meta produto	Nº mínimo de referências mapeadas	1º Quadrimestre	-		
				2º Quadrimestre	-		
				3º Quadrimestre	3		
				META ANUAL	3		
				ICM	100%		
18.3	Meta produto	Nº de encontros	1º Quadrimestre	-			

19	Programa de Pesquisa e Difusão - Realizar ações de formação interna				2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
	Programa de Pesquisa e Difusão - Publicar artigos/narrativas no site do Museu e/ou em sites de terceiros	18.4	Meta produto	Nº mínimo de publicações	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
	Programa de Preservação Digital - Realizar estudo para implementação de procedimentos e protocolos para gestão do acervo	19.1	Meta produto	Estudo entregue	1º Quadrimestre	-	
2º Quadrimestre					1		
3º Quadrimestre					-		
META ANUAL					1		
ICM					100%		
Programa de Preservação Digital - Elaborar projeto de organização, catalogação e disponibilização de referências e acervos conectados aos projetos de pesquisa	19.2	Meta produto	Projeto entregue	1º Quadrimestre	-		
				2º Quadrimestre	-		
				3º Quadrimestre	1		
				META ANUAL	1		
				ICM	100%		

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

Ação 14.3 - Elaborar projeto para desenvolvimento de incorporação de acervos audiovisuais produzidos para redes sociais

Apresentamos a primeira versão do projeto previsto no Plano de Trabalho. No próximo período, este projeto será revisado junto à equipe de Comunicação, considerando as especificidades de se trabalhar com as mídias sociais como fontes prioritárias da ação. Será definida a metodologia e as ferramentas digitais para a coleta dos acervos, bem como preparada a documentação para a obtenção dos direitos autorais e de imagem.

Projeto de incorporação de acervos audiovisuais originários das mídias sociais para o Museu das Favelas (versão preliminar)

Resumo

Esse projeto tem como propósito mapear as produções audiovisuais das redes sociais de pessoas periféricas e faveladas, criar critérios e estabelecer parâmetros de seleção, salvaguarda e musealização desses conteúdos para incorporá-los como acervos do Centro de Referência do Museu das Favelas.

Apresentação

O Museu das Favelas é um equipamento cultural, uma realização do Governo do Estado de São Paulo e da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, que tem como objetivo falar sobre as potências, carências e produções das Favelas, subúrbios e periferias como um processo reparativo. Como um Museu tem como objetivo salvaguardar e comunicar os referenciais patrimoniais materiais e imateriais, como um equipamento que fala sobre as periferias não pode fugir das novas produções que vêm acontecendo tanto pela ampliação de acesso à internet, quanto a equipamentos de telecomunicações mais acessíveis, que facilitaram que pessoas periféricas, faveladas e suburbanas pudessem comunicar aquilo que lhe fosse conveniente e se espalhassem por toda a rede. Em alguns casos chegando a ter sucesso e aparecer nas grandes redes de Televisão e Rádio. Como, por exemplo, Kondzilla (<https://www.youtube.com/c/KondZilla>), Chavoso da USP (<https://www.instagram.com/chavosodausp/>), CPDOC Guaianás (https://www.youtube.com/watch?v=Kgnn33PQrrg&list=PLdEQfrFafVbrJ_az9rW3Qg4vQPjEMgMhE) que produz vídeos para reprodução em redes sociais ou Marcio Reis, historiador da Bairro da Cidade Tiradentes que produz vídeos contando a história do Bairro (<https://www.youtube.com/channel/UCmZGRCHIf3axrsIc0KDE0Fg>). Nesse sentido, esse projeto busca mapear conteúdos audiovisuais que buscam estar de acordo com os temas mapeados na proposta de temas geradores do Museu.

O projeto também buscará inovar ao iniciar um processo de musealização de conteúdo audiovisual produzido para as redes sociais, com sujeitos e coletivos periféricos e favelados. Em um objetivo é inovar por olhar para esses conteúdos como possíveis registros de um tempo, para podermos entender futuramente as formas de comunicação e como captar e atrair o público desses seguidores para seguir e acompanhar o Museu, virtualmente e presencialmente.

Contexto

Em tempos de pandemia da COVID 19, o mundo parou, os coletivos, e os museus também. Junto a uma disseminação das redes sociais, ampliação do acesso à internet e aos celulares. Com a disseminação do acesso aos equipamentos e a paralisação dos

eventos presenciais e a necessidade de ampliação de comunicação via internet, via as redes sociais. Além de um grupo de pessoas que deixam de ver a Televisão como canal de informação, e por vezes não possuem nem o aparelho de televisão em casa³. Começam a existir pessoas e coletivos que veem no virtual uma nova forma de trabalho e comunicação, então esses coletivos, influenciadores, pessoas. Principalmente para ganhar dinheiro com as redes sociais. Portanto, algo relativamente barato e de fácil acesso e que também pode garantir que sua voz seja escutada, quanto seu produto seja vendido. O Museu enxerga nesse projeto a possibilidade de entender a produção de indivíduos e coletivos periféricos para incorporar os mais representativos e amplos, tanto em termos de linguagens, conteúdos e formas, girando em torno dos eixos temáticos do Museu.

Público

- Seguidores dos Perfis, Coletivos e agências de comunicação periféricas das Redes sociais. (JOVENS E IDOSOS)
- Público que não acompanha mais tv (JOVENS)
- Setor de comunicação do Museu (Institucional)

Justificativa

Esse projeto tem como justificativa o propósito do Museu, que é inovar e repensar o processo de preservação e comunicação dos museus a partir das demandas periféricas do século XXI. Buscando compreender a lógica atual de produção, com conteúdo produzidos especificamente para as redes sociais de coletivos periférico para serem incorporados como acervos audiovisuais que farão parte do programa de acervo do Museu e estarão compartilhados dentro do centro de referência para consultas, que poderão mostrar como os indivíduos e coletivos produzem seus conteúdos e como isso pode ser pensado como um acervo audiovisual do museu, pensando isso como uma referência de estética, conteúdo, linguagem para referência de futuros coletivos e para pensar como a forma de comunicação do museu das favelas vai mudando ao longo dos tempos. Pensando também na perenidade das redes sociais, que a qualquer momento podem acabar, como a antiga Rede social Orkut.

³ https://brasil.elpais.com/brasil/2017/08/13/tecnologia/1502578288_835104.html

Objetivos

- Mapear a produção dos indivíduos e coletivos periféricos para as redes sociais.
- Conhecer as linguagens dos indivíduos e coletivos produtores de conteúdos para as redes sociais
- Criar parâmetros de seleção a partir do mapeamento.
- Estudar o método de salvaguarda desse conteúdo, para proposição de metodologia de salvaguarda.
- Compreender a linguagem, estética, para pensar a comunicação dos Museu das Favelas.
- Preservar a produção periférica das redes sociais
- Atrair público jovem para o Museu. presencialmente
- Ampliar o público das redes sociais do Museu que irão ser criadas.

Metodologia

- Acessar as redes sociais dos coletivos periféricos através de busca ativa da equipe do Museu das favelas através de palavras – chave. Criar uma busca no google alerts para buscar diariamente vídeos lançados com as temáticas. Estruturar métodos de busca, como questionários em google forms.
- Perguntar para coletivos e indivíduos periféricos quais são os perfis de redes sociais que representam esses grupos.
- Listagem dos coletivos e indivíduos, bem como suas redes sociais, contatos.
- Criação de Mapa mental para os conteúdos.

Atividades:

- Visitas as redes sociais (Twitter, TikTok, Instagram, Youtube e facebook), buscando a identificação de sujeitos que se autodeclararem periféricos, favelados ou suburbanos ou que estejam falando da temática.
- Inserção e preenchimento da lista dos indivíduos e coletivos listados, com uma lista com os seguintes campos: Nome Pessoal, nome do perfil, Cidade/Estado/, Idade, Gênero, Cor, Número de seguidores, rede social, Temática, Descrição geral do perfil e conteúdo.
- Mapeamento dos conteúdos com mapa mental- identificação dos padrões – Tanto de forma, linguagem, estética. Seleção para incorporação a partir dos conteúdos audiovisuais a serem incorporados.

- Criação de comitê curatorial para seleção desses vídeos. Com membros da comissão eleitos decididos por eleição.
- Escrita de método de seleção junto aos coletivos, a partir de padrões identificados.
- Processo de incorporação dos conteúdos audiovisuais
- Criação de Processo de salvaguarda em mídias físicas e digitais.
- Mapeamento contínuo das redes sociais.
- Criação de oficina de musealização, salvaguarda e incorporação de acervos para os coletivos mapeados que se interessarem. Para mostrar o processo feito, e aprender com os coletivos como eles guardam. Oficinas online, tanto para o museu mostrar como fez o processo, como para os indivíduos ou coletivos salvaguardam suas produções. Com o objetivo de promover troca de conhecimento sobre processos de guarda de conteúdo, evitando perdas.

Acompanhamento, avaliação e disseminação

- Tabela de inventário de publicações das redes sociais visitadas
- Processamento dos dados de mapeamento dos coletivos e dos padrões.
- Apresentação dos critérios de seleção para os coletivos para validação
- Quantificação de acervos mapeados e verificação de quantidade de oficinas, e relação de acervos incorporados em relação ao publicado.
- Acompanhamento sobre a Lei Geral de proteção de dados.

Plano de trabalho

- 2º quadrimestre - Visita as redes sociais e mapeamento de publicações dos coletivos visitados.
- 2º quadrimestre - processamento dos dados
- 2º quadrimestre - Apresentação dos mapeamentos para pensar os critérios.
- 3º quadrimestre - Rodas de conversa para processar e pensar os critérios de seleção. Virtuais e presenciais.
- 3º quadrimestre - Apresentação dos critérios e proposta de projeto.
- 3º quadrimestre - Apresentação dos métodos de incorporação de acervos audiovisuais, e quais formatos e formas, tanto digitais quanto nato digitais serão incorporadas. Pensando formas digitais e físicas(mídias) para salvaguarda dos acervos incorporados.
- Oficinas de salvaguarda desses acervos, para o Museu compartilhar seus processos e coletivos e indivíduos mostrarem seus processos de salvaguarda.

2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PGA - MUSEU DAS FAVELAS AÇÕES CONDICIONADAS 2022

Não houve a previsão de ações condicionadas no 1º Quadrimestre de 2022.

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
20	Implantar Centro de Referência (estrutura física)	20.1	Meta produto	Biblioteca e MEDIATECA implantada (mobiliário e equipamentos)	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		20.2	Meta produto	Aquisição de acervos para a Biblioteca e MEDIATECA	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		20.3	Meta produto	Estúdio audiovisual implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
3º Quadrim	1						
META ANUAL	1						
ICM	100%						
21	Implementar Programa de Pesquisa e Difusão	21.1	Meta produto	Realizar cursos/ seminários/ debates	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	3	
					META ANUAL	3	
					ICM	100%	

2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL – PEPC MUSEU DAS FAVELAS – AÇÕES PACTUADAS 2022

O Programa de Exposições e Programação Cultural conta com uma produtora executiva contratada, Marina Barbosa. Nascida no Jabaquara, na Zona Sul de São Paulo, atua há mais de 09 anos como produtora, desenvolvendo projetos que permeiam as artes visuais e a arte-educação em equipamentos culturais do país. Dentre outras experiências, Marina atuou nos coletivos culturais do centro de São Paulo. Sua rede de contatos e expertise em produção cultural apoiarão o desenvolvimento deste Programa, especialmente na articulação de agentes culturais para a programação cultural. Marina, assim como os demais membros da equipe, participou das visitas organizadas nos meses de fevereiro e março, com vistas à prospecção de contatos e conexões que vão nortear o desenvolvimento de conteúdo para as exposições e a programação cultural.

No mês de abril foi selecionado um curador para o desenvolvimento da exposição de longa duração, da primeira exposição temporária e apoio à programação cultural do museu. Claudinei Roberto, um homem negro, nascido e ainda residente na zona leste de São Paulo, é artista visual e de performance por formação. Tem uma extensa experiência como curador, assinando projetos no Museu Afro-Brasil, no Museu Oscar Niemeyer de Curitiba, no Centro Cultural Banco do Brasil. Foi co-curador da 13a. Bienal Naifs do Brasil, Sesc Belenzinho, São Paulo e fundador do espaço O Oço/Galeria Cine, em São Paulo.

Claudinei atuará na coordenação do comitê curatorial do Museu, ainda em formação, e contará com o apoio direto de três pesquisadores no desenvolvimento da exposição de longa duração e primeira exposição temporária do Museu das Favelas.

No mês de abril de 2022 foi dado início a reuniões com a equipe do Museu das Favelas para desenvolvimento de conceito e proposta criativa e seus desdobramentos para a estruturação da programação do Museu, seja em ativações pré-abertura, seja após a abertura ao público. Este trabalho está sendo realizado em conjunto com a Diretoria de Conhecimento e Criação do IDG, na figura de Bruna Baffa (diretora) e Luis Araújo (coordenador de relações comunitárias). A partir do mês de maio será dado início ao desenvolvimento ao conteúdo das exposições, tendo como ponto de partida o conceito elaborado em equipe.

É importante ressaltar que o desenvolvimento deste conceito está intimamente relacionado à revisão do plano de necessidades e plano de uso do Museu, meta pactuada e prevista para o primeiro quadrimestre. Detalhado adiante neste relatório, esta revisão considerou, dentre outros aspectos, as necessidades de manutenção e conservação do edifício, que se encontra com questões de infiltração de água da chuva pelo telhado, janelas em mau estado de conservação e necessidades de melhorias em forros, pisos e outros pontos. Assim, não é

possível a abertura completa do edifício ao público no ano de 2022, considerando que parte do edifício (especialmente o primeiro e segundo pavimentos) terá que sofrer ações de manutenção que durarão, pelo menos, 8 meses.

Deste modo, a estratégia de abertura apresentada em reunião ao Secretário de Cultura e Economia Criativa, Sérgio Sá Leitão, e à Coordenadora da UPPM, Paula Ferreira, no dia 18 de abril de 2022, considerou: a) abertura da área externa (jardim), térreo e subsolo a partir de setembro de 2022 e b) abertura dos pisos 1 e 2 em 2023, ao término das obras e montagem das exposições previstas para esses andares.

O cronograma prevê também o lançamento da marca do Museu e do seu conselho consultivo estratégico a partir do final de maio. Ações de ativação e programação, presenciais e virtuais, serão realizadas até a abertura em setembro. Essa programação está em fase de concepção criativa e será apresentada oportunamente à UPPM.

Para a exposição de longa duração e temporárias, como descrito no Plano Estratégico, terão como princípio de desenvolvimento a participação e colaboração de diferentes públicos, com foco estratégico nas comunidades periféricas do país. A metodologia do processo participativo e compartilhado será estruturada e apresentada à UPPM no próximo período. Há a previsão de parte deste processo ser aberto ao público, seja em reuniões presenciais no Palácio, seja on-line.

Como parte da rotina de visitas do núcleo de Exposições e Programação Cultural do Museu das Favelas, houve a participação na Expo Favela, uma feira de negócios e expositores da favela que aconteceu em São Paulo, no World Trade Center, nos dias 15, 16 e 17 de Abril. A feira tinha como temática central o empreendedorismo, mas também apresentou e deu visibilidade a alguns projetos culturais, como o "Beco Visceral", um projeto de fotografia de rua, voltado a atividade e oficinas sobre fotografia, que se torna a primeira galeria fotográfica em uma favela, localizada na Favela de Paraisópolis.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
22	Recebimento de visitantes presenciais no museu	22.1	Meta-resultado	No de visitantes	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	30.000	
					3º Quadrimestre	70.00	
					META ANUAL	100.000	
					ICM	100%	
23	Revisão do Plano de Necessidades do Museu das Favelas	23.1	Meta-produto	Plano revisado	1º Quadrimestre	1	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	

					ICM	100%	
24	Implantação da exposição de Longa Duração	24.1	Meta-produto	Exposição implantada	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
25	Implantar Plataforma Digital para conteúdos da exposição de longa duração	25.1	Meta-produto	Plataforma Digital	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
26	Elaboração de projeto de itinerância da exposição	26.1	Meta-produto	Projeto elaborado	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
27	Elaboração de <i>facility report</i> das áreas expositivas	27.1	Meta-produto	Documento entregue	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
28	Aquisição de mobiliário e equipamentos para programação cultural	28.1	Meta-produto	Mobiliário/equipamentos entregues	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
29	Conceber exposição temporária	29.1	Meta-produto	Projeto executivo da exposição	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
30	Programação Cultural: Boca de Cinema	30.1	Meta-produto	N. de eventos	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	2	
					ICM	100%	
		30.2	Meta-resultado	N. de participantes presenciais	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	20	
3º Quadrimestre	20						

					META ANUAL	40	
					ICM	100%	
31	Programação Cultural: Pega a visão	31.1	Meta-produto	N. de eventos	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	2	
					META ANUAL	3	
					ICM	100%	
		31.2	Meta-resultado	N. de participantes presenciais	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	20	
					3º Quadrimestre	40	
					META ANUAL	60	
					ICM	100%	
		31.3	Dado-extra	N. de público virtual - participação	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	30	
					3º Quadrimestre	60	
					META ANUAL	90	
					ICM	100%	

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

Ação 23.1 - Revisão do Plano de Necessidades do Museu das Favelas

Apresenta-se a revisão do Plano de Necessidades do Museu e proposta de ocupação do edifício. É importante considerar que essa proposta ainda será validada pela análise técnica da UPPM e está dependendo de questões técnicas do edifício, como, por exemplo, um estudo de carga nos pavimentos.

Premissas gerais para a revisão da proposta de ocupação

Um museu acolhedor, que inspire alegria e vontade de permanência no espaço. Para isso, pensar uma ocupação que colabore para a quebra de barreiras, com a construção de áreas de convivência, em todos os pavimentos, incluindo áreas externas.

Jardim torna-se Praça: espaços de acolhimento e atividades iniciam-se na calçada, com a criação de entrada acolhedora e áreas de convivência no jardim, com mobiliário de descanso (bancos e cadeiras), área de lazer infantil (playground customizado); projeto de horta comunitária e áreas para eventos (apresentações

artísticas, musicais, espaços para venda de comidas/bebidas em eventos diversos).

Horta Comunitária como espaço para cuidado com saúde, meio-ambiente e possibilidade de atuação junto a grupos e coletivos do bairro e periféricos. A ser construído em parceria.

Portões Av. Rio Branco e Rua dos Guaianazes abertos (modelo do Jardim da Casa das Rosas, interligando Av. Paulista e Al. Santos).

Mudança do endereço principal para a Rua dos Guaianazes: criação de vagas para parada de ônibus e estacionamento rotativo na rua. Mais segurança para quem chega de carro e/ou a pé. Entrada da Av. Rio Branco como opção secundária.

Sustentabilidade ambiental: soluções técnicas e proposição de materiais duráveis, sustentáveis e com respeito ao meio ambiente.

Respeito ao patrimônio histórico: permeabilidade entre áreas internas do edifício e áreas ajardinadas e não competição das camadas da arquitetura original do edifício com a topografia e demais intervenções arquitetônicas e de mobiliário. Estudo para retirada dos muros laterais, a ser feito junto com projeto para novo paisagismo e intervenções na área externa.

Permeabilidade e flexibilidade de uso dos espaços do térreo. Integração do pavimento térreo com as áreas ajardinadas a partir da abertura das portas do Salão nobre (espelhos) em algumas ocasiões (conforme a programação). Os três salões principais como espaços de ativação da programação cultural. De exposições temporárias/curta duração a cursos, mostras audiovisuais, vivências, aulas, bailes, etc Engajamento de públicos a partir de propostas organizadas de ocupações com atividades propostas e realizadas por agentes das favelas. Espaços multiusos (educativo, eventos, negócios sociais) com autonomia e independência do circuito expositivo. Flexibilidade de uso e otimização de agenda. Possibilidade de locação para eventos corporativos, sem alteração da dinâmica de visitação do Museu.

Nada sobre nós, sem nós: contratação de fornecedores prestadores de serviço preferencialmente periféricos

Proposta de ocupação

Térreo + Jardim: ativação cultural, eventos, pequenas exposições temporárias. Centro de Pesquisa e Referência (com biblioteca/midiateca*); Centro de Formação e Empreendedorismo; loja, café. Bilheteria, receptivo e guarda-volumes.

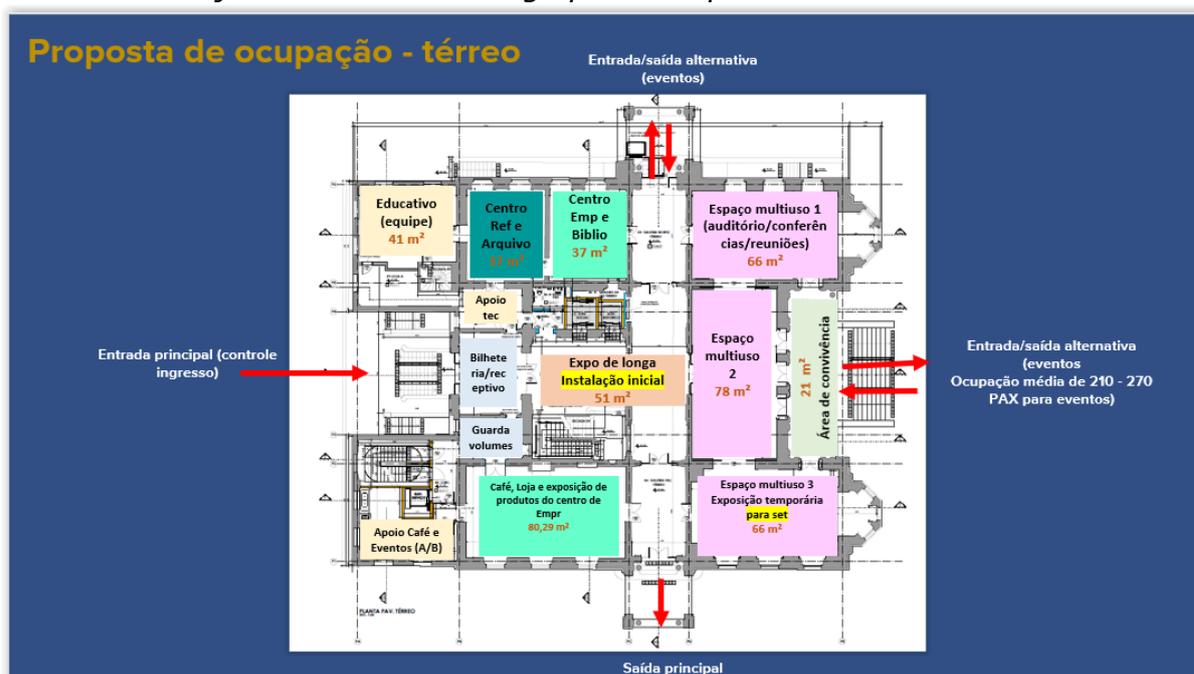
Salões principais do térreo com intensa programação, pautada nos interesses das comunidades e parceiros e com possibilidade de abertura de agenda para locação para eventos diversos.

Possuem entrada independente dos espaços expositivos, o que permite diferentes modelos de eventos sem prejuízo ao funcionamento das exposições para os visitantes.

Por serem mais ornamentados, os espaços do térreo trarão intervenções expográficas mínimas, focadas na história do edifício e sua construção (trabalhadores que o fizeram), bem como do bairro. Estas intervenções (por exemplo, pequenas maquetes acessíveis, textos e legendas) podem ter desdobramentos de conteúdo em meio digital.

Área externa poderá receber intervenções expositivas, na mesma linha do térreo. Para a abertura: incluirá uma instalação expositiva inicial da exposição principal.

*Biblioteca: sujeito à estudo de carga para compreensão da viabilidade técnica



Pavimento Superior: circuito expositivo principal

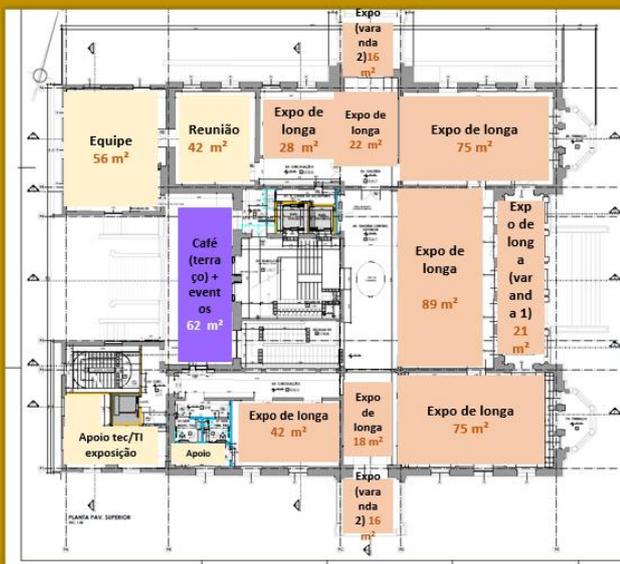
Salas com menos ornamentos, com melhor possibilidade de climatização e controle de umidade (requisitos básicos para exposição de acervos).

Possibilidade de criação de percurso narrativo de maior impacto, que não competirá com a arquitetura do edifício.

Integração das varandas no circuito expositivo: áreas de descanso com intervenções expográficas inovadoras.

Terraço: pequeno café e área para eventos/convivência (projeção de filmes na lateral do prédio, por exemplo).

Proposta de ocupação – pav superior (piso 1)

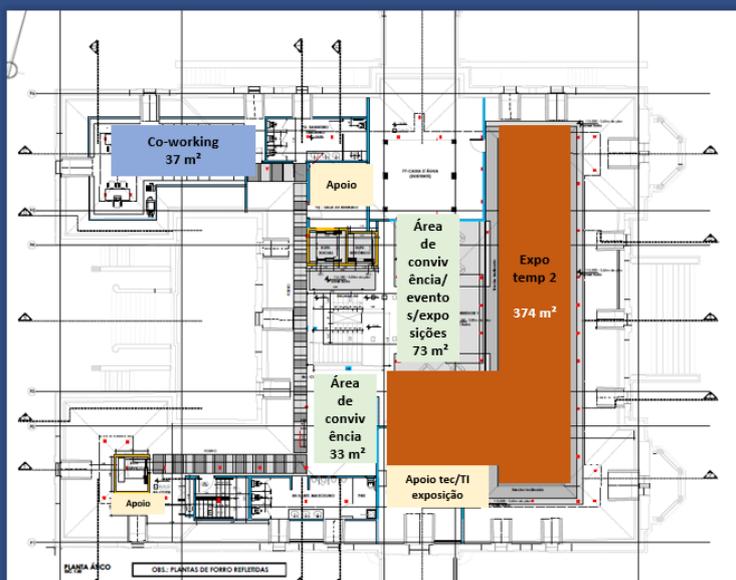


Ático: circuito expositivo + co-working

Pavimento com mais possibilidade de intervenções expográficas, permite criar exposições imersivas e com mais uso de tecnologias multimídias.

Área para co-working, possibilidade de cobrança pelo uso do espaço para geração de receita para o museu.

Proposta de ocupação – ático (piso 2)



Subsolo: café, estúdio-auditório e espaços técnicos (laboratórios)

Áreas para serviços especializados (estúdio, laboratórios, etc) no subsolo.

Sanitários para grupos

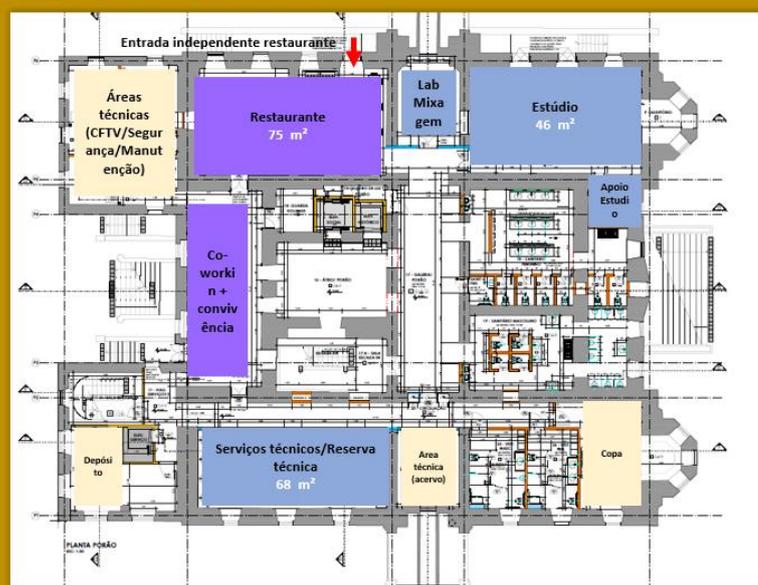
Possibilidade de entrada de grupos, com área para acolhimento antes do início das visitas mediadas.

Sobre café:

Sugestão de visitas técnicas com equipes especializadas para propor alternativa de montagem de espaços na área externa.

Justificativa: área do café integrada às áreas de convivência e programação cultural.

Proposta de ocupação – subsolo



2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL – PEPC MUSEU DAS FAVELAS - AÇÕES CONDICIONADAS 2022

Não houve a previsão de ações condicionadas no 1º Quadrimestre de 2022.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
32	Programação Cultural Feiras para projetos de inovação	32.1	Meta-produto	No. de eventos (feiras)	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		32.2	Meta-resultado	No. de participantes presenciais	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	300	
					META ANUAL	300	
					ICM	100%	
33	Programação Cultural SLAM do Museu	33.1	Meta-produto	No. de eventos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		33.2	Meta-resultado	No. de participantes	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	50	
					META ANUAL	50	
					ICM	100%	
34	Programação Cultural Apresentações culturais	34.1	Meta-produto	No. de eventos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	2	
					META ANUAL	2	
					ICM	100%	
		34.2	Meta-resultado	No. de participantes	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	100	
					META ANUAL	100	
					ICM	100%	

2.4 PROGRAMA EDUCATIVO – PE MUSEU DAS FAVELAS AÇÕES PACTUADAS 2022

O Programa Educativo do Museu das Favelas, cujo trabalho se iniciou em janeiro de 2022, atua a partir de três frentes - o Núcleo de Ações Educativas, o Centro de Formação e Empreendedorismo em Economia Criativa e o Comitê Jovem.

Neste primeiro quadrimestre de 2022, o programa desenvolveu suas atividades a partir de iniciativas integradas entre a área de educação e de negócios sociais - à qual está vinculado o Centro de Formação em Empreendedorismo e Economia Criativa - estabelecidas no museu a partir de sua especificidade no campo da formação e de outras iniciativas de caráter educativo. Estas primeiras aproximações visam, além de promover o desenvolvimento de ações estratégicas para o Programa, fortalecer a concepção conceitual e a criação das diretrizes da atuação do Comitê Jovem, que, conforme mencionado anteriormente, representa um dos eixos de atuação do programa.

É importante destacar que estas aproximações foram pensadas a partir da necessidade de pautar o planejamento e as ações do Museu - do ponto de vista das iniciativas de caráter educativo - no que já é produzido nas favelas brasileiras; esta pauta é elaborada do ponto de vista da criação, formação, compartilhamento de saberes, do empreendedorismo e das diferentes formas de sustentabilidade, tendo sempre em vista o protagonismo das pessoas que estão vivendo e atuando nas favelas.

De modo mais específico, a atuação do Programa Educativo do Museu das Favelas no primeiro quadrimestre de 2022 se deu através das seguintes atividades: formatação inicial do Plano Educativo a partir de estudos e pesquisas sobre temas transversais ao olhar sobre as favelas e periferias; proposição das diretrizes para a elaboração do Diagnóstico Territorial do Museu das Favelas (Termo de Referência); realização de visitas a instituições periféricas da cidade de São Paulo e participação em atividades estratégicas para a formatação do museu, como um todo, e do Programa Educativo, em particular.

A condução destas iniciativas se faz necessária e imprescindível por possibilitar uma construção colaborativa e participativa do Museu das Favelas, gerando um olhar sensível e estratégico sobre as dimensões educativas que serão pautadas no Museu, de modo a permitir que ele seja formado sob a inspiração e a referência do protagonismo e da representatividade dos sujeitos periféricos e de suas comunidades.

A coordenação do Núcleo de Ações Educativas do Museu das Favelas está sob a liderança de Vanessa Marinho, educadora e pesquisadora que possui graduação (Bacharelado e Licenciatura) e mestrado em História pela Universidade Federal de Pernambuco, e atualmente está cursando a especialização em Gestão Cultural Contemporânea do Itaú Cultural. Sua experiência em museus iniciou há, aproximadamente, 15 anos, onde já transitou pelas áreas de educação, documentação, acervos, pesquisa e, há cerca de 6 anos, atua na gestão, com experiências na coordenação de educativos e de pesquisa, documentação e

acervos. No campo da educação em museus, sua trajetória é norteadada pelo olhar sobre as narrativas que envolvem o legado negro em curadorias e exposições - onde destacamos a proposição do projeto "Frevo e Consciência Negra", contemplado pelo Prêmio Darcy Ribeiro para Ações Educativas, além de desenvolver outros programas e projetos voltados ao tema. Também esteve à frente da coordenação estratégica do projeto "Paço Criativo", realizado no Paço do Frevo (Recife-PE) através de uma parceria firmada entre o Instituto de Desenvolvimento e Gestão (IDG) - entidade gestora do Museu das Favelas - e a Organização dos Estados Ibero Americanos (OEI). O projeto "Paço Criativo" é voltado à ofertas formativas voltadas à atuação profissional, no campo da cultura, de jovens periféricos da cidade do Recife da Região Metropolitana, onde os aprendizados oriundos destas formações foram aplicados na exposição "Patrimônios Periféricos", que contou ainda com a participação de alguns destes jovens na curadoria colaborativa da exposição.

À frente do Centro de Formação em Empreendedorismo e Economia Criativa está Carla Zulu, ativista social e do Movimento Hip Hop, que atua no museu como Especialista em Negócios Sociais. Foi uma das sócio-fundadoras da *Zulu Nation* Brasil, ONG que atuou intensamente na cultura Hip Hop entre 2002 e 2011; a *Zulu Nation* norteadada pelo ideal dos Zulus no sul do Bronx nova-iorquino dos anos setenta; batizada por King Nino Brown e Afrika Bambaataa, é uma das primeiras Zulu Queens no Brasil. Além de sua liderança e articulação no movimento Hip Hop de São Paulo, atuou como coordenadora de Políticas para Juventude da cidade de São Paulo, em 2015 e 2016, além de atuar também como RTV da Agência *We*, entre 2019/2021. Foi coordenadora de Políticas de Igualdade Racial em 2021, passando por diversos cargos técnicos em produtoras audiovisuais. Atualmente, é presidente da ONG Hip Hop Mulher e sócia da Zulu Produtora. As vivências que atravessam a trajetória profissional de Carla auxiliam na construção do conceito e na formatação das atividades do Centro de Empreendedorismo - tendo em vista, como foi mencionado, que a existência de um Centro de Empreendedorismo em um museu é algo extremamente inovador e desafiador - onde se destacam as possibilidades direcionadas para as populações periféricas de um modo geral, mas, em especial, para o povo preto, para as mulheres e para os jovens.

Na segunda quinzena de abril, integrou-se à equipe Marcelo Cavanha, no papel de articulador social. Educador Social, graduando em Serviço Social, foi coordenador da CUFA Jd Ibirapuera, na zona sul de São Paulo. Atua na Rede Antirracista Quilombação, e é membro da Frente Nacional Antirracista.

Os temas e as dimensões que atravessam a trajetória profissional dos colaboradores que atuam no Programa Educativo do Museu das Favelas devem nortear e inspirar a atuação do Núcleo de Ações Educativas e do Centro de Formação em Empreendedorismo e Economia Criativa, uma vez que estão diretamente conectada aos eixos temáticos e conceituais presentes no Plano de Trabalho do Museu. Este Plano, que tem como eixo conceitual a pauta antirracista - considerando a forte presença de pessoas negras nestes territórios, dadas as questões históricas e estruturais que afetam esta população - provocando reflexões e estimulando práticas que estejam alinhadas com as demandas das comunidades periféricas brasileiras e com o compromisso do Museu das Favelas

perante a sociedade no que diz respeito à desconstruir um olhar estigmatizado que recai sobre as comunidades e os sujeitos periféricos.

Para além da ação pactuada para o primeiro semestre, a equipe envolvida com o Programa Educativo do Museu das Favelas atuou em outras frentes que dizem respeito às demandas pactuadas no segundo e terceiro quadrimestre de 2022, especificamente a realização de ações de envolvimento territorial - previstas para acontecerem de modo digital, mas que foram iniciadas de modo presencial, envolvendo equipes de outras áreas do museu - e a elaboração do projeto do Centro de Formação e Empreendedorismo em Economia Criativa.

Foram contempladas nessas ações de envolvimento territorial comunidades sediadas em diferentes regiões da cidade, a exemplo do Centro Solano Trindade, no Campo Limpo, e da Ocupação Mauá, na região central. A inovação que representa o Centro de Formação e Empreendedorismo em um museu, ainda mais em um museu que tem como tema central as favelas brasileiras, demanda este olhar atento e sensível para as experiências que já estão em desenvolvimento na cidade. O relato das visitas foi sistematizado em um único documento, apresentado nas rotinas do Programa de Gestão de Acervos. A despeito dessa alocação, foram ações que perpassaram de modo transversal diferentes programas deste Plano de Trabalho.



Registros da visita da equipe do Museu das Favelas ao Lar Maria e Sininha.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
35	Realização de diagnóstico do território para subsidiar a criação de programas e projetos educativos	35.1	Meta-produto	Diagnóstico entregue	1º Quadrim	1	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	-
		ICM	100%	-			
		35.2	Meta-produto	Selecionar e Preparar equipes	1º Quadrim	-	
2º Quadrim	1						
3º Quadrim	-						

					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
36	Pactuação de parcerias para o Programa Educativo	36.1	Meta-resultado	N. mínimo de parcerias pactuadas.	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	2	
					ICM	100%	
37	Visitas mediadas	37.1	Meta-produto	Mediação de público escolar	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	70	
					3º Quadrim	140	
					META ANUAL	210	
					ICM	100%	
		37.2	Meta-produto	Mediação de público espontâneo	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	30	
					3º Quadrim	60	
					META ANUAL	90	
					ICM	100%	
		37.3	Meta-produto	Mediação de Grupos Envolvimento Territorial	1º Quadrim		
					2º Quadrim	10	
					3º Quadrim	20	
					META ANUAL	30	
					ICM	100%	
		37.4	Meta-produto	Mediação de grupos noturnos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	9	
3º Quadrim	18						
META ANUAL	27						
ICM	100%						
38	Promover ações Formativas	38.1	Meta-produto	Formações Internas/externas	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	4	
					META ANUAL	6	
					ICM	100%	
39	Promover Ações de Envolvimento Territorial	39.1	Meta-produto	realização de ações educativas digitais	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	2	
					META ANUAL	4	
					ICM	100%	
40	Criar publicações	40.1	Meta-produto	Realização de publicações impressas ou digitais com foco em educação	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

41	Customização de software para agendamento on-line de visitas e ações educativas	41.1	Meta-produto	Plugin implantado no site do Museu	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
42	Elaboração de roteiros de visitas educativas	41.2	Meta-produto	N. de roteiros educativos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	3	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	3	
					ICM	100%	
43	"Passaporte das Favelas" Fornecimento de ônibus para públicos dos projetos educativos	43.1	Meta-produto	Nº de ônibus	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	44	
					3º Quadrim	166	
					META ANUAL	210	
					ICM	100%	
44	Visitas educativas oferecidas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	44.1	Meta-resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	880	
					3º Quadrim	3320	
					META ANUAL	4200	
					ICM	100%	
45	Visitas educativas oferecidas para outros grupos (moradores, turistas, instituições sociais, etc)	45.1	Meta-resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas em visitas educativas	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	880	
					3º Quadrim	3320	
					META ANUAL	4200	
					ICM	100%	
46	Ações educativas extramuros	46.1	Meta-produto	N. de ações	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	2	
					META ANUAL	4	
					ICM	100%	
47	Elaboração do projeto do Centro de Formação, Empreendedorismo e Economia Criativa	47.1	Meta-produto	N. de projeto	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
48	Ações de formação continuada da equipe do Museu	48.1	Meta-produto	N. de encontros	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	3	
					META ANUAL	5	
					ICM	100%	
49		49.1		N. de ações	1º Quadrim	-	

	Ações de formação de professores/educadores		Meta-produto		2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	2	
					META ANUAL	4	
					ICM	100%	
50	Visitas e ações virtuais	50.1	Meta-produto	N. de ações oferecidas (agosto a dezembro)	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	5	
					3º Quadrim	15	
					META ANUAL	20	
					ICM	100%	
	50.2	Dado-extra	N. de participantes virtuais	1º Quadrim	0		
				2º Quadrim	25		
				3º Quadrim	100		
				META ANUAL	125		
				ICM	100%		

JUSTIFICATIVA DAS METAS NÃO CUMPRIDAS

Ação 35 - Realização de diagnóstico do território para subsidiar a criação de programas e projetos educativos

Diante das necessidades de ajuste e adequação para a concepção e implementação do Museu das Favelas no que diz respeito a diferentes questões - desde as estruturais que envolvem as condições de chegada e uso do prédio até às definições e contratações das equipes, que demandaram um tempo maior do que o previsto inicialmente, os prazos que foram pactuados em relação às metas do Programa Educativo precisaram ser reconsiderados.

Para este primeiro quadrimestre de 2022, foi acordada a entrega de um diagnóstico territorial, com informações relativas às áreas vizinhas ao prédio do Museu; no entanto, as diretrizes e as informações norteadoras para a construção deste diagnóstico demandam algumas definições - no que diz respeito especialmente os conteúdos e demais informações que deveriam estar presentes neste diagnóstico, e sobretudo à razão de ser deste diagnóstico, que só pode ser compreendida a partir do entendimento da coletividade.

No entanto, a despeito destas lacunas, foi confeccionado o Termo de Referência para a contratação da empresa que deverá conduzir e sistematizar as informações coletadas na pesquisa detalhada, que subsidiará a elaboração do diagnóstico. O

termo de referência já apresenta algumas informações importantes para o entendimento deste território, das suas áreas vizinhas e de aspectos relevantes para o planejamento das ações do museu - sejam elas internas ou extra-muros. O Termo de Referência para o serviço foi enviado à UPPM para apreciação, considerando a importância desta ação para complementar o Plano Museológico. A direção do Museu optou por coordenar as duas ações (assessoria do Plano Museológico e assessoria do Diagnóstico), reorganizando os termos de referência e as premissas de cada trabalho, a ser executado e entregue no próximo período.

2.4 PROGRAMA EDUCATIVO – PE MUSEU DAS FAVELAS - AÇÕES CONDICIONADAS 2022

Não houve a previsão de ações condicionadas no 1º Quadrimestre de 2022.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
51	Publicação de materiais educativos	51.1	Meta-produto	Materiais publicados	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

2.5 PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP – PSISEM – MUSEU DAS FAVELAS - AÇÕES PACTUADAS 2022

Não há metas a serem cumpridas no primeiro quadrimestre. Vale apontar que as metas do Programa de Integração ao SISEM serão reestruturadas para o Termo Aditivo. Em reunião ocorrida em 10 de fevereiro entre a equipe do Museu das Favelas e o GTSISEM, da UPPM, houve a orientação para a revisão das metas, considerando que a inscrição no Cadastro Estadual de Museus e a disponibilização de espaço para eventos são ações de rotinas do Programa.

Assim, para o Termo Aditivo a ser pactuado no próximo período, haverá a reestruturação das metas deste Programa, seguindo as orientações do SISEM e com foco em ações de formação (oficinas e cursos) e estágios técnicos a profissionais de museus e agentes culturais periféricos.

O IDG compreende que o momento de concepção e implantação do Museu é especial para a promoção de estágios técnicos, considerando as fases de projeto curatorial e museográfico, adaptações arquitetônicas e de acessibilidade no edifício, implantação de exposição de longa duração e demais ações de implantação. Com base nessas ações estruturantes previstas para o ano de 2022, será organizada as novas metas do Programa.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
52	Disponibilizar o museu como sede para eventos do SISEM-SP	52.1	Meta-produto	Estabelecimento de parceria com a representação regional do SISEM (Capital)	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	4	
					META ANUAL	6	
					ICM	100%	
53	Inscrição do Museu das Favelas no CEM (Cadastro Estadual de Museus)	53.1	Meta-produto	Formulário de Cadastro preenchido (ICQ Básico)	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
54	Levantamento dos museus de favela e redes temáticas para integração	54.1	Meta-produto	Relatório com resultado do levantamento	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL – PCDI MUSEU DAS FAVELAS – AÇÕES PACTUADAS 2022

O Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional começou o seu desenvolvimento a partir do mês de abril, com a contratação da coordenadora Priscilla Fenics. Priscilla é rapper, possui formação em marketing e especialista em gestão cultural pelo SENAC. É mestrandanda em Humanidades, Direitos e Outras Legitimidades (FFLCH/USP) e, no momento, também se especializando em Comunicação Institucional (Anhembí Morumbi). Possui uma trajetória de 20 anos na gestão de projetos ligados aos temas do Hip Hop, Periferias, Raça e Gênero. Possui cursos formativos em estratégia digital (Paulo Cuenca), roteiro (Jorge Furtado), artes cênicas (Escola de Atores da Globo/RS) e cinema (CUFA/RJ).

O IDG levou mais tempo que o previsto para a seleção desta profissional pois compreende a posição estratégica deste cargo no desenvolvimento do Museu. Antes de entrar para o Museu das Favelas, Priscilla estava na coordenação executiva da Associação Amigos do Centro Cultural São Paulo, importante equipamento de cultura na capital, e precisou fazer a sua transição para assumir a coordenação do Museu.

É nesse contexto que as metas previstas para este primeiro quadrimestre foram parcialmente cumpridas ou terão o seu cumprimento finalizado no próximo período. Apesar disso, em pouco menos de um mês, Priscilla pode estruturar o Plano de Comunicação (meta 57) e a elaboração de diferentes escopos necessários à contratação dos serviços da área. Priscilla tem participado das reuniões de elaboração de conceito criativo do Museu e, a partir destes encontros vem formulando propostas para a campanha de lançamento da instituição.

O detalhamento das entregas, ainda que parciais, e suas respectivas justificativas estão adiante.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
55	Estruturar o Núcleo de Comunicação	55.1	Meta-produto	Contratação de equipes	1º Quadrim	100%	50%
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	100%	50%
					ICM	100%	50%
		55.2	Meta-produto	Contratação de serviços de assessoria	1º Quadrim	100%	50%
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	100%	50%
					ICM	100%	50%
55.3	Meta-produto	Contratação de serviços para mídias digitais	1º Quadrim	100%	50%		
			2º Quadrim	-			

					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	50%
					ICM	100%	50%
56	Criar Sistema de Identidade Visual	56.1	Meta-produto	Sistema criado e implantado	1º Quadrimestre	100%	20%
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	20%
					ICM	100%	20%
57	Elaborar Plano de Comunicação do Museu	57.1	Meta-produto	Documento entregue	1º Quadrimestre	100%	100%
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	100%
					ICM	100%	100%
58	Elaborar Plano de Comunicação da abertura e da Exposição de Longa Duração	58.1	Meta-produto	Documento entregue	1º Quadrimestre	100%	100%
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	100%
					ICM	100%	100%
59	Realizar Campanha de Inauguração	59.1	Meta-produto	Campanha realizada	1º Quadrimestre	30%	30%
					2º Quadrimestre	70%	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	30%
					ICM	100%	
60	Realizar Campanha de difusão da exposição de longa duração	60.1	Meta-produto	Campanha realizada	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	100%	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	
					ICM	100%	
61	Desenvolver e implantar site institucional	61.1	Meta-produto	Site publicado	1º Quadrimestre	25%	25%
					2º Quadrimestre	50%	
					3º Quadrimestre	25%	
					META ANUAL	100%	25%
					ICM	100%	25%
62	Criação das Páginas das redes sociais (Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter)	62.1	Meta-produto	Páginas Criadas das Redes Sociais	1º Quadrimestre	80%	20%
					2º Quadrimestre	20%	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	100%	20%
					ICM	100%	20%
63	Elaborar e dar suporte às publicações impressas e	63.1	Meta-produto	Dar suporte à elaboração do Catálogo conceitual do Museu	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	30%	
					3º Quadrimestre	70%	

	digitais do museu				META ANUAL	100%	
					ICM	100%	
64	Estabelecer parcerias com agentes públicos e privados, nacionais e internacionais	64.1	Meta-produto	Nº mínimo de parcerias firmadas	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	4	1
					ICM	100%	25%
65	Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	65.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	10.000	
					3º Quadrim	20.000	
					META ANUAL	30.000	
					ICM	100%	
					1º Quadrim	5.000	0
	2º Quadrim	5.000					
	3º Quadrim	10.000					
	META ANUAL	20.000	-				
	ICM	100%	0%				
	65.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de posts publicado	1º Quadrim	300	0	
	2º Quadrim	600					
3º Quadrim	600						
META ANUAL	1.500						
ICM	100%	0%					
66	Inserções em mídia	66.1	Meta-produto	Nº mínimo de inserções na mídia	1º Quadrim	200	11
					2º Quadrim	500	
					3º Quadrim	300	
					META ANUAL	1.000	11
					ICM	100%	0,12%
67	Ações com influenciadores	67.1	Meta-produto	Ações realizadas	1º Quadrim	0	
					2º Quadrim	0	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
68	Publicações (impressas e/ou digitais)	68.1	Meta-produto	Nº mínimo de publicações lançadas	1º Quadrim	0	
					2º Quadrim	0	
					3º Quadrim	2	
					META ANUAL	2	
					ICM	100%	

JUSTIFICATIVAS DO CUMPRIMENTO PARCIAL E/OU NÃO CUMPRIMENTO DE METAS

Ação n. 55 Estruturar o Núcleo de Comunicação

Meta 55.1 – Contratação de equipes

A meta está parcialmente cumprida, com a contratação da coordenação. O quadro de pessoal previsto contempla mais dois colaboradores, um analista e um assistente, cujos escopos foram revisados pela coordenação e está em fase de recrutamento.

Justifica-se o cumprimento parcial da meta por compreender ser essencial a participação da liderança na seleção dos profissionais. Deste modo, não seria possível antecipar a contratação dos colaboradores antes da entrada da coordenação.

Os descritivos das funções seguem no Anexo.

Meta 55.2 - Contratação de serviços de assessoria

Meta 55.3 - Contratação de serviços para mídias digitais

As metas estão parcialmente cumpridas, com o desenvolvimento dos escopos e entregas destes serviços. Não foi possível antecipar a contratação considerando a chegada da coordenadora – responsável pelo acompanhamento das assessorias terceirizadas – no mês de abril.

Os escopos definidos seguem abaixo.

Escopo para contratação de assessoria de imprensa

A estratégia de relacionamento com a imprensa propõe o fortalecimento e valorização da marca; promoção da relevância e autoridade do Museu da Favela; promovendo a imagem da instituição enquanto referência nos temas propostos e na promoção de atividades culturais, ações e resultados relevantes.

Tendo em vista as temáticas propostas pelo Museu das Favelas, a assessoria de imprensa deve possuir atuação periférica e antirracista, bem como possuir posicionamento e letramento contra qualquer forma de discriminação.

Principais atividades:

- Elaboração de formulário para veículos de imprensa
- Monitoramento e análise de notícias patrocinadas e espontâneas
- Gestão de crise de imagem.
- *Clipagem* com as principais notícias publicadas por veículos impressos, digitais, televisivos e radiofônicos.

- Elaboração de notas e releases à imprensa e proposição de pautas e temas relevantes de interesse da imprensa.
- Mapeamento e ativação prioritária de mídias periféricas
- Preparação e acompanhamento de entrevistados/porta-vozes do Museu das Favelas.
- Elaboração de comunicados internos e conteúdo para site/redes sociais, como forma de visibilizar a relevância do museu nas mídias.
- Elaboração de relatórios de imprensa.

Lista dos tipos de serviços e ferramentas para a gestão das mídias digitais

Almeja-se realizar as seguintes contratações que buscam potencializar a pesquisa, produção, avaliação e monitoramento das mídias digitais:

(i) Licença das ferramentas colaborativas:

Google (museudasfavelas.org.br) - gestão dos processos internos e conteúdos

Trello - gestão de processos e de publicações para redes sociais

Slack - linhas de transmissão de informação

Notion - gestão da estratégia digital

(ii) Licença das ferramentas de produção de conteúdo:

Canva - criação de templates rápidos, postagens, apresentações, dentre outros

Pacote Adobe - Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro

(iii) Contratação de software de Monitoramento de Mídia e Escuta Social

Coleta de dados por meio do rastreamento de menções na web e de todas as fontes disponíveis por meio de palavras-chave; Interpretação de dados com recursos como análise de sentimentos.

(iv) Contratação de software de automação para comunicação e marketing digital multicanal (e-mail marketing, SMS, mensagem de voz), com recursos de avaliação de engajamento e interação e segmentação.

Meta 56 - Criar Sistema de Identidade Visual

No período deste relatório, foi possível iniciar o escopo do serviço para empresa especializada na criação do sistema de identidade visual do Museu das Favelas, apresentado abaixo. Justificamos a não finalização deste sistema devido ao fato de ser um serviço criativo relacionado diretamente ao conceito do Museu e sua

ocupação no espaço do Palácio, itens que ainda não estão finalizados e aprovados pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa. Além disso, busca-se um processo de construção de marca (*branding*) que seja participativo com comunidades periféricas e tenha a participação direta de agentes periféricos no desenvolvimento. O serviço já está em contratação e o sistema de identidade será apresentado no próximo relatório.

Escopo para contratação de Sistema de Identidade Visual

O briefing apresenta os principais tópicos para a criação e gestão da marca e identidade visual do Museu das Favelas, buscando a correta aplicação de marca nos padrões institucionais em todas as ferramentas comunicacionais e em consonância com os valores, objetivos e crenças do Museu.

A proposta abrange a contratação de uma empresa formada por comunicadores e designers periféricos, além de uma participação ampliada de parceiros e colaboradores do projeto no processo de briefing, pesquisa e desenvolvimento. Deverão ser analisadas referências na vocação das favelas e comunidades periféricas, com base na convivência coletiva, colaborativa e baseada na atuação em redes. As redes são, iconicamente, signos relevantes e uma metodologia fundamental de trabalho.

Para o desenvolvimento da marca do Museu de Favelas, espera-se o desenvolvimento de um Sistema de Identidade Visual de forma colaborativa e co-criativa, garantindo a participação e representatividade de moradores de favelas paulistas, mas com abertura para uma colaboração nacional.

Visa à elaboração de um manual de identidade visual que detalha todos os elementos a serem usados nos materiais institucionais digitais ou impressos, tais como: padrões de cores, ícones/símbolos, tipografia, além das regras de aplicação. O resultado proposto precisará estar alinhado aos preceitos do projeto, sendo uma identidade que reverbere visualmente a plurivocalidade, diversidade e posicionamento antirracista e democrático que o museu busca incentivar. Para além disso, o logo precisa estar alinhado às demandas contemporâneas de inclusão (considerando acessibilidade, comunicação com perfis diversos de público, soluções para pessoas de baixa visão) e simplicidade.

Outros elementos que compõem a identidade poderão ser incorporados na comunicação promovida pela equipe, como: termos e expressões que possam gerar conexão e engajamento com o público interno e externo, criação de elemento gráficos de apoio à identidade visual, variação nos formatos de uso de logo para o formato audiovisual, como motion logo institucional, além de uso de sonoridades que gerem conexão e engajamento, quando for o caso.

Principais atividades:

- Definição de *branding*, marca e identidade visual.
- Criação do manual de identidade com detalhamento de todas as definições e orientações balizadoras das decisões relativas à presença visual do Museu.
- Criação de *slogan*, se for o caso.

- Criação de modelos para materiais institucionais: convites, papel timbrado, assinatura de e-mail, certificados, capas de documentos, cartões de visita, entre outros;
- Criação de artes para uniformes do educativo e produtos culturais para comercialização na loja.

Ação 65 - Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

Meta 65.2 - Número mínimo de novos seguidores nas mídias sociais

Meta 65.3 - Nº mínimo de posts publicado

As metas não foram cumpridas devido ao fato de ainda não ter sido ativado os canais de comunicação oficiais do Museu. Essa ativação, conforme entendimentos com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa, passará a ocorrer assim que aprovada a marca e o sistema de identidade visual do Museu das Favelas.

Meta 66 - Inserções em mídia

Obteve-se o resultado de 11 inserções em mídia (TV, Internet e impresso), fruto de ações pontuais ligadas ao lançamento público do projeto pelo então Governador João Dória e o Secretário de Cultura e Economia Criativa Sérgio Sá Leitão. O resultado ficou abaixo do previsto por ainda não se ter a estratégia definida de lançamento do projeto, com marcos importantes como: tema das exposições, curadoria, marca e identidade do Museu, etc. A ação com a imprensa foi, portanto, mais passiva e passará a ser ativada pela equipe de comunicação a partir do próximo período.

O relatório com as inserções em mídia está apresentado no item de Rotinas do Programa de Comunicação.

DETALHAMENTO DAS METAS PACTUADAS REALIZADAS

Meta 57 - Elaborar Plano de Comunicação do Museu

O plano elaborado e já enviado à UPPM e Assessoria de Comunicação da SEC, após reunião de alinhamento ocorrida em 28 de abril de 2022, segue abaixo.

PLANO DE COMUNICAÇÃO | MUSEU DAS FAVELAS

APRESENTAÇÃO

O plano de comunicação propõe uma série de ações que promovam a relevância do Museu das Favelas como instituição referência em transformação social, cultura e empreendedorismo, com foco na memória e nas potências criativas das favelas.

O Museu está em fase de concepção e implantação, com o desenvolvimento ainda inicial das etapas de alinhamento conceitual, criação de estratégia e desenho de marca, curadoria e de programas museológicos. Assim, este Plano de Comunicação é apresentado em caráter preliminar e será ajustado ao longo do processo de implantação, de modo a estabelecer as diretrizes, estratégias e ferramentas para potencializar os programas e ações do Museu. Trata-se de um documento vivo, que funciona como um documento norteador das ações do setor.

O destaque do trabalho a ser desenvolvido refere-se à comunicação voltada a gerar engajamento e autoridade, por meio do posicionamento das crenças e valores do Museu das Favelas e da produção de conteúdo relevante aos diferentes públicos e perspectivas, utilizando-se de diferentes formatos e ferramentas comunicacionais, com foco nas redes sociais e na comunicação interna.

Além disso, de forma condicional, se faz importante que o setor de comunicação tenha um papel ativo no que se refere a processos de atuação nas favelas, estabelecendo redes, processos e atividades que contribuam com a autonomia e relevância de organizações e coletivos que possuam projetos voltados às áreas de comunicação.

Objetivos:

- (i) Identificar e mapear os públicos
- (ii) Divulgar amplamente as ações setoriais e institucionais desenvolvidas
- (ii) Gerar conhecimento e reconhecimento
- (iii) Gerar engajamento
- (iv) Realizar a gestão e monitoramento da presença na web e dos públicos engajados
- (v) Fortalecimento de marca
- (vi) Dar transparência à gestão do Museu das Favelas
- (vii) Adoção de medidas que promovam a acessibilidade digital e inclusiva

SOBRE A COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (DI)

A Coordenação de Comunicação e DI é uma área estratégica em articulação com as demais áreas do Museu, buscando consolidar redes de relacionamento entre as áreas e os públicos.

A equipe responsável contará inicialmente com três profissionais, sendo 01 (uma) Coordenadora de Comunicação e DI, 01 (um) assistente de comunicação, e 01 (um) analista de comunicação, que atuarão nas atividades de comunicação social e nas tarefas de gestão e fiscalização dos contratos do setor.

Na estrutura de governança do Instituto de Desenvolvimento e Gestão (IDG), Organização Social gestora do Museu, a equipe contará com o apoio da Gerência de Comunicação, composta por sete especialistas na área.

A equipe contará com o apoio de fornecedores especializados, especialmente para a prestação de serviços voltados à assessoria de imprensa, agência de comunicação e *branding* para o desenvolvimento de marca e identidade visual, *clipagem*, designer, gráfica, produção audiovisual e registros fotográficos conceituais. Além disso, prevê a aquisição de equipamentos, assinatura em banco de imagens e a contratação de softwares voltados ao gerenciamento de conteúdos para redes sociais, monitoramento de mídia e escuta social, automação para comunicação e marketing digital multicanal (e-mail marketing, SMS, mensagem de voz), edição de áudio e vídeo, dentre outros.

Os fornecedores serão contratados conforme cronograma de implantação do Museu, seguindo a política de compras e contratações da OS gestora. Como política institucional do Museu das Favelas no que se refere a contratações de equipes e serviços, será dada preferência para fornecedores que atuem diretamente ou cuja trajetória possua ligação com comunidades periféricas de São Paulo e/ou outra cidade.

Frentes de atuação

Conforme Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional estabelecido no Plano de Trabalho anexo ao Contrato de Gestão n. 06/2021, as principais frentes de atuação da comunicação do Museu das Favelas são:

- Divulgar amplamente as exposições, a programação cultural, as ações de pesquisa, as ações educativas e os serviços prestados pelo museu;
- Gerar conteúdo que auxilie no crescimento de públicos e participantes, engajamento, conhecimento e reconhecimento dos públicos;
- Fortalecer a marca e os valores institucionais do Museu das Favelas e IDG;
- Dar transparência às ações do Museu das Favelas;
- Elaborar peças, materiais e publicações, com enfoque informativo, educativo, histórico, artístico, técnico e/ou científico-tecnológico;
- Intermediar as demandas dos públicos, por meio das ferramentas comunicacionais;
- Prover ações de comunicação interna, por meio de boletins digitais e mural de avisos, dentre outras em parceria com as áreas de segurança do trabalho, compliance e recursos humanos - IDG;
- Implantar e/ou qualificar a sinalização interna e externa do Museu;
- Gerir e monitorar os canais de comunicação do Museu, como: o site, redes sociais, boletins digitais e redes de transmissão.
- Desenvolvimento de uma Política de Comunicação: documentação com as diretrizes estratégicas para a comunicação interna e externa, a comunicação visual, a sinalização da instituição, a inauguração do museu e a produção e publicação de materiais diversos de divulgação, sempre primando pela acessibilidade de todo conteúdo produzido, além de prover orientações para uma comunicação antirracista e antidiscriminatória. Visa servir de apoio e orientação à assessoria de imprensa, gestão das mídias digitais, gestão do site, comunicação interna, e o suporte ao programa de difusão, em parceria com o programa de gestão de acervos.

Públicos estratégicos e prioritários

O plano de comunicação visa alcançar diferentes públicos que podem ser impactados pelo Museu, partindo do pressuposto de que as linhas temáticas do Museu das Favelas são de interesse da sociedade em geral. Além disso, pressupõe-se que os públicos que residem nas favelas de São Paulo são plurais, dinâmicos e possuem múltiplas perspectivas culturais.

Entende-se que os públicos estratégicos são todas as pessoas físicas e/ou jurídicas, públicas e/ou privadas, que possam contribuir diretamente ou indiretamente com o fortalecimento da marca, relacionamento do Museu das Favelas com as favelas, periferias e ocupações sociais, e/ou com a ampliação das atividades e ações.

Em resumo, o público estratégico é composto por (porém, não limitado a):

- articuladores sociais, influenciadores, pesquisadores e criadores de conteúdo;
- mídias e imprensa;
- órgãos públicos;
- empresas patrocinadoras e parceiras da cultura, museologia, assistência social e meio-ambiente;
- universidades públicas e privadas, e demais instituições de ensino e pesquisa;
- voluntários

Os públicos prioritários compõem pessoas físicas e/ou jurídicas, públicas e/ou privadas que possuam conexões e/ou, principalmente, aquelas que residem nas favelas, periferias e ocupações. Esses públicos estão localizados no entorno do Museu, mas também, em outras regiões e cidades.

Em resumo, o público prioritário é composto por (porém, não limitado a):

- lideranças e articuladores, artistas, influenciadores, pesquisadores e criadores de conteúdo periféricos;
- público interno (colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços, estagiários, entre outros);
- mídias e imprensa constituídas e protagonizadas por grupos e coletivos periféricos;
- empreendedores periféricos;
- público frequentador e digital do Museu das Favelas.

Cronograma de ações - Fase 1 - conceituação e implantação do Museu:

Abril/2022

- Contratação da coordenação da área, integração com equipe e conhecimento dos processos de gestão, junto à UPPM e à OS gestora.
- Elaboração do Plano preliminar de Comunicação do Museu.
- Escopo e briefing para contratação de desenvolvimento de marca.
- Criação de *landing page* inicial no site institucional
- Escopo e cronograma para publicações nas redes sociais.

Maio/2022

- Estruturação do setor de comunicação (recursos humanos e ferramentais).
- Estruturação de processos internos visando a geração de conteúdo, envio de pautas e identificação de destaques.
- Contratação para serviços temporários para produção de conteúdo multimídia, priorizando grupos e coletivos periféricos, visando a diversificação dos olhares e estéticas culturais)
- Pesquisa e desenvolvimento do *branding*, identidade visual e marca.
- Contratação de assessoria de imprensa.
- Criação de conteúdo para site e mídias sociais.

Junho/2022

- Aprovação do *branding*, identidade visual e marca.
- Entrada no processo de registro de marca (INPI)
- Início da ativação dos canais digitais do Museu: elaboração de editorias temáticas e cronograma de postagens, criação de conteúdo e publicação, considerando o

calendário fixo da agenda cultural paulista. Contratação de empresa fornecedora para desenvolvimento do site, prevendo recursos acessíveis, e estabelecimento de cronograma específico para adição de conteúdos específicos ao site.

- Mapeamento e ativação de mídias periféricas
- Contratação de empresa para sistema de sinalização interna/externa e identidade visual do espaço físico do Museu. Alinhado ao programa de arquitetura, é um dos desdobramentos importantes da marca e tem por objetivo promover a informação, bem-estar e convivência, ressignificação dos usos, inclusão, segurança, avisos e indicativos, acessibilidade e outros fluxos.
- Produção de conteúdo audiovisual (produção de vídeo institucional e making of com antes/depois do Museu) - início dos registros.
- Ativação de mídias periféricas
- Alinhamento do Plano de Comunicação para a abertura do Museu

Julho/2022:

- Executar o plano de comunicação de abertura do Museu
- Criação de Manual de Uso de Logomarca do Museu
- Apoio na elaboração de materiais digitais e gráficos
- Criação de Conteúdo: Registro fotográfico e pílulas em vídeo de eventos externos
- Publicações e monitoramento das mídias sociais
- Estruturação da comunicação interna por meio de boletim digital e murais de avisos
- Elaboração de textos e design para materiais gráficos

Agosto/2022:

- Executar o plano de comunicação de abertura do Museu
- Desenvolvimento e confecção de material gráfico
- Produção de conteúdo audiovisual (formato *pílulas/nugget*)
- Divulgação dos conteúdos para ativação do projeto
- Criação de Conteúdo
- Publicações e monitoramento das mídias sociais

Setembro/2022:

- Executar o plano de comunicação de abertura do Museu
- Dar sequência às ações de rotina da comunicação, incluindo a produção de conteúdos para as redes sociais.

Outubro/2022

- Estruturação do site institucional
- Estruturação de processos de pesquisa e interação digital com o público: satisfação e perspectivas.
- Monitoramento pós-lançamento

Novembro/2022

- Estruturação de uma programação de oficinas esporádicas, visando contribuir com demandas do público prioritário, no que se refere à conhecimentos sobre comunicação social e estratégias digitais (ação condicional).
- Desenvolvimento da Política de Comunicação

Dezembro/2022

- Desenvolvimento da Política de Comunicação

Ações previstas 2023-2026:

Estão previstas ações contínuas voltadas ao/à:

- relacionamento com o público e posicionamento do museu
- articulação de redes de comunicação
- gestão e monitoramento da presença do Museu na web
- planejamento, produção, manutenção e monitoramento de conteúdo para sites, blogs e redes sociais
- comunicação interna: realização de campanhas de comunicação interna visando promover reflexões sobre temas importantes para o bem-estar do ambiente profissional, realizadas em parceria com a equipe de segurança do trabalho, educativo, e outros setores engajados.
- apoio e elaboração de materiais gráficos e digitais
- assessoria de imprensa
- elaboração de plano de comunicação específico para projetos especiais e Exposições de longa duração
- revisão artística e colaborativa da marca
- realização de ações com influenciadores
- adoção do conceito de multicanal para o atendimento do público, implementando processos de escuta ativa, visando uma experiência positiva do início ao fim (SAC 3.0)

Considerando ainda a possibilidade de atendimento às ações condicionadas, como:

- Revisão do plano de comunicação (2023)
- Atualização do site (2024)
- Atualização do plano de comunicação (2025)

Meta 58 - Elaborar Plano de Comunicação da abertura e da Exposição de Longa Duração

Meta 59 - Realizar Campanha de Inauguração

As metas 58 e 59 estão unificadas em um único plano de ativação, em razão de serem parte de uma mesma estratégia de lançamento. Trata-se ainda de um documento preliminar, a ser aprofundado a partir do desenvolvimento do projeto da exposição de longa duração e das estratégias de abertura do Museu.

ABERTURA

O plano de comunicação para a abertura do Museu das Favelas propõe uma série de ações que promovam a conexão e reconhecimento da instituição enquanto um potente vetor social e cultural para as favelas.

O Museu está em fase de concepção e implantação, com o desenvolvimento ainda inicial das etapas de alinhamento conceitual, criação de estratégia e desenho de marca, curadoria e de programas museológicos. Assim, este Plano de Comunicação é apresentado em caráter preliminar e será ajustado ao longo do processo de implantação,

de modo a estabelecer as diretrizes, estratégias e ferramentas para potencializar o interesse da sociedade às ações do Museu.

Para isso, serão centradas ações que promovam o posicionamento nas redes sociais, a transparência no site institucional, além de estratégias que despertem o interesse, antecipação e conexão com o Museu, por meio de um plano de mídia e influência estruturada.

Cronograma de ações - Fase Abertura - conceituação e implantação do Museu:

A comunicação de abertura será voltada para duas fases: antecipação e lançamento. A antecipação permite criar a expectativa por meio do desejo/inspiração por um museu acolhedor, que dialogue com as favelas e que promova a ocupação de seus espaços de convivência. No lançamento acontece a formação do storytelling marketing: direto, identificando a programação e ações do museu, e indireto, identificando os temas correlatos.

A aposta de narrativas está centrada no diferencial da gestão, na criação dos espaços de convivência, nos conteúdos exclusivos produzidos com pautas e temas reflexivos de alto poder de compartilhamento e identificação.

Além das ações previstas pelo Plano de Comunicação do Museu das Favelas, propõe-se a realização das seguintes ações estratégicas:

Maio/2022

- Criação do tema da campanha de lançamento do Museu
- Contratação de equipes multimídia para a criação de conteúdo audiovisual e fotográfico do Museu
- Estruturação de uma agenda de ações intramuros e extramuros, que possam gerar conteúdo em formato de pílulas audiovisuais, a serem publicadas nas redes sociais do Museu.
- Contratação de assessoria de imprensa
- Contratação de agência de publicidade (a depender das orientações da SEC/TSE, em razão do ano eleitoral)

Junho/2022

- **Fase 1: Início da divulgação** do tema da campanha nos canais de comunicação do Museu, imprensa e outros veículos parceiros (alternativos e convencionais), de forma integrada.
- Postagens de ativação nas redes sociais: tráfego orgânico
- Estratégia de assessoria de imprensa: estruturação de ativação de imprensa; estruturação de um plano de mídia; Mapeamento e ativação de mídias periféricas, influenciadores e lideranças comunitárias que pautam transformação social, memória, cultura, produção criativa das favelas, ações antirracistas visando a mobilização e engajamento do público; desenvolvimento de media kit, formação de porta-vozes para atendimento à imprensa, *Clipping*.
- Desenvolvimento e confecção de material gráfico
- Criação de playlist de músicas nas plataformas spotify e youtube, gerando antecipação e interação: qual a trilha sonora das favelas?

Julho/2022

- **Fase 2: Conscientização:** Campanha realizada com a escolha de embaixadores jovens da cultura periférica de São Paulo, que possam realizar ação de ativação na

forma de evento/encontro com outros influenciadores/pensadores/criadores de conteúdo, por meio de inscrições e convidados, que sensibilizem jovens para as temáticas do Museu e para a própria ocupação do Museu.

- Ativações nos canais de comunicação: tráfego orgânico e pago
- Ativação em mídias alternativas e convencionais, de forma integrada, com a criação de conteúdo de influenciadores de diferentes alcances nas mídias (até 10 mil, 50 mil e 150 mil, por exemplo)
- Produção de conteúdo multimídia

Agosto/2022

- **Fase 3: Ação:** Realização de ações artísticas e educativas em diferentes periferias das cidades, transmitidas nas redes sociais, tendo como foco o apoio do Museu das Favelas, em múltiplas plataformas, de forma integrada. Realização por meio de parceria com instituição reconhecida que atue em direitos humanos, ações antirracistas e legitimidades, e que estimule os debates junto com o Museu.
- Postagens de ativação nas redes sociais: tráfego orgânico e pago
- Criação de conteúdo com a contratação de criadores e influenciadores.
- Parceria com programa de podcast (exemplo: na rádio comunitária local - localizada na Santa Cecília - Programa Black Total) para a produção de conteúdo como antecipação da abertura - abordando temáticas acerca das favelas e do museu -> elaboração de roteiro com assessoria de imprensa
- Serão agendadas visitas especiais com jornalistas e influenciadores ao Museu e seu espaço expositivo, bem como conversas especiais dos porta-vozes com comunicadores de interesse para divulgação prévia do projeto.
- Transmissão de boletim digital
- Produção de conteúdo audiovisual (formato *pílulas/nugget*) em ações, como os exemplos:
Ação lambe-lambe e graffiti: filmagem de ação que vise a plotagem de cartazes (lambe lambe) e grafitagem nos muros do Museu, favelas e ocupações, visando despertar sensações de pertencimento, ocupação, ressignificação e potências artísticas nos canais de comunicação.

Premier: evento com a presença da imprensa, influenciadores, parceiros e patrocinadores, artistas, lideranças e públicos das favelas, e público em geral selecionado por meio de campanhas de interação, gerando conteúdo audiovisual e fotográfico, incentivando o compartilhamento nas redes sociais. Compartilhamento de conteúdos nugget com entrevistas e vídeos de diferentes estéticas, realizados na premier. Uso do recurso de vídeo mapping inspiracional.

Setembro/2022

- Postagens de ativação nas redes sociais: tráfego orgânico e pago
- Promover campanhas de hastags #museudasfavelas #eusoufavela
- Ação extramuros - wifi nas quebradas: estruturação de pontos estratégicos nas favelas, com acesso gratuito ao *wifi* e comunicação visual dos espaços voltado à abertura do museu, estimulando a interação nas redes sociais.
- Projeto Multimídia: visa provocar uma ação mais interativa do público sobre as reflexões sobre o futuro, a partir da perspectiva de uma pessoa favelada/periférica. Baseado em um concurso cultural, estimula o público a interpretar o “amanhã” com fotos e vídeos, dentro dos temas propostos pelo Museu.
- Lançamento:
 - Disparo de releases
 - Cobertura fotográfica e videográfica
 - Ativação de conteúdos
 - Ações com influenciadores

- Video Mapping (abertura do museu - projeção realizada no prédio, utilizando de recursos audiovisuais, textuais e de animação, com roteiro de alto impacto inspiracional e histórico, com a proposta de gerar sensibilização e conexão com os temas propostos pelo Museu e temas sensíveis para as favelas).
- Proposta de parceria com evento/festival que represente a favela.
- Roteiro de registro audiovisual e fotográfico para o evento - personalidades e convidados
- Incentivar o compartilhamento dos momentos do público em fotos e vídeos nas redes sociais

EXPOSIÇÕES DE LONGA DURAÇÃO

Considerando que, nas instituições museológicas, as exposições de longa duração são as principais formas de comunicação e criação de identidade institucional, a proposta é que haja ações estratégicas focadas anuais focadas na abertura das exposições e na promoção de seus conteúdos, por meio de:

- contratação de assessoria de imprensa e agências de publicidade, visando a estruturação de planos, construídos a partir das temáticas propostas para cada exposição de longa duração.
- Criação da plataforma virtual bilingue da exposição de longa duração, alinhado ao projeto do Centro de Referência e em parceria com o Google&Arts.
- Agendamento de visitas especiais ao Museu e ao espaço expositivo, com a presença de jornalistas, influenciadores, parceiros e patrocinadores, lideranças periféricas, mídias periféricas e pessoas moradoras das favelas.
- Elaboração de material gráfico
- Ativação dos canais de comunicação: tráfego orgânico e pago
- Produção de conteúdo utilizando-se de ferramentas multimídia.
- Promoção de campanhas com o uso de *hashtags* especiais
- Criação de playlist de músicas nas plataformas spotify e youtube, gerando antecipação e interação.
- Criação de conteúdo inspiracional das exposições, divulgadas na plataforma Pinterest.

Meta 61 - Desenvolver e implantar site institucional

Como forma de cumprimento de 25% da meta para o 1º quadrimestre, está em desenvolvimento uma página única - *landing page* - como abordagem de relacionamento inicial com o público. A página possui uma breve apresentação sobre a criação do Museu das Favelas, proporcionando links de informação a respeito de dados sobre as favelas brasileiras. Possui um link para o site da O.S. gestora do Museu, o IDG, onde é possível acessar todos os documentos de transparência da gestão. Além disso, possui links para acesso às redes sociais, prévia inscrição para recebimento de boletim digital e contatos para informação, parceria e imprensa.

Além disso, abaixo encontra-se o escopo para contratação de empresa especializada no desenvolvimento de site, que será contratada no mês de maio.

Escopo para desenvolvimento do site institucional

O site é o principal veículo de comunicação com o público externo, e também um potencializador para o público interno. O internauta terá acesso a conteúdo: **Institucional** (governança, gestão, trabalhe conosco, história de criação), **Transparência** (Contrato de Gestão, normas, regimentos, relatórios, editais, estatuto, atas dos comitês, entre outros), **Programação, Educativo, Memória e Projetos especiais, Apoie** (manual de patrocínio e parcerias, doação de obras e livros, campanhas de doação por meio da Plataforma INTI), **FAQ, Permissionárias** (restaurante, loja e café), **Notícias e Imprensa, Página** de mantenedores, patrocinadores, parceiros e apoiadores, **Canais de atendimento e Redes Sociais, Acesso restrito** para colaboradores, patrocinadores e parcerias (canal de acesso a relatórios e dados importantes).

A proposta é que o site possua ferramentas que promovam a **acessibilidade**, como por exemplo, *Hand Talk* e *BrowseAloud*.

Outras demandas podem ser incorporadas, como **e-commerce** com produtos da loja e e-books/publicações impressas, **Base de Dados** para consulta do acervo (plataforma tainacan vinculada ao site) e setor conhecimento - **Blog** (recebimento de artigos e conteúdos de terceiros, com a curadoria das equipes do Museu).

Meta 62 - Criação das Páginas das redes sociais (Instagram, TikTok, Facebook, Youtube, LinkedIn, Twitter)

Como forma de cumprimento de 25% da meta para o 1º quadrimestre, foram criados (reservados, mas não ativados com conteúdos) os perfis e páginas para as redes sociais como abordagem de relacionamento inicial com o público. Como próximas etapas, será desenvolvido um cronograma de postagens para o perfil do Instagram e página no Facebook (as duas principais ferramentas de interação do público prioritário), com início das publicações a partir da 2ª quinzena do mês de maio. O lançamento oficial será feito a partir a aprovação da logomarca e do sistema de identidade do projeto, em fase de elaboração.

Meta 64 - Estabelecer parcerias com agentes públicos e privados, nacionais e internacionais

No período foi estabelecida parceria com a Central Única das Favelas – CUFA – na figura de Celso Athayde, seu fundador. A parceria ainda será formalizada em termo específico mas já se configura no papel exercido por Celso na convocação de agentes estratégicos que formarão o Conselho Estratégico do Museu das Favelas. Celso presidirá as ações do Conselho e vem dialogando continuamente com o IDG por meio de seu Diretor Presidente Ricardo Piquet.

A composição final do conselho, bem como o seu lançamento estão previstos para final de maio de 2022 e será detalhado no próximo relatório.

2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL – PCDI MUSEU DAS FAVELAS – AÇÕES CONDICIONADAS 2022

Não houve a previsão de ações condicionadas no 1º Quadrimestre de 2022.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
69	Publicações (impressas e/ou digitais) Produção de Catálogo anual de Inspiradores das Quebradas	69.1	Meta-produto	Nº mínimo de publicações lançadas	1º Quadrim	0	
					2º Quadrim	0	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES- PED MUSEU DAS FAVELAS – AÇÕES PACTUADAS 2022

Durante o primeiro quadrimestre de 2022 a equipe do Programa de Edificações desenvolveu suas atividades de acordo com as demandas programadas em relação à estratégia de atuação para início do desenvolvimento das atividades de manutenção e conservação da edificação. A estratégia traçada para o período consistiu nas seguintes atividades:

- a) Levantamento técnico das condições das instalações e estrutura da edificação, abrangendo todas as especificidades dos sistemas prediais do Palácio dos Campos Elíseos;
- b) Início do desenvolvimento do plano de ação para tratativa do resultado do diagnóstico, objeto do levantamento técnico das condições das instalações da edificação;
- c) Início da implantação dos contratos de conservação predial;
- d) Desenvolvimento do plano para ocupação da edificação, de acordo com as premissas do projeto, partindo do estudo de viabilidade em relação aos fluxos, de forma a tornar-se exequível a implantação.

No período também houve a seleção e contratação da equipe, com o coordenador – Marco Antônio Neves – com experiência em gestão de infraestrutura e operacional de edificações e museus históricos, tendo atuado na mesma função no Museu da Casa Brasileira e Theatro Municipal de São Paulo. Houve a entrada de dois assistentes operacionais de manutenção e para o próximo período, haverá

a finalização do quadro previsto para o núcleo, com a entrada de mais dois colaboradores para a área de T.I.

São ações de destaque para o Programa de Edificações no primeiro quadrimestre:

a) Autovistoria e diagnóstico da edificação: foi contratada empresa especializada para realização de levantamento das condições da estrutura patrimonial em relação ao estado de conservação dos elementos arquitetônicos estruturais e patrimônio edificado; levantamento das condições das instalações civis e hidráulicas; levantamento das condições dos equipamentos de mecânicos de climatização, elevadores e sistema elétrico; levantamento das condições do gerador de energia elétrica; levantamento das condições do conjunto arbóreo. Esse conjunto de levantamentos está subsidiando a solicitação de verba complementar, em termo aditivo ao contrato, visando ações de manutenção e conservação que permitam a ocupação e uso seguro da edificação.

b) Implantação de estrutura administrativa inicial para execução das atividades de planejamento das equipes, com instalação de serviço de internet e de mobiliário provisório (alugado) para as equipes administrativas.

c) Higienização dos reservatórios de água: foi realizada a limpeza dos reservatórios de água localizados na área externa do piso térreo e no pavimento superior localizado no Ático.

d) Implantação de contratos de conservação: contrato de mão de obra para limpeza e jardinagem; serviço técnico especializado para manutenção preventiva e operação da entrada de energia; controle integrado de pragas com programação mensal para roedores, desinsetização bimestralmente, e inspeção para controle de cupins trimestralmente.

e) Instalação de equipamentos de proteção individual e coletiva na entrada de energia elétrica, na cabine primária de recebimento da energia elétrica, abrangendo: instalação de luvas de proteção para operação do sistema e tapete de proteção.

f) Vedação emergencial cobertura: vedação emergencial temporária de dois pontos da cobertura, para redução do volume de água no interior da edificação, tendo em vista a necessidade de intervenção de reforma do revestimento da cobertura.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração		Previsto	Realizado
70	Gestão de manutenção	70.1	Meta produto	Elaborar Plano para a gestão de Manutenção	1º Quadrim	100%	100%
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	100%	100%
					ICM	100%	100%
		70.2	Meta produto		1º Quadrim	100%	-

				Atualizar as plantas da edificação	2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	-			
					META ANUAL	100%	-		
					ICM	100%	-		
		70.3	Meta produto			Contratar empresa especializada para realização de vistoria técnica	1º Quadrimestre	100%	100%
							2º Quadrimestre	-	
							3º Quadrimestre	-	
							META ANUAL	100%	100%
		70.4	Meta produto			Contratar serviços de manutenção e conservação	1º Quadrimestre	100%	100%
							2º Quadrimestre	-	
3º Quadrimestre	-								
META ANUAL	100%						100%		
71	Segurança Patrimonial	71.1	Meta produto	Realizar estudo de viabilidade da integração de sistemas automáticos	1º Quadrimestre	100%			
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	-			
					META ANUAL	100%			
					ICM	100%			
72	Seguro multiriscos	72.1	Dado extra	Seguro renovado	1º Quadrimestre	1	-		
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	-			
					META ANUAL	1	-		
					ICM	100%	-		
73	Renovação do AVCB	73.1	Dado extra	AVCB renovado	1º Quadrimestre	1			
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	-			
					META ANUAL	1			
					ICM	100%			
74	Renovação do Alvará de funcionamento de local de reunião	74.1	Dado extra	Alvará renovado	1º Quadrimestre	1			
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	-			
					META ANUAL	1			
					ICM	100%			
75	Elaborar Plano para a gestão da Manutenção	75.1	Meta produto	Documento entregue	1º Quadrimestre	-	-		
					2º Quadrimestre	100%			
					3º Quadrimestre	-			
					META ANUAL	100%			
					ICM	100%			
76	Atualizar as plantas da edificação	76.1	Meta produto	Plantas atualizadas	1º Quadrimestre	-	-		
					2º Quadrimestre	100%			
					3º Quadrimestre	-			

					META ANUAL	100%		
					ICM	100%		
77	Realizar vistoria técnica	77.1	Meta produto	Vistoria realizada	1º Quadrimestre	1	1	
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	-		
					META ANUAL	1	1	
					ICM	100%	100%	
78	Realizar estudo de viabilidade da integração de sistemas automáticos	78.1	Meta produto	Estudo realizado	1º Quadrimestre	-		
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	100%		
					META ANUAL	100%		
					ICM	100%		
79	Elaborar plano de emergência do Museu	79.1	Meta produto	Plano elaborado	1º Quadrimestre	100%	-	
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	-		
					META ANUAL	100%		
					ICM	100%		
80	Implantar sprinkles no auditório	80.1	Meta produto	Sprinkles instalados	1º Quadrimestre	100%	-	
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	-		
					META ANUAL	100%		
					ICM	100%		
81	Implantar automação no sistema de combate a incêndio	81.1	Meta produto	Automação implantada	1º Quadrimestre	-		
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	1		
					META ANUAL	1		
					ICM	100%		
82	Segurança contra Incêndio	82.1	Meta produto	Elaborar plano de emergência do Museu	1º Quadrimestre	1	-	
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	-		
					META ANUAL	1		
					ICM	100%		
			82.2	Meta produto	Implantar sprinkles no auditório	1º Quadrimestre	-	
						2º Quadrimestre	1	
						3º Quadrimestre	-	
						META ANUAL	1	
						ICM	100%	
83	Implantar sistema sonoro ao sistema de combate a incêndio	83.1	Meta produto	Sistema implantado	1º Quadrimestre	-		
					2º Quadrimestre	-		
					3º Quadrimestre	1		
					META ANUAL	1		
					ICM	100%		

84	Desenvolver Facility Report para eventos e exposições	84.1	Meta produto	Facility Report entregues	1º Quadrimestre	1	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
85	Renovar e regularizar os seguros contra incêndio, danos patrimoniais, responsabilidade e civil e outras coberturas.	85.1	Dado extra	Seguros renovados	1º Quadrimestre	1	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
86	Implantar gerador	86.1	Meta produto	Gerador implantado	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
87	Implantar gerenciamento de iluminação inteligente das áreas externas e jardins	87.1	Meta produto	Gerenciamento de iluminação implantados	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
88	Contratar serviços de melhorias da edificação	88.1	Meta produto	Melhorias da Edificação	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
89	Implantar quadro de QTA	89.1	Meta produto	Quadro de QTA implantado	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS E JUSTIFICATIVA DAS AÇÕES NÃO CUMPRIDAS OU CUMPRIDAS PARCIALMENTE NO PERÍODO

Ação nº 70.1: Elaborar Plano de Gestão e Manutenção em Edifícios

Plano para conservação foi elaborado, com base no levantamento da auto vistoria da edificação, no primeiro quadrimestre.

Anexo Plano de Gestão e Manutenção em Edifícios

Ação nº 70.2: Atualizar as plantas da edificação

Foi iniciado processo para estudo da ocupação da edificação no primeiro quadrimestre. Considerando a necessidade de definição do uso da edificação e seus fluxos, o processo para atualização dos projetos de ocupação, será iniciado no segundo quadrimestre, com previsão de entrega no terceiro quadrimestre.

Ação nº 70.3: Contratar empresa especializada para realização de vistoria técnica

Levantamento das condições da estrutura patrimonial em relação ao estado de conservação dos elementos arquitetônicos estruturais e patrimônio edificado, realizado.

Anexo-Levantamento Arquitetônico

Levantamento das condições das instalações civis e hidráulicas

Anexo-Levantamento civil e hidráulico

Levantamento das condições dos equipamentos de mecânicos de climatização, elevadores e sistema elétrico.

Anexo-Levantamento equipamentos mecânicos e sistema elétrico

Levantamento das condições do gerador de energia elétrica

Anexo-Levantamento gerador de energia

Levantamento das condições do conjunto arbóreo

Anexo-Levantamento arboreto

Ação nº 70.4: Contratar serviços de manutenção e conservação

Realizada implantação dos serviços de limpeza, jardinagem, conservação da cabine primária, controle de pragas. Demais serviços para conservação, se encontram em curso, de acordo com a previsibilidade das atividades do plano de manutenção e conservação em edifícios.

Ação nº 71.1

Realizar estudo de viabilidade da integração de sistemas automáticos

No primeiro quadrimestre foi realizado levantamento inicial da demanda. Considerando as especificidades da edificação, bem como a necessidade de definição do uso e ocupação do edifício, para implantação da integralização dos

sistemas automáticos, a ação será iniciada no segundo quadrimestre, de forma a seguir compatibilizada com a ocupação do edifício.

Ação nº 72.1: Seguro multirriscos

Durante o primeiro quadrimestre foi iniciado o processo para contratação do seguro patrimonial, abrangendo as coberturas contra incêndios, danos patrimoniais, responsabilidade civil e outras coberturas.

Considerando a especificidade da edificação, abrangendo tombamento do imóvel, se encontra em curso junto ao mercado segurador a contratação da apólice, aplicada ao uso previsto das instalações prediais, a previsão para contratação está prevista para o segundo quadrimestre do ano corrente, e será compartilhada com esta Unidade de Monitoramento no momento da contratação.

Ação nº 73.1: Renovação do AVCB

Durante o quadrimestre, foi realizado acompanhamento junto ao Grupo de Projetos e Acompanhamento de Obras da UPPM e setor administrativo, o mesmo foi emitido na data de 04/04/2022, sob nº 569202 e vigência 28/03/2022.

Considerando o uso pretendido da edificação, ainda no primeiro quadrimestre, foi iniciado processo de contratação de consultoria para adequação do uso do edifício para a atividade de Museu e local de reunião de público.

Anexo-AVCB

Ação nº 74: Renovação do Alvará de funcionamento de local de reunião

Durante o primeiro quadrimestre, foi realizada pesquisa sobre o histórico da edificação em relação a regularização Municipal. No melhor sentido de manter a regularidade do imóvel, foi realizada contratação de consultoria especializada para estudo de viabilidade técnica para definição dos fluxos de obtenção da regularidade do uso do edifício para atividade de museu e local de reunião de público.

Ação nº 75: Elaborar Plano para a gestão da Manutenção

Conforme previsto na ação nº 70.1, o Plano de gestão e manutenção em edifícios foi iniciado no primeiro quadrimestre, e tem previsão de ser concluído no segundo

quadrimestre do ano corrente, de forma a abranger todas as especificidades da edificação.

Ação nº 76.1: Atualizar as plantas da edificação - Plantas atualizadas⁴

Considerando a necessidade de definição do uso da edificação e seus fluxos, o processo para atualização dos projetos de ocupação, será iniciado no segundo quadrimestre, com previsão de entrega no terceiro quadrimestre.

Ação nº 77.1: Realizar vistoria técnica

Realizado levantamento das condições da estrutura patrimonial em relação ao estado de conservação dos elementos arquitetônicos estruturais e patrimônio edificado.

Anexo-Levantamento Arquitetônico

Levantamento das condições das instalações civis e hidráulicas

Anexo-Levantamento civil e hidráulico

Levantamento das condições dos equipamentos de mecânicos de climatização, elevadores e sistema elétrico.

Anexo-Levantamento equipamentos mecânicos e sistema elétrico

Levantamento das condições do gerador de energia elétrica

Anexo-Levantamento gerador de energia

Levantamento das condições do conjunto arbóreo

Anexo-Levantamento arboreto

Ação nº 78.1: Realizar estudo de viabilidade da integração de sistemas automáticos

Considerando as especificidades da edificação, bem como a necessidade de definição do uso e ocupação do edifício, para implantação da integralização dos sistemas automáticos, a ação será iniciada no segundo quadrimestre, de forma à seguir compatibilizada com a ocupação do edifício.

⁴ Obs: meta 76 igual à meta 70.2 No Termo Aditivo haverá esse ajuste

Ação nº 79.1: Elaborar plano de emergência do Museu

Considerando as especificidades da edificação, bem como a necessidade de definição do uso e ocupação do edifício, para elaboração do plano de emergência para a atividade de museu, o plano de emergência será construído a partir do segundo quadrimestre do ano corrente, de forma a seguir compatibilizado com a atividade e ocupação da edificação.

Ação nº 80.1: Implantar sprinklers no auditório

Tendo em vista o processo de análise dos projetos técnicos do projeto de segurança para obtenção da adequação do AVCB para o uso da atividade de museu e local de reunião de público, a ação se encontra em análise para avaliação da demanda de implantação, para definição sobre a viabilidade de execução.

Ação nº 81.1: Implantar automação no sistema de combate a incêndio

Ação acompanha a revisão do projeto técnico, demanda segue prevista para o terceiro quadrimestre do ano corrente.

Ação nº 82.1: Elaborar plano de emergência do Museu

Considerando as especificidades da edificação, bem como a necessidade de definição do uso e ocupação do edifício, para elaboração do plano de emergência para a atividade de museu, o plano de emergência será construído a partir do segundo quadrimestre do ano corrente, de forma a seguir compatibilizado com a atividade e ocupação da edificação.

Ação nº 82.2: Implantar Sprinkles no auditório

Tendo em vista o processo de análise dos projetos técnicos do projeto de segurança para obtenção da adequação do AVCB para o uso da atividade de museu e local de reunião de público, a ação se encontra em análise para avaliação da demanda de implantação, para definição sobre a viabilidade de execução. Ação tem previsão para ser definida ainda no segundo quadrimestre.

Ação nº 83.1: Implantar sistema sonoro ao sistema de combate a incêndio

Ação acompanha a revisão do projeto técnico, demanda segue prevista para o terceiro quadrimestre do ano corrente.

Ação nº 84.1: Desenvolver FacilityReport para eventos e exposições

Tendo em vista a demanda para definição do uso da edificação, bem como adequação das autorizações e regulamentação junto aos órgãos Municipal e Estadual, em relação ao Alvará de Funcionamento para Local de Reunião de Público e a adequação do AVCB para atividade de museu, a ação será iniciada no segundo quadrimestre corrente, com previsão de encerramento no terceiro quadrimestre do ano corrente.

Ação nº 85.1: Renovar e regularizar os seguros contra incêndio, danos patrimoniais, responsabilidade civil e outras coberturas.

Durante o primeiro quadrimestre foi iniciado o processo para contratação do seguro patrimonial, abrangendo as coberturas contra incêndios, danos patrimoniais, responsabilidade civil e outras coberturas.

Considerando a especificidade da edificação, abrangendo tombamento do imóvel, se encontra em curso junto ao mercado segurador a contratação da apólice, aplicada ao uso previsto das instalações prediais, a previsão para contratação está prevista para o segundo quadrimestre do ano corrente, e será compartilhada com esta Unidade de Monitoramento no momento da contratação.

Ação nº 86.1: Implantar gerador

Considerando a necessidade de adequação em nível de manutenção corretiva, conforme resultado do diagnóstico realizado no primeiro quadrimestre para tornar a operação do equipamento a demanda será iniciada no segundo quadrimestre para análise de execução.

Demanda segue prevista para execução no terceiro quadrimestre do ano corrente.

Ação nº 87.1: Implantar gerenciamento de iluminação inteligente das áreas externas e jardins

Demanda segue prevista para execução no terceiro quadrimestre do ano corrente.

Ação nº 88.1: Contratar serviços de melhorias da edificação

Demanda acompanha tratativas iniciadas junto a esta unidade de monitoramento no primeiro quadrimestre, para definição das prioridades de intervenção.

Ação nº 89.1: Implantar quadro de QTA

Considerando a necessidade de adequação em nível de manutenção corretiva, conforme resultado do diagnóstico realizado no primeiro quadrimestre para tornar a operação do equipamento a demanda será iniciada no segundo quadrimestre para análise de execução.

Demanda segue prevista para execução no terceiro quadrimestre do ano corrente.

RELATÓRIO FOTOGRÁFICO (JANEIRO A ABRIL DE 2022)

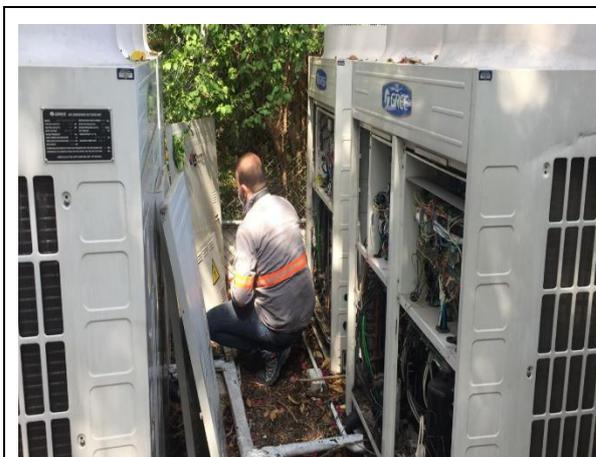


FOTO 1: Diagnóstico: Levantamento dos equipamentos de climatização, unidades condensadoras.



FOTO 2: Diagnóstico: Levantamento da entrada de energia, cabine de transformação de tensão e quadro de transferência do sistema elétrico.



FOTO 3: Diagnóstico: Levantamento climatização, unidades evaporadoras.



FOTO 4: Diagnóstico: Avaliação civil e das instalações hidráulicas.

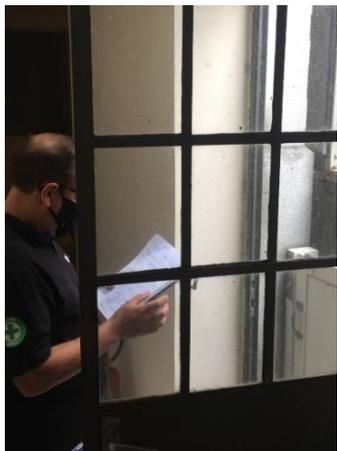


FOTO 5: Diagnóstico: Avaliação plataforma acessível de acesso.

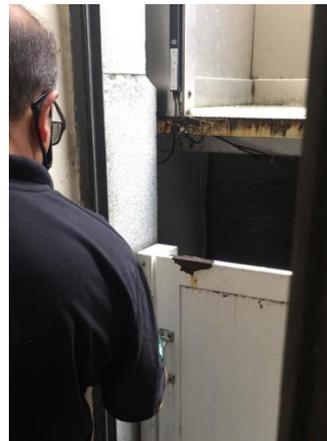


FOTO 6: Diagnóstico: Avaliação plataforma acessível de acesso.



FOTO 7: Diagnóstico: Avaliação de elevadores de passageiros.



FOTO 8: Diagnóstico: Avaliação de elevadores de passageiros.



FOTO 9: Diagnóstico: Avaliação grupo gerador de energia.

FOTO 10: Diagnóstico: Avaliação grupo gerador de energia.



FOTO 11: Diagnóstico: Avaliação do arboreto.



FOTO 12: Diagnóstico: Avaliação patrimônio/arquitetura.



FOTO 13: Implantação de estrutura inicial para equipes, mobiliário, estações de trabalho.



FOTO 14: Implantação de estrutura inicial para equipes, mobiliário, estações de trabalho.

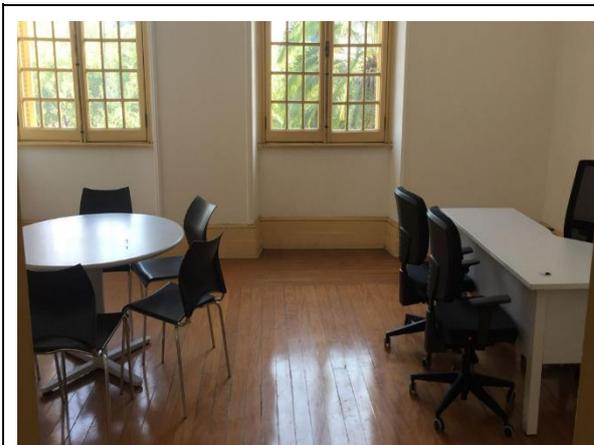


FOTO 15: Implantação de estrutura inicial para equipes, mobiliário, estações de trabalho.

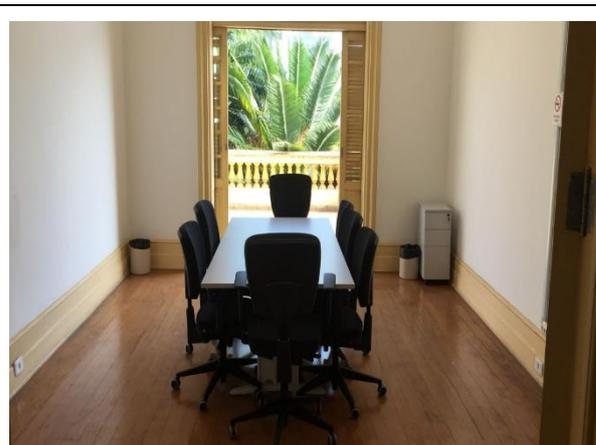


FOTO 16: Implantação de estrutura inicial para equipes, mobiliário, sala de reuniões.



FOTO 17: Implantação de estrutura inicial para equipes, serviço de internet.



FOTO 18: Implantação de estrutura inicial para equipes, serviço de internet.



FOTO 19: Implantação: Serviço de conservação, limpeza de varandas.



FOTO 20: Implantação: Serviço de conservação, limpeza de varandas.



FOTO 21: Implantação: Serviço de conservação, limpeza janelas.



FOTO 22: Implantação: Serviço de conservação, limpeza janelas.

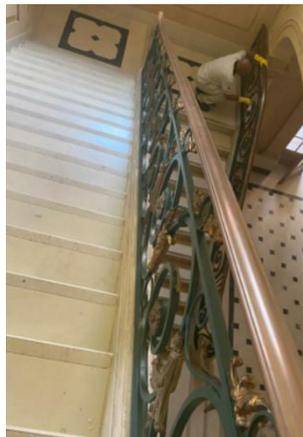


FOTO 23: Implantação: Serviço de conservação, limpeza escadaria principal.



FOTO 24: Implantação: Serviço de conservação, limpeza escadaria principal.

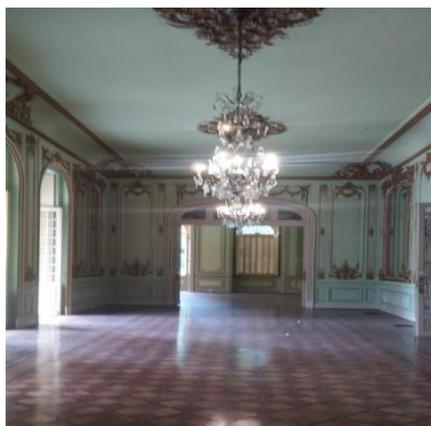


FOTO 25: Implantação: Serviço de conservação, limpeza térreo.



FOTO 26: Implantação: Serviço de conservação, limpeza térreo.



FOTO 27: Implantação: Serviço de conservação, limpeza rampa.

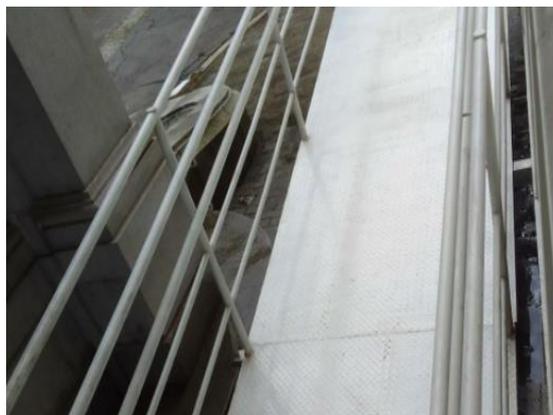


FOTO 28: Implantação: Serviço de conservação, limpeza rampa.



FOTO 29: Implantação: Serviço de conservação, limpeza varanda.

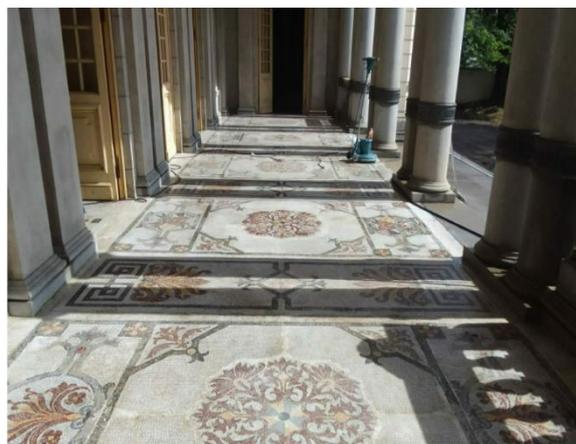


FOTO 30: Implantação: Serviço de conservação, limpeza varanda.



FOTO 31: Implantação: Serviço de conservação, limpeza térreo.



FOTO 32: Implantação: Serviço de conservação, limpeza térreo.



FOTO 33: Implantação: Serviço de conservação, limpeza 1º andar.



FOTO 34: Implantação: Serviço de conservação, limpeza 1º andar.



FOTO 35: Implantação: Serviço de conservação, limpeza 1º andar.



FOTO 36: Implantação: Serviço de conservação, hall térreo.



FOTO 37: Implantação: Serviço de jardinagem, frente Av. Rio Branco.



FOTO 38: Implantação: Serviço de jardinagem, frente Av. Rio Branco.



FOTO 39: Implantação: Serviço de jardinagem, frente Av. Rio Branco.



FOTO 40: Implantação: Serviço de jardinagem, fundos Rua dos Guaianazes.



FOTO 41: Implantação: Serviço de jardinagem, lateral Alameda Gleite.



FOTO 42: Implantação: Serviço de jardinagem, lateral Alameda Gleite.



FOTO 43: Implantação: Serviço de jardinagem, limpeza fonte lateral Alameda Gleite.

FOTO 44: Implantação: Serviço de jardinagem, área externa lateral Alameda Gleite.



FOTO 45: Implantação: Serviço de jardinagem, fundos Rua dos Guaianazes.

FOTO 46: Implantação: Serviço de jardinagem, fundos Rua dos Guaianazes.



FOTO 47: Implantação: Serviço de jardinagem, fundos Rua dos Guaianazes.

FOTO 48: Implantação: Serviço de jardinagem, fundos Rua dos Guaianazes.



FOTO 49: Implantação: Serviço de jardinagem, frente Av. Rio Branco.



FOTO 50: Implantação: Serviço de jardinagem, frente Av. Rio Branco.

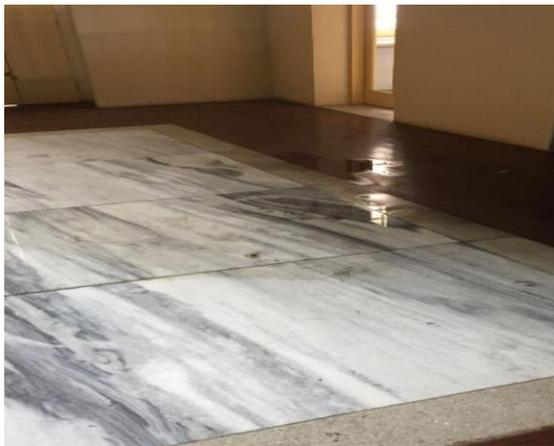


FOTO 51: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático, escoamento 1º andar.



FOTO 52: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático, escoamento escada de acesso ao Ático.

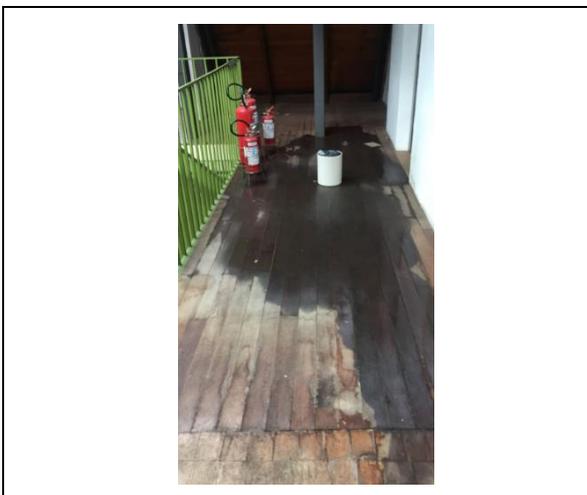


FOTO 53: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático.

FOTO 54: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático.



FOTO 55: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático.

FOTO 56: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático.

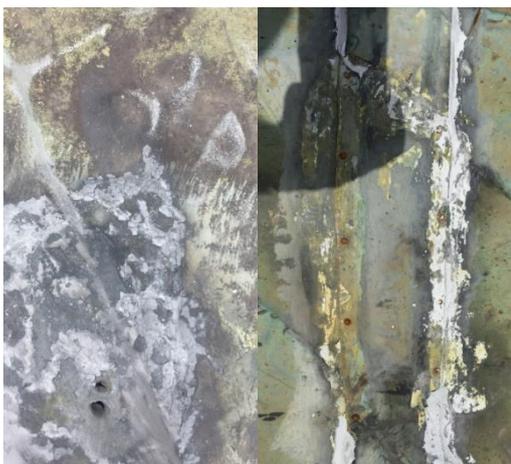


FOTO 57: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático, vedação dos pontos com abertura.

FOTO 58: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático, vedação dos pontos com abertura.

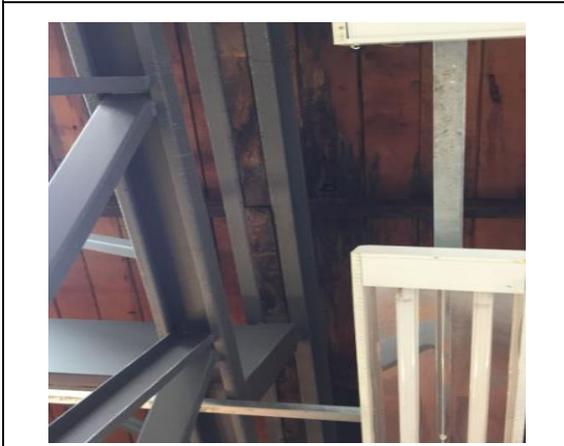


FOTO 59: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático.



FOTO 60: Manutenção corretiva: Vedação temporária cobertura Ático.

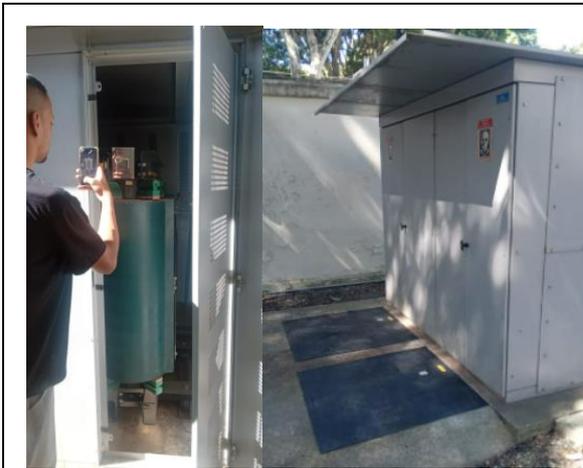


FOTO 61: Implantação: Serviço de conservação cabine primária.



FOTO 62: Implantação: Serviço de conservação cabine primária.



FOTO 63: Implantação: Controle de pragas.

FOTO 64: Implantação: Controle de pragas.



FOTO 65: Implantação: Controle de pragas.

FOTO 66: Implantação: Controle de pragas.



FOTO 67: Implantação: Serviço de conservação, higienização reservatórios de água potável.



FOTO 68: Implantação: Serviço de conservação, higienização reservatórios de água potável.



FOTO 69: Implantação: Serviço de conservação, higienização reservatórios de reserva de incêndio.

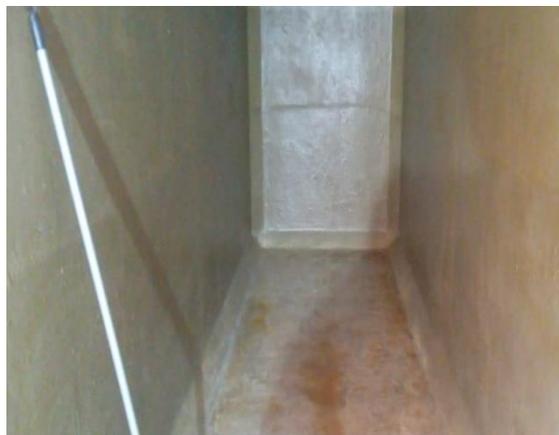


FOTO 70: Implantação: Serviço de conservação, higienização reservatórios de reserva de incêndio.