

1º

# RELATÓRIO GERENCIAL

PERÍODO AVALIATIVO  
MAIO > JULHO 2017



CONCEPÇÃO E REALIZAÇÃO

## SUMÁRIO

1. Apresentação .....	3
2. Comparativo das Metas Previstas e Realizadas - 1º período Avaliatório .....	5
3. Detalhamento dos Resultados Alcançados.....	7
4. Análise Financeira.....	64
5. Considerações Finais .....	67
6. Comprovantes de Regularidade Trabalhista, Previdenciária e Fiscal.....	69
7. Declaração do Dirigente da Organização Social.....	74
8. ANEXO - Proposta de alteração de indicadores e metas.....	75

## 1. Apresentação

Em abril de 2017, o Instituto Odeon, após ser declarado vencedor do novo chamamento público para seleção de Organização Social para a gestão do Museu de Arte do Rio, firmou um novo Contrato de Gestão de número 12.712/2017, com a Secretaria Municipal do Rio de Janeiro, com o objeto de realizar o gerenciamento, operacionalização e execução das ações e serviços de cultura e museologia no âmbito do equipamento cultural denominado Museu de Arte do Rio - MAR, instalado à Praça Mauá N° 5 e N°10.

O contrato de gestão vigente prevê a apresentação de prestações de contas trimestrais, assim o Instituto Odeon apresenta o 1º relatório de acompanhamento e avaliação das atividades executadas na gestão do Museu de Arte do Rio - MAR, período avaliatório de 28 de abril e 31 de julho de 2017.

Idealizado e construído numa parceria entre a Prefeitura do Rio de Janeiro e a Fundação Roberto Marinho, o MAR é um museu público, de artes e cultura visual, que foi pensado para ir além do sentido clássico de preservar, estudar, e realizar exposições para o público. Foi inaugurado em março de 2013, com o propósito claro de estabelecer uma relação indissociável entre cultura e educação, refletida nos dois prédios - a Escola do Olhar e o Pavilhão de Exposições.

A cidade do Rio de Janeiro é o ponto de partida do MAR. Inserido no projeto de revitalização da região portuária do Rio de Janeiro e localizado próximo ao porto do Rio, no terreno que abrigava a antiga rodoviária, tem como herança o ir e vir, o desejo de conhecer o próximo e o distante, a articulação entre a história e a cidade em dimensões simbólicas e imaginárias. Seu programa inclui pensar a formação e a história da cidade, lançando-se criticamente sobre o presente e suas perspectivas de construção do futuro. Articulando dimensões simbólicas e imaginárias, o Museu enraíza-se no Rio por meio de sua localização, arquitetura, programa de exposições e atividades diversas, coleção, biblioteca, escola.

O MAR se propõe a ser um espaço de todos e para todos. Para concretização deste ideal, são necessárias ações de fomento para um público amplo, sem contudo, deixar de perceber os públicos em suas especificidades e diversidade, sejam elas étnicas, geracionais, físicas, sociais, culturais, territoriais e de gênero. A partir disso, a proposta de trabalho para o biênio 2017-2019 está fundamentada em três premissas: desenvolvimento de público, acessibilidade e sustentabilidade. Conceitos convergentes e fluidos que permeiam a gestão e fazem do museu um espaço democrático e particular, dotado de significados e relações humanas, onde o carioca se reconheça e seja capaz de acolher visitantes do país e do mundo.

O modelo de gestão desenvolvido pelo Instituto Odeon para o MAR, primeiro equipamento público do município a ser gerido por uma organização social, prima pela agilidade dos processos, transparência e eficiência, contribuindo para a sustentabilidade e longevidade das transformações culturais trazidas pelo MAR. Os indicadores possuem foco em resultados e são organizados em seis grandes áreas estratégicas, a saber, (a) Acervo, (b) Programa Expositivo e Programação Cultural, (c) Programa Educativo e Acessibilidade, (d) Comunicação e Imprensa, (e) Captação de Recursos e Relacionamento, (f) Gestão e Infraestrutura. Ainda dentro da sistemática de avaliação, a cada indicador foi atribuído um peso, de acordo com a sua importância, de maneira que ao final do plano de trabalho, por meio de um cálculo de desempenho, é obtida uma nota geral para a avaliação da execução do Contrato de Gestão.

Este relatório detalha cada indicador, apresentando o resultado do período avaliatório, seu objetivo e forma de mensuração, as estratégias desenvolvidas para o alcance das metas, além de apresentar informações complementares como fatores facilitadores e desafios enfrentados acerca das ações desenvolvidas. As fontes de comprovação dos resultados apresentados neste relatório estão todas organizadas e seguem anexas a este documento.

Ainda em consonância com a legislação pertinente, será apresentado o demonstrativo consolidado das receitas e despesas realizadas na execução do Contrato de Gestão bem como uma análise da execução financeira. Há também um estudo sobre os indicadores e metas que inclui a apresentação de propostas de ajustes e melhorias para análise e avaliação da Secretaria de Cultura.

As considerações finais destacam os principais resultados do trimestre e apontam os principais desafios futuros no desenvolvimento do programa de trabalho. De maneira complementar, serão anexados os comprovantes de regularidade trabalhista, previdenciária e fiscal da entidade.

## 2. Comparativo das Metas Previstas e Realizadas - 1º período Avaliatório

		Meta prevista 28.Abr-Dez 2017	Resultado Jul/ 2017	Status	
Acervo	1.1	% de itens do acervo do MAR inventariados (museográficos, bibliográficos, arquivísticos)	100%	100%	Em andamento
	1.2	% de itens do acervo do MAR catalogados (museográficos, bibliográficos, arquivísticos)	80%	79%	Em andamento
Programa Expositivo e programação Cultural	2.1	Número de exposições realizadas	3	1	Em andamento
	2.2	Número de público total do MAR	270.000	175.503	Em andamento
	2.3	% de satisfação dos visitantes com o programa expositivo	80%	-	Em andamento
Programa Educativo e Acessibilidade	3.1	Número de público atendido por visitas educativas	18.000	5.998	Em andamento
	3.2	Número de público atendido por visitas educativas com perfil de estudante	9.600	2.583	Em andamento
	3.3	% de satisfação público com as visitas educativas	80%	-	Em andamento
	3.4	Número de atividades da escola do olhar	15	32	Superada
	3.5	Número de público participante de atividades da Escola do Olhar (E.O)	1.200	1.851	Superada
	3.6	% de satisfação público com atividades da Escola do Olhar (E.O)	80%	-	Em andamento
	3.7	Número de atividades da E.O voltadas para professores	8	22	Superada
	3.8	Número de público participante da E.O com perfil de professores	400	680	Superada
	3.9	Número de atividades da E.O realizada em parceria com Universidades	1	2	Superada
	3.10	Número de público da E.O. em atividades realizadas em parceria com Universidades	40	224	Superada
	3.11	Número de pessoas inscritas no programa vizinhos do MAR	4.245	4.427	Superada
	3.12	Número de pessoas atendidas pelo programa Vizinhos do MAR	800	376	Em andamento

Comunicação e Imprensa	4.1	Número acumulado de inserções sobre o Museu de Arte do Rio em veículos de comunicação, públicos e privados, e por meio de mídia espontânea.	450	509	Superada
	4.2	Número de seguidores nas mídias sociais	200.000	246.481	Superada
	4.3	Número de visitas no website do museu	330.000	112.000	Em andamento
	4.4	Número de publicações produzidas	1	1	Cumprida
Captação de Recursos e Relacionamento	5.1	% de receita operacional (bilheteria, locação, cessão onerosa) / total de repasse do Contrato de Gestão	15%	10%	Em andamento
	5.2	% de receita de patrocínios / total de repasse do Contrato de Gestão	40%	17%	Em andamento
	5.3	Número de pessoas cadastradas no programa MAR de Amigos	7.640	7.481	Em andamento
	5.4	Número de ações realizadas pelo MAR em parceria com outras instituições	20	43	Superada
Gestão e Infraestrutura	6.1	% de satisfação do público com serviço prestado	80%	-	Em andamento
	6.2	% de colaboradores do MAR que são moradores da região	7%	14%	Em andamento

### 3. Detalhamento dos Resultados Alcançados

<b>Área Temática:</b> Acervo
<b>Indicador 1.1:</b> % de itens do acervo do MAR inventariados (museográficos, bibliográficos e arquivísticos)
<b>Fórmula de Cálculo:</b> (total de itens inventariados / total de itens do acervo do MAR até o mês anterior) x 100
<b>Fonte de Comprovação:</b> planilha de controle de entrada e saída de itens, planilha de obras de exposição, planilha de controle de inventário, livro de registro

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	100%	100%

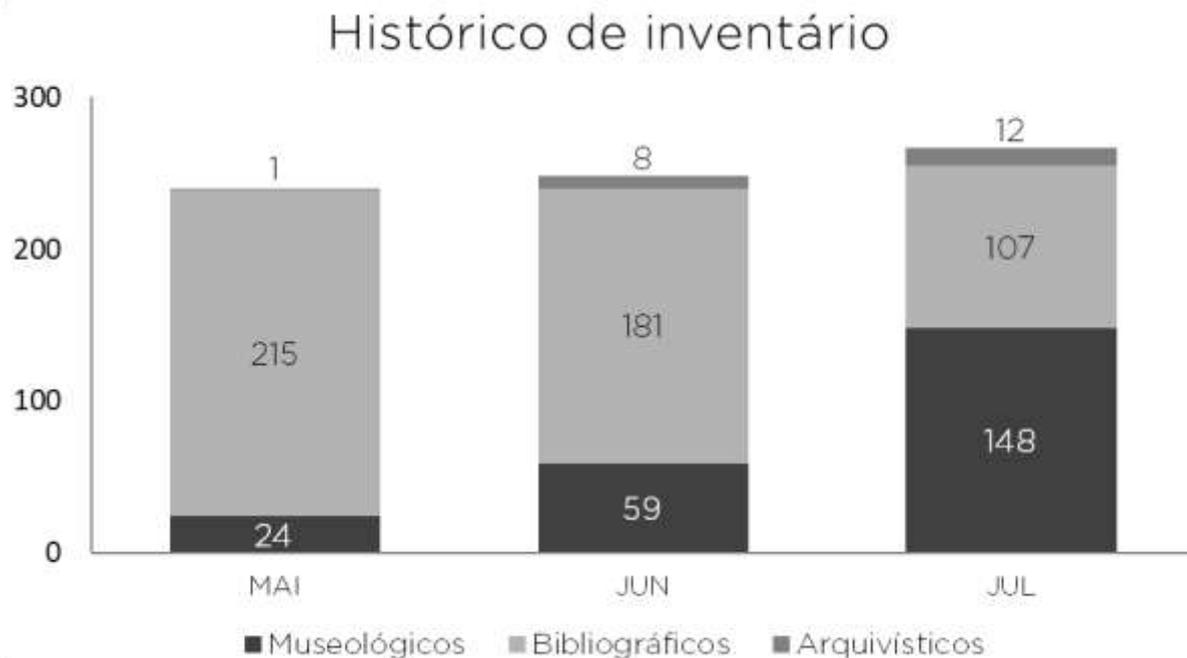
#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

O processo de inventariação é primeiro e mais importante no processo de guarda dos itens pois é o seu registro patrimonial. A partir dele, a Instituição pode identificar o item, a sua localização e o seu estado de conservação. Esse indicador tem o objetivo de medir a quantidade de itens do acervo - museográficos, bibliográficos e arquivísticos - que foram inventariados em relação ao total de itens do Acervo.

Os itens que dão entrada no acervo do MAR são inventariados em até 30 dias após o seu recebimento pela equipe. As novas doações foram todas inventariadas, higienizadas e acondicionadas nas áreas de guarda do museu - Reserva Técnica ou Biblioteca e Centro de documentação. Atualmente, o MAR conta com 100% de sua coleção inventariada, equivalente a 26.255 itens.

	Total Acervo	Total Inventariado	Status Atual
Arquivístico	6.145	6.145	100%
Bibliográfico	13.540	13.540	100%
Museológico	6.570	6.570	100%
<b>TOTAL</b>	<b>26.255</b>	<b>26.255</b>	<b>100%</b>

Do total inventariado no período, 231 itens são obras da coleção museológica, 503 da coleção bibliográfica e 21 itens da coleção arquivística. O gráfico abaixo detalha o histórico de inventário mês a mês.



A coleção museológica:

O processo de inventário da coleção museológica é desenvolvido a partir de um roteiro estabelecido: (I) elaboração de ficha diagnóstico individual com as informações legitimadas pelo Recibo de Entrada de Obra; (II) registro fotográfico da peça; (III) análise do estado de conservação; (IV) coleta de informações básicas: medidas, matéria prima, técnica, data, autor, título, doador, fundo doador etc.; (V) insere-se um número de registro na ficha e na obra, garantindo assim, sua localização e referenciação dentro do conjunto de peças que formam a coleção MAR; (VI) importação das informações para a base de dados do Pergamum.

Com a finalização das exposições *Leopoldina: Princesa da Independência das Artes e das Ciências* e *Meu Mundo Teu - Alexandre Sequeira*, muitas obras apresentadas nestas mostras foram doadas ao MAR. O grande volume de entradas exigiu um esforço intenso da equipe para recebimento das obras na reserva técnica, separação em grupos, realização de todo processo de inventário, higienização e alocação em mobiliário de guarda. Além disso, foram identificados 18 itens que deram entrada na Reserva Técnica, mas tendo em vista a natureza do material, foi elaborado um documento de Transferência Interna destes itens para Biblioteca.

A formalização das doações – processo de aceite e registro pela Prefeitura em seu sistema de patrimônio (SISBENS) - teve continuidade por meio da formalização de 13 propostas de doação que totalizaram 129 obras.

A coleção bibliográfica e arquivística:

A equipe de Biblioteca do MAR é responsável pelo acondicionamento, inventário e a catalogação das obras bibliográficas e arquivísticas do museu. Vale ressaltar que a Biblioteca e Centro de documentação do MAR são constituídos por três coleções Bibliográficas - Livros de artista, Coleção de Livros especiais (obras raras) e a Coleção de livros correntes - especializadas em arte, cultura visual, educação entre outras vertentes e uma coleção documental com aproximadamente seis mil itens da história do Rio de Janeiro e mundial. Além do acervo institucional, responsável pela memória de todas as atividades desenvolvidas pelo MAR.

Durante o período, foi dado prosseguimento às atividades regulares tais como revisão qualitativa do acervo documental, processo de localização e acondicionamento em material específico para melhor conservação e preservação dos documentos, atendimento ao público e auxílio a pesquisadores interessados nas coleções, além do inventário do acervo bibliográficos e arquivísticos que cumpriram a meta proposta.

<b>Área Temática:</b> Acervo
<b>Indicador 1.2:</b> % de itens de acervo do MAR catalogados (museográficos, bibliográficos e arquivísticos)
<b>Fórmula de Cálculo:</b> (total de itens catalogados / total de itens inventariados) x 100
<b>Fonte de Comprovação:</b> relatórios e planilhas de controle de inventário e catalogação

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	80%	79%

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

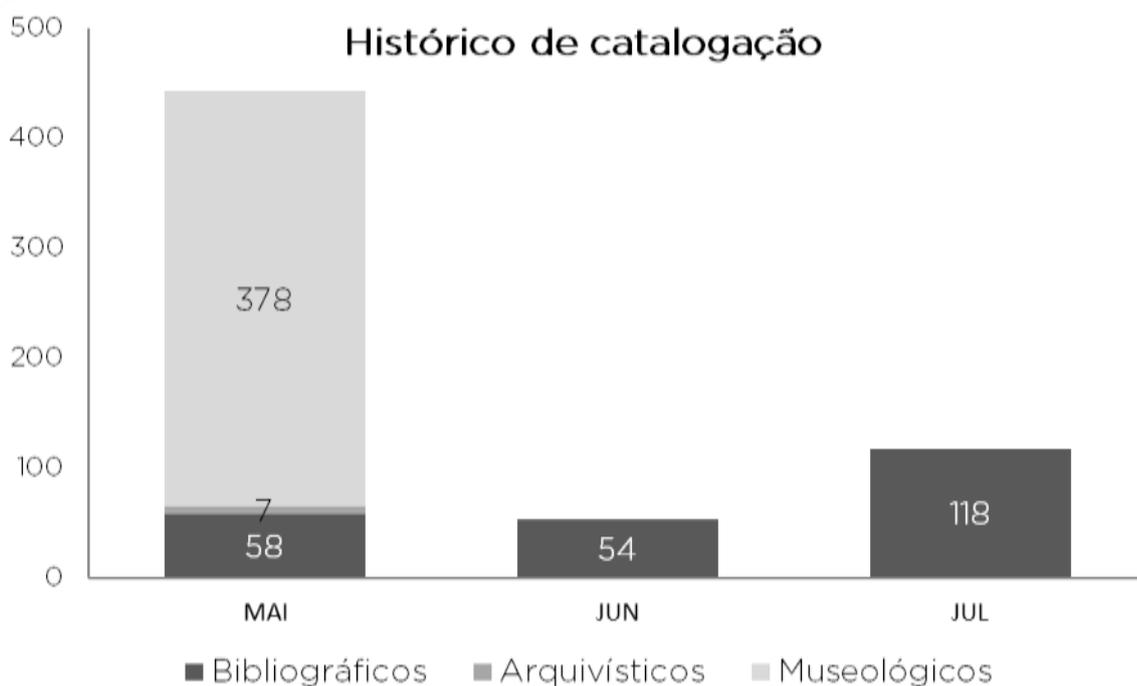
Se o processo de inventariação é mais quantitativo e mais voltado para o registro patrimonial, a catalogação por sua vez pode ser vista como mais qualitativo e tem como objeto a pesquisa. Os dados mais básicos do inventário são destrinchados a partir de uma pesquisa mais aprofundada sobre cada item. O registro de todo o trabalho de catalogação é feito em um software específico e que permite futuras pesquisas inclusive abertas ao público em geral.

Esse indicador tem como objetivo a mensuração da quantidade de itens catalogados em relação ao total inventariado, que atualmente corresponde ao total do Acervo. Por se tratar de um processo mais demorado por exigir o aprofundamento da pesquisa e registro fotográfico de alta qualidade, a catalogação exige um investimento alto em profissionais capacitados que atendam as especificidades das diversas obras e documentos da coleção. Diante disso, o cumprimento desta meta está condicionado à captação de recursos específicos para o desenvolvimento de um projeto de catalogação do acervo MAR.

De 28 de abril a 31 de julho de 2017, foram catalogados 615 itens da coleção MAR. Hoje, o MAR conta com 79% de seu acervo catalogado e disponível ao público por meio de uma base de dados comum a toda a coleção que pode ser consultada pelos computadores disponíveis na Biblioteca do MAR. A tabela a seguir apresenta o total de itens catalogados e o percentual em relação ao total da coleção.

	Total Inventariado	Total Catalogado	Status Atual
Arquivístico	6.145	5.613	91%
Bibliográfico	13.540	9.557	70%
Museológico	6.570	5.688	86%
<b>TOTAL</b>	<b>26.255</b>	<b>20.858</b>	<b>79%</b>

O gráfico abaixo demonstra o desenvolvimento do processo de catalogação mês a mês.



O MAR, por meio de um investimento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES, desenvolveu até 16 de maio a primeira etapa do projeto Acervo MAR que possibilitou a implantação da nova Reserva Técnica e a catalogação e fotografia em alta qualidade de 1.941 obras acervo museológico. A segunda etapa do projeto será iniciada em agosto, quando o processo de catalogação será retomado.

A coleção bibliográfica:

O processo de catalogação biblioteconômica consiste na descrição exaustiva das informações de cada livro ou documento. As principais informações recolhidas dos itens são: Autor, organização, título, curadoria, ano de publicação ou da obra, editora, local, assunto e para as obras raras verifica-se as especificidades de cada uma. Como sistema organizacional dessas informações é

utilizado a CDU – Classificação Decimal Universal, sendo base para os critérios de uniformização da classificação documentária. Utiliza-se também o código AACR2 – Código de Catalogação Anglo-Americana, que define parâmetros de descritores bibliográficos e a construção de pontos de acesso. No caso do acervo do MAR, essa descrição é realizada no sistema Pergamum, software encarregado de conter essas informações, sendo uma base de dados.

A equipe de Biblioteca do MAR é responsável pelo tratamento, acondicionamento, inventário e catalogação das obras bibliográficas do museu.

A catalogação da coleção bibliográfica, em geral, exige um tempo de pesquisa menor que as demais coleções, visto que a maioria das publicações correntes já contemplam as informações necessária ao desenvolvimento do processo. Assim, tais atividades transcorrem de modo contínuo e são desenvolvidas pela própria equipe, possibilitando que as publicações recebidas sejam rapidamente disponibilizadas para consulta do público.

De 28 de abril a 31 de julho de 2017, foram catalogados 230 exemplares que junto aos itens catalogados desde 2013, somam 9.557 publicações, equivalente a 70% da coleção bibliográfica.

A coleção museológica:

Para catalogação dos itens museológicos, a equipe do MAR criou uma Ficha e um Manual de Catalogação para padronizar a inserção das informações pela equipe. Para o desenvolvimento deste processo, foi contratado um profissional com vasta experiência na fotografia de obras de arte. A fim de garantir a qualidade da imagem, foi montado um set nas áreas de guarda que era alterado de acordo com a tipologia da obra (bidimensional ou tridimensional). A partir das imagens em alta resolução produzidas, uma equipe de quatro catalogadores desenvolve o trabalho de catalogação.

Durante a catalogação, cada profissional revisa toda a documentação física da obra: (1) Recibo; (2) Ficha de diagnóstico; (3) Proposta de doação (se houver); (4) certificado de autenticidade (se houver); (5) esquema de montagem; (6) memorial descritivo (se houver), realiza uma pesquisa sobre a obra e, conseqüentemente, o preenchimento da ficha de catalogação.

A ficha catalográfica contém 58 campos que são preenchidos pela equipe de catalogadores, a partir da pesquisa realizada tanto na documentação da obra, quanto em sites e publicações diversas. A ficha é revisada por uma museóloga que supervisiona o trabalho, verificando se cada campo foi preenchido de acordo com as normativas estabelecidas pelo MAR. Havendo discrepância a correção é feita de imediato. O conteúdo da ficha e a fotografia alimentam a base de dados Pergamum.

De 28 de abril a 31 de julho, foram catalogadas 378 obras. Assim, o MAR alcança a marca de 86% de sua coleção museológica catalogada.

A coleção arquivística:

A coleção é composta por documentos históricos mundiais, ou em sua maioria tratam sobre a memória do Rio de Janeiro. A tipologia documental varia entre cartões postais, fotografias, alvarás, certidões, ilustrações, gravuras entre outros.

A pesquisa e indexação da coleção documental são fundamentais para a produção de novos conhecimentos, e não apenas a reprodução de informações. Os processos, apesar de similares aos bibliográficos, exigem maior tempo de pesquisa. Além dos itens comuns, como autor, local, ano, é necessário contextualizar obra a obra, o período em que foi feita, o porquê de sua idealização e as características próprias de cada artista são fundamentais para a descrição documental. De 28 de abril a 31 de julho, foram catalogados 7 documentos.

**Área Temática:** Programa Expositivo e Programação Cultural

**Indicador 2.1:** Número de exposições realizadas

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de exposições realizadas

**Fonte de Comprovação:** material de divulgação da exposição, registros fotográficos ou calendário do programa expositivo

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	3	1

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo está associado ao programa expositivo do museu e busca acompanhar a quantidade de exposições inauguradas dentro do período avaliatório. As exposições podem ocorrer no MAR, tanto no pavilhão de exposições quanto em outros espaços da escola do olhar, ou ainda extramuros com idealização e/ou realização do MAR.

Neste período foi inaugurada uma exposição Dja Guata Porã |Rio de Janeiro Indígena. Além disso, duas mostras estão em processo de desenvolvimento e serão inauguradas até dezembro. Uma delas apresentará a fotografia na Coleção MAR e a outra investiga a obra do artista Claudio Paiva.

## Dja Guata Porã | Rio de Janeiro Indígena

Curadoria: Sandra Benites, José Ribamar Bessa, Pablo Lafuente e Clarissa Diniz.



*De 16 de maio de 2017 até 18 de fevereiro de 2018.*

Dja Guata Porã | Rio de Janeiro indígena ocupa o terceiro andar no Pavilhão de Exposições, andar dedicado a questões do Rio de Janeiro. Concebida de modo participativo, a mostra é fruto de um processo de diálogo conduzido entre 2016 e 2017 pela equipe de pesquisa, curadoria e educação do MAR junto com indígenas de diferentes regiões do Estado carioca e do Brasil.

Por meio de encontros abertos ao público, no museu e nas aldeias envolvidas, a mostra foi construída como uma plataforma de colaboração entre práticas museológicas e indígenas.

“Dja Guata Porã” é dividida em núcleos, estações e por uma cronologia que ocupa as duas galerias.

As estações retratam questões que perpassam as etnias e o tempo, são elas: educação, natureza, comercio, mulher e arte. Para cada estação foi convidado um indígena para pensar em colaboração com a curadoria da exposição o que deveria ser mostrado e representava essas questões.

Em relação aos núcleos foram estabelecidos contatos com três etnias diferentes muito presentes no Estado do Rio: Puri, Guarani e Pataxó. Para cada estação, os participantes pensaram e produziram objetos, vídeos, instalações e falas. Uma quarta estação integra Dja Guata Porã onde os indígenas do Contexto Urbano são representados. As suas lutas diárias sejam com o preconceito ou pelo direito a terra estão presentes na estação em questão.

O terceiro elemento da exposição, a linha do tempo, remete ao tempo antes da invasão das américas, quando a terra já era ocupada pelos indígenas, em um tempo autônomo. Com a invasão, surgem questões de poder e lutas envolvendo direito a terra, políticas indigenistas e o trabalho escravo. A linha não se prende a um formato clássico de cronologia, segue um entendimento de tempo elástico, passível de idas e vindas, como os indígenas percebem a passagem do tempo e de seus mitos.

A exposição ultrapassa a galeria e se espalha pelo Museu e pela Praça Mauá, contando com uma passarela de diferentes línguas indígenas na rampa de entrada e saída do Museu e com a estação dedicada a natureza em um dos canteiros pertencentes a Praça Mauá.

**Área Temática:** Programa Expositivo e Programação

**Indicador 2.2:** Número de público total do MAR

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de público visitante do MAR

**Fonte de Comprovação:** Relatório de medição de fluxo de entrada de público do sistema instalado nos portões de entrada do MAR, borderô de bilheteria, planilha de controle de visitas da Escola do Olhar, programação cultural e eventos; listas de presença, relatórios de atividades educativas; relatórios de público na área externa do MAR ou quando atividades extramuros; registro fotográfico.

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

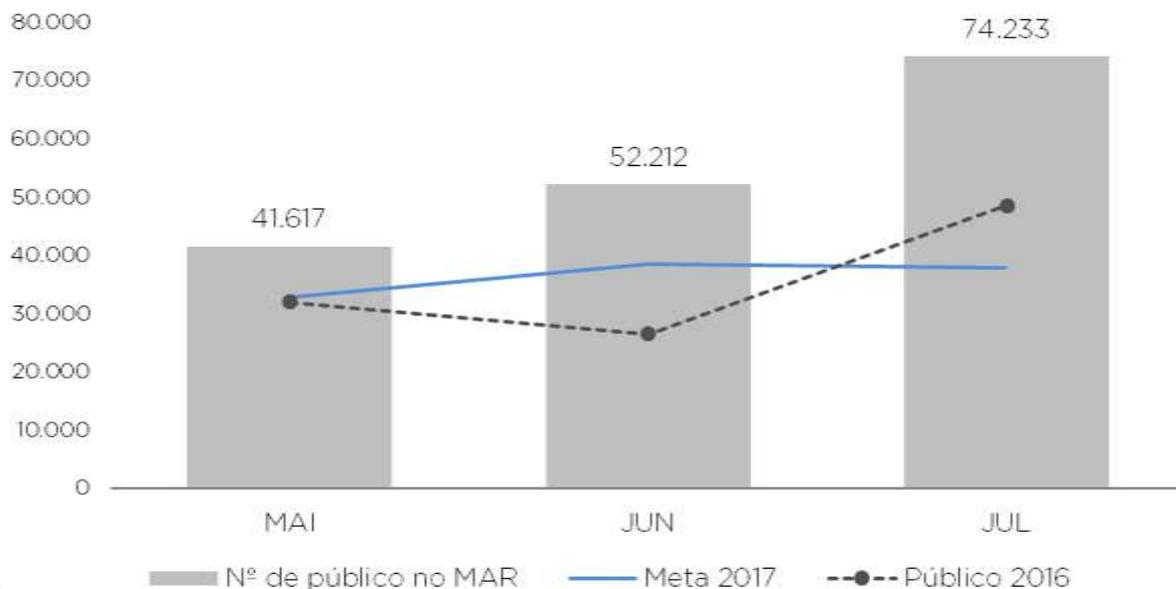
Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	270.000	175.503

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de avaliar o público total visitante do MAR. O número de visitantes é um indicador importante para medir a capacidade do museu em atrair público para assistir o seu programa expositivo, programa educativo e programação cultural, além de utilizar seus espaços de circulação como o mirante, a loja, o café, o restaurante e o pilotis.

Entre 28 de abril e 31 de julho, o sistema de fluxo registrou 175.503 visitantes no MAR. O gráfico abaixo apresenta uma comparação em relação ao mesmo período do ano anterior.

### Histórico de Público\*



\*De 28 a 30 de abril foram registrados 7.441 visitantes no MAR.

Através de uma programação robusta e diversificada, o MAR busca atrair novos públicos e engajar aqueles que já frequentam o espaço. Entre abril a julho, foi inaugurada uma exposição, realizadas 32 atividades da Escola do Olhar, 6 ações da programação cultural, 22 ações de parceiros, além das visitas à Biblioteca e Centro de Documentação. O público de todas estas ações totaliza 68.049 pessoas. O quadro abaixo apresenta estes dados detalhados:

Pavilhão de Exposições	Escola do Olhar	Biblioteca	Programação Cultural	Ação de parceiros	Pilotis
60.458	1.851	401	4.463	877	107.454

Alguns dos destaques do período foram:

- A abertura da exposição Dja Guata Porã com a realização de uma conversa de galeria e uma feira de arte indígena no Pilotis
- A continuidade da primeira exposição extramuros do MAR - *Da abstração ao neoconcretismo: uma homenagem a Décio Vieira* - que esteve em cartaz até 09 de julho no SESC Quitandinha em Petrópolis. Além da visita, o projeto se desdobrou em duas outras ações, uma palestra com Frederico Moraes e Felipe Scovino realizada em 10 de junho e outra com Anna Bella Geiger e Luiz Sérgio de Oliveira em 08 de julho.
- As ações de parceiros como as audições da Turbilhão de Ideias para busca de elenco para a produção "Rio mais Brasil, o Nosso Musical" e as ações desenvolvidas durante a 15ª Semana de Museus em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura.
- O Programa MAR na Academia que desenvolveu uma intensa programação, explorando três linhas de atuação: Mulheres, arte e ciência | Reflexões sobre Arte, Arquitetura e Cidadania | Museus e Emergências Contemporâneas. O programa foi um sucesso de público e recebeu muitos elogios pela diversidade de propostas e a qualidade das discussões trazidas.
- O lançamento da publicação *O Nome do Medo* que apresenta a experiência desenvolvida pela artista Rivane.
- As proposições educativas do Férias no MAR aproveitando o período de recesso escolar.
- A ação Grafite em Debate: Galeria Providência que reuniu artistas, moradores, pesquisadores, estudantes e professores da região e de outros territórios da cidade para debater as dimensões da criação, estética, mobilização e intervenção urbana do grafite.

A programação cultural vem sendo estruturada de modo integrado as demais atividades do MAR, a fim de trabalhar na formação e engajamento de público e de relacionar, de forma transversal, os temas abordados pela curadoria. Atualmente, o MAR de Música é a ação de maior destaque da programação cultural. Os eventos acontecem no pilotis do MAR, na última sexta-feira de cada mês de março a novembro. No período, foram realizadas quatro edições do MAR de Música que totalizaram 2.997 participantes.

MAR de Música - Edição Abril  
Realizada em 28 de abril.  
Com Larissa Luz e Dj Mauro  
Público: 215  
pessoas



MAR de Música - Edição Maio  
Realizado em 26 de maio.  
Com Boogarins e Manie Gang  
Público: 1.598 pessoas



MAR de Música - Edição Junho  
Realizado em 29 de junho.  
Com Forró do Kiko e DJ Egil  
Público: 432 pessoas



MAR de Música - Edição Julho  
Realizada em 28 de julho.  
Com Carne Doce e DJ Rodrigo Cavalcanti  
Público: 752 pessoas



A fim de fomentar a visitação, o MAR desenvolve ações promocionais como o bilhete único dos museus, em parceria com o Museu do Amanhã que garante um desconto de 20% no valor do ingresso que permite a entrada nos dois museus. Além de uma ação específica para o mês de julho - Mar Aberto - que consiste em oferecer gratuidade aos visitantes nos finais de semana e ampliar o horário de acesso ao pavilhão de exposições das 17h para 18h. Para divulgar essa ação foram feitos adesivos de fachada com visibilidade para a Praça Mauá e para o VLT - antiga Rodrigues Alves, assessoria de imprensa e posts nas mídias sociais. Esta ação teve um grande impacto no público no mês de julho, ampliando a visitação do fim de semana em 155%.

Em 25 de julho, terça-feira, o MAR alcançou o maior público de sua história. Foram 5.674 visitantes no pavilhão de exposições e mais de 7.800 pessoas que circularam pelo Pilotis. A terça-feira é o dia de gratuidade para todos e tradicionalmente o dia de maior público da semana.

**Área Temática:** Programa Expositivo e Programação Cultural

**Indicador 2.3:** porcentagem de satisfação dos visitantes com o programa expositivo

**Fórmula de Cálculo:** Somatório do índice de satisfação de cada pesquisa realizada / número de pesquisas aplicadas

**Fonte de Comprovação:** questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	80%	-

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Esse indicador busca medir a satisfação dos visitantes do museu com as exposições em cartaz. O objetivo é conhecer a percepção do público visitante em relação ao programa expositivo. Através desta variável é possível avaliar outras, como frequência e perfil do público.

Uma vez que o MAR se propõe a ter várias exposições temporárias e este indicador possui periodicidade de monitoramento anual, é importante considerar que a pesquisa não consiga analisar a qualidade de cada uma das mostras oferecidas ou mesmo trazer dados importantes que dizem respeito a experiência do visitante ao conhecer as exposições.

Nesse sentido, sugerimos a mudança da metodologia de aplicação de pesquisa de satisfação para este indicador. Propomos a aplicação da metodologia **Net Promoter Score - NPS**, criada por **Fred Reichheld** nos Estados Unidos e apresentada em 2003 em um artigo da *Harvard Business Review*. Após a publicação do artigo, o autor lançou o livro *A Pergunta Definitiva*, considerado material indispensável para aplicação da metodologia.

Esta é uma métrica simples e efetiva - que vem sendo amplamente utilizada - que substituirá a pesquisa de satisfação que tradicionalmente aplicamos. No documento (Proposta de alteração de indicadores e metas) anexo a este Relatório, detalhamos esta metodologia e indicaremos que seja adotada neste indicador para a medição de satisfação do público.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.1:** Número de público atendido por Visitas Educativas

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de pessoas que participaram de visita educativa no museu

**Fonte de Comprovação:** Planilha de controle de visitas educativas realizadas, relatórios de registro de visita.

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	18.000	5.998

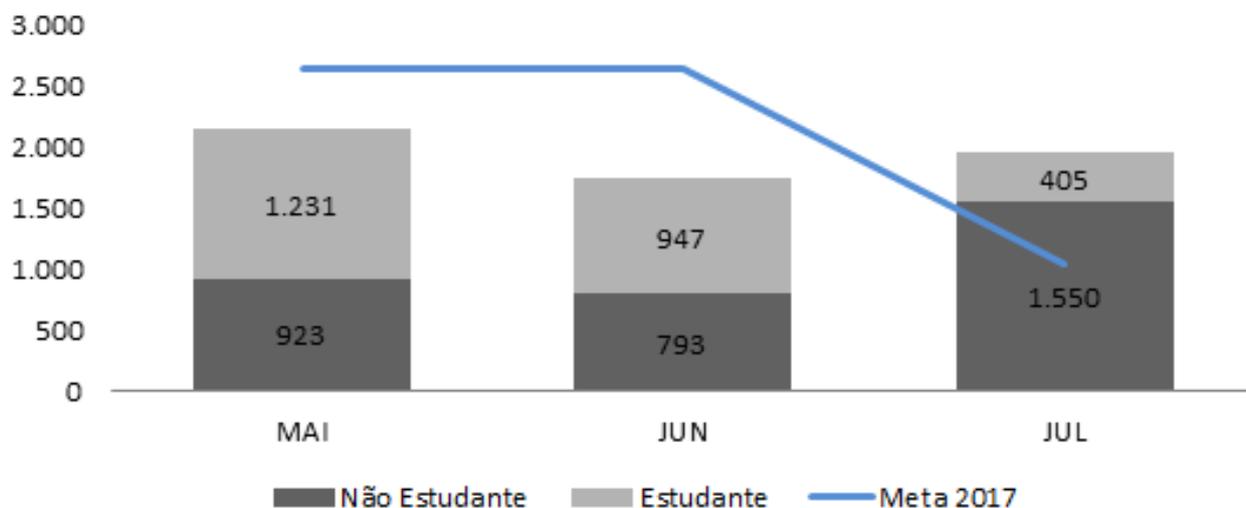
#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de mensurar o número de pessoas atendidas pelas visitas educativas - agendadas ou não-agendadas - disponíveis para os diferentes públicos do museu. As visitas educativas são mediadas por educadores do museu, preparados para potencializar a experiência de visitar as exposições do museu.

O Programa de Visitas Educativas é o conjunto de projetos desenvolvidos pela Escola do Olhar que possibilita o cumprimento desta meta. Neste primeiro trimestre do novo contrato de gestão, foram atendidas 5.998 pessoas através da realização da programação de fim de semana; a finalização da primeira edição do projeto Partiu MAR; agendamento e realização de visitas educativas para escolas, ONG's e outros grupos e o projeto Férias no MAR.

O projeto PARTIU MAR! que seria inicialmente finalizado em 30 de abril, foi prorrogado por duas semanas com o objetivo de contemplar os reagendamentos de grupos que tiveram suas visitas canceladas por motivos externos ao museu, como greve e contextos de violência nas proximidades das escolas.

## Histórico de Público em Visitas Educativas



*\*De 28 a 30 de abril foram realizadas visitas educativas que totalizaram 149 pessoas atendidas.*

A partir do dia 15 de maio, com a finalização do projeto Partiu MAR!, foi dada continuidade às rotinas de visitas educativas abertas às escolas públicas e privadas, ONG's e outros grupos, dentro do novo quadro de oferta do agendamento. Nesse período, cancelamentos e baixa procura de grupos escolares impactaram diretamente o número de visitas, especialmente de estudantes, a ser analisado no próximo indicador (3.2).

Ainda neste período, seguimos com a programação de fim de semana, que abarca a agenda regular das visitas Conheça o MAR, Conversas de Galeria e Atividades Educativas, aos sábados e domingos.

A partir do mês de julho, o Programa de Visitas Educativas foi ampliado com dois novos eixos temáticos, além dos quatro já oferecidos, são eles: (5) Visitando a Biblioteca e Centro de Documentação e Referência do MAR e (6) Reserva técnica visitável e acervo museológico.

Estas visitas têm como objetivo criar, com os participantes, um espaço de ampliação da experiência com os acervos museológicos, bibliográficos e documentais do MAR. Por meio do diálogo e compartilhamento dos processos de pesquisa, organização, catalogação, indexação e gestão dos acervos os profissionais de biblioteconomia e museologia do MAR intensificam as experiências aprofundando as discussões com professores, pesquisadores e estudantes de Biblioteconomia, Museologia, Arquivologia e profissionais da informação. No momento do agendamento o professor ou pesquisador responsável pelo grupo escolhe um dos eixos.

No eixo dedicado a Biblioteca e Centro de Documentação, a visita começa na Biblioteca e se desdobra em mediações que ocorrem nas exposições do museu identificando os itens das coleções ali presentes. Já no eixo dedicado a Reserva técnica, a visita começa na Sala de Encontro e se desdobra dentro da reserva visitável, com o objetivo de apresentar com mais detalhes os

trabalhos de pesquisa, documentação e conservação realizados pela equipe de Museologia do MAR.

Durante as duas últimas semanas do mês de julho realizamos a segunda edição do projeto Férias no MAR - 2017. Aproveitando o período de férias escolares, com foco nas crianças e família, oferecemos um conjunto de atividades educativas e visitas com foco nas exposições e temas de interesses do museu, com proposições práticas por meio de Laboratórios de Criação, Atividades no Pavilhão e a visita panorâmica Conheça o MAR para o público em geral.



Visita a Reserva Técnica - UFRJ História da Arte - 27/06/2017

O foco das férias foi a valorização dos processos de criação e experimentação dos públicos nas relações com as exposições e espaços do MAR, como o pilotis e Biblioteca. Por meio de experiências práticas, abordamos temas como livro, coletividades, plantio, escultura, desenho e música, oferecendo aos públicos quatro Laboratórios de Criação que foram realizados às terças e sábados e duas atividades no Pavilhão de Exposições, realizadas aos domingos, no período de férias. Os laboratórios foram:

No meio do livro - ministrado pelos educadores André Vargas e Diego Xavier, que inspirados pelos livros da nossa biblioteca, instigaram a criação de marcadores de página para intervir poeticamente nas exposições do museu;

Manifesta - ministrado pela mesma dupla de educadores, no qual as crianças foram convidadas a criar faixas e cartazes a partir de decisões coletivas, descobrindo o que podiam construir e desejar juntas;

Plantio - ministrado pelos educadores Jandir Junior e Geancarlos Barbosa, que a partir da “Estação Natureza” da exposição “Dja Guata Porã” propuseram a construção de vasos de argila não convencionais para germinar sementes; Materialidades Sonoras - ministrado pelos educadores Rodrigo Ferreira e Elian Almeida, que visou explorar os sons e compor com ruídos de objetos inusitados e, com isso, desenhar músicas no ar.

Quanto às atividades no Pavilhão de Exposições, foram realizadas duas:

Proibido Embaralho - atividade que desafia nossa relação com as obras expostas no museu por meio de um jogo de cartas que encontrará as proibições presentes no espaço expositivo;

Ver e traçar: retratos - um exercício de desenho realizado em pares, no qual cada um desenha o retrato do outro diante de uma transparência, sobrepondo seus traços.

Entre as ações de acessibilidade e inclusão, foram realizadas duas edições do projeto MAR em Libras. Na edição de junho, foi realizado o segundo Sarau de Poesia em Libras na exposição Dentro, apresentado pela professora e atriz Rosane Grasse, no qual sete poetas se inscreveram e criaram poesias visuais em libras a partir de imagens de obras das exposições do MAR, sorteadas durante a atividade. Na edição do mês de julho, o foco foi a exposição Dja Guata Porã, com a convidada Clarissa Guerreta, que instigou os participantes a pensarem sobre as relações entre a comunidade surda e os grupos indígenas.

A redução na proposta apresentada pelo Instituto Odeon para a gestão do MAR, exigiu uma redução e reorganização de equipe, conseqüentemente, uma renegociação da meta inicialmente proposta. Apesar disso, o cenário para cumprimento da meta mantém-se extremamente desafiador. As diversas estratégias desenvolvidas no período, já apontam para o esforço conjunto da equipe na busca de ampliar as possibilidades de acolher novos públicos.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.2:** Número de público atendido por Visitas Educativas com perfil estudante

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de estudantes atendidos nas visitas educativas no museu

**Fonte de Comprovação:** Planilha de controle de visitas educativas realizadas, relatórios de registro de visita.

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	9.600	2.583

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a participação de estudantes (público prioritário do MAR) nas visitas educativas. Por isso, a meta de visitas com perfil estudante corresponde a mais de 50% do total de visitas educativas.

No que diz respeito a esse segmento de público, no período avaliatório foram atendidos 2.583 estudantes, dos quais 1.955 foram provenientes das redes públicas de ensino, 628 da rede privada e alunos do Sistema S, de diferentes segmentos - educação básica, superior e ensino técnico.

Em função da negociação do novo contrato de gestão que exigia uma redução de 25% no custo do museu, fez-se necessário a redução das equipes. Assim, o quadro semanal de agendamento passou a oferecer 12 horários semanais e mesmo com a negociação da meta, a situação é extremamente desafiadora para o alcance da meta prevista, especialmente em relação aos grupos escolares.

Aliado a isso, o cenário de crise financeira afeta diretamente a integração entre cultura e educação; assim a relação continuada entre as redes públicas de ensino e museu, que historicamente vinha sendo viabilizada pela parceria entre o MAR e a Rede Municipal de Ensino (SME), apresentam-se sem perspectiva para o ano.

O encerramento do PARTIU MAR em maio, projeto que viabilizava a visita de escolas públicas ao MAR, reduziu consideravelmente o número de grupos de escolas, tendo como principal fator a ausência de recursos para transporte. O agendamento de visitas passou a atender principalmente grupos espontâneos sem oferta de ônibus. No período, esses grupos espontâneos foram em sua maioria ong's e outros grupos, com apenas 43% de público perfil estudante, o que impacta diretamente esse indicador.

Diante desse panorama e visando fomentar o público de estudantes para o próximo semestre, foi realizado um plano de ação que aposta em três estratégias:

(I) O primeiro deles foi a criação de dois novos eixos temáticos de visita, conforme descritos no indicador anterior. Estas visitas pretendem fomentar estudantes universitários de Biblioteconomia, Museologia, Arquivologia e Administração, sendo amplamente divulgados nas redes e buscando parcerias com professores.

(II) Parceria com o Museu do Amanhã que visa ofertar ônibus para escolas públicas em visitas conjuntas entre MAR e MdA. O projeto, que também será a primeira experiência de uma relação continuada entre MAR e Museu do Amanhã, contará com 50 ônibus de cada instituição, totalizando 100 visitas para estudantes da rede pública, no período de setembro a dezembro de 2017.

(III) Estreitar as relações com as escolas da rede privada do Rio de Janeiro. O primeiro passo será a realização de um encontro no MAR voltado para Diretores e Coordenadores das escolas privadas focado na apresentação dos projetos da Escola do Olhar e buscando fomentar parcerias e visitas ao longo do semestre.

Sendo esse indicador um dos nossos principais desafios para o ano de 2017, as estratégias detalhadas aqui serão ações prioritárias da Escola do Olhar. Além disso, é importante também manter a atenção para oportunidades de visitas que possam surgir nas relações criadas a partir dos cursos do Programa de Formação com professores.



EM Presidente Antônio Carlos - 03/05/17



CRAS Luisa Mahin - 23/05/17



CE Nilo Peçanha - 01/06/17



CE Amaro Cavalcanti - 13/07/17

<b>Área Temática:</b> Programa Educativo e Acessibilidade
<b>Indicador 3.3:</b> % de satisfação do público com as visitas educativas
<b>Fórmula de Cálculo:</b> Somatório do índice de satisfação de cada pesquisa realizada/ número de pesquisas aplicadas
<b>Fonte de Comprovação:</b> questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	80%	-

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a percepção do público com as visitas educativas. No caso das visitas com público estudante, importante analisar a satisfação do professor ou responsável, tentando compreender a qualidade do atendimento, a capacidade de entender as necessidades daquele grupo em especial e se os tópicos debatidos podem ser desdobrados no retorno à sala de aula.

Durante o período em questão não foi realizada este tipo de pesquisa de satisfação. Propomos a aplicação da metodologia **Net Promoter Score**, criada por **Fred Reichheld** nos Estados Unidos e apresentada em 2003 em um artigo da *Harvard Business Review*. Após a publicação do artigo, o autor lançou o livro *A Pergunta Definitiva*, considerado material indispensável para aplicação da metodologia.

Esta é uma métrica simples e efetiva - que vem sendo amplamente utilizada - que substituirá a pesquisa de satisfação que tradicionalmente aplicamos. No documento (Proposta de alteração de indicadores e metas) anexo a este Relatório, detalhamos esta metodologia e indicaremos que seja adotada neste indicador também para esta medição.

<b>Área Temática:</b> Programa Educativo e Acessibilidade
<b>Indicador 3.4:</b> número de atividades da Escola do Olhar
<b>Fórmula de Cálculo:</b> número absoluto de atividades da Escola do Olhar realizadas
<b>Fonte de Comprovação:</b> planilha de controle de atividades da Escola do Olhar, lista de presença, relatório de conclusão de atividade, fotos, material gráfico de divulgação

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	15	32

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Além do programa expositivo, o MAR também possui um extenso programa de educação voltado para professores, estudantes, famílias e público em geral. Estas ações se agrupam em diferentes programas da Escola do Olhar e possuem diferentes tipos de abordagem como cursos de curta e média duração, seminários, palestras e oficinas. Este indicador tem como objetivo medir a quantidade de atividades desenvolvidas pela Escola do Olhar.

A Escola do Olhar possui consolidada suas ações através de quatro programas: Formação com Professores, Formação em Arte e Cultura Visual, MAR na Academia e Vizinhos do MAR.

O Programa de Formação com Professores desenvolve atividades voltadas para professores e educadores. Este programa será detalhado em indicador específico voltado para este público (indicador 3.7)

Programa MAR na Academia realiza atividades acadêmicas relacionadas às pesquisas e cursos de graduação e pós-graduação da cidade do Rio de Janeiro e de outras universidades no Brasil e exterior. Este programa será detalhado em indicador específico (indicador 3.9).

Programa Vizinhos do MAR - agenda de relacionamento, participação e engajamento continuado com os moradores da região portuária, a ser detalhado em indicador específico (3.11).

Programa Formação em Arte e Cultura Visual reúne um conjunto de atividades que abrangem um amplo e diverso público em quatro linhas de ação, visando contemplar aspectos teóricos e práticos das exposições do MAR e da produção cultural da cidade do Rio de Janeiro: História do Rio, História da Arte, Prática Pensamento e Linguagem e Para pensar e fazer museus.

De 28 de abril a 31 de junho, foram realizadas 32 ações conforme demonstra quadro a seguir:

Formação com Professores	MAR na Academia	Vizinhos do MAR	Arte e Cultura Visual
22	6	4	Não realizadas no período.
TOTAL			
32			

O número de atividades já se apresenta superior a meta pactuada para o ano, isso se deve principalmente as diversas ações para professores desenvolvidas em parceria com a Secretaria Municipal de Educação que equivale a 40% do total de ações do período. Além disso, o programa MAR na Academia recebeu recursos via Lei Municipal de Incentivo à Cultura para o desenvolvimento de um conjunto de ações concentradas neste período avaliatório em consonância com o calendário aprovado junto a Comissão Carioca e aos patrocinadores. Neste período, não foram realizadas ações do Programa Arte e Cultura Visual.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.5:** número de público participante das Atividades da Escola do Olhar

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de pessoas participantes das atividades realizadas pela Escola do Olhar

**Fonte de Comprovação:** listas de presença, planilha de controle de visitas educativas, planilha de controle de atividades da Escola do Olhar, relatórios de conclusão de atividades, fotos e material gráfico de divulgação

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	1.200	1.851

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este tem o objetivo de mensurar o número de participantes nas atividades oferecidas pela Escola do Olhar. A principal forma de controle de participação é a lista de presença assinada, mas há outras ocasiões em que se distribuem ingressos previamente ou mesmo são produzidos relatórios de conclusão da atividade (para atividades realizadas dentro do pavilhão de exposições com público espontâneo).

No trimestre, 1.851 pessoas participaram das 32 atividades realizadas pela Escola do Olhar, nas quais o foco esteve no envolvimento de professores, moradores da região portuária e o público universitário, cujo detalhamento encontra-se nos próximos indicadores.

Formação com Professores	MAR na Academia	Vizinhos do MAR
583	1.073	195
<b>PÚBLICO TOTAL</b>		
1.851		

A ampliação do número de ações trouxe impacto no total de público atendido, assim a Escola do Olhar supera a meta ainda no primeiro trimestre. Apesar disso, o desafio de realizar atividades de qualidade, capazes de aproximar o público já participante e gerar novos interessados se mantém continuamente.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.6:** % de satisfação do público com as atividades da Escola do Olhar

**Fórmula de Cálculo:** Somatório do índice de satisfação de cada pesquisa realizada / número de pesquisas aplicadas

**Fonte de Comprovação:** questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	80%	-

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a satisfação dos participantes das atividades oferecidas pela Escola do Olhar. Nesse caso é importante planejar aplicações de questionários em atividades com público diferenciado e em momentos diferentes. Deve-se tentar coletar informações minimamente sobre a qualidade do conteúdo proposto, da organização, da qualidade da divulgação e do profissional que apresentou o conteúdo

As pesquisas para avaliação da Escola do Olhar não foram aplicadas neste período. Assim como relatado nos outros indicadores de satisfação, propomos a aplicação da metodologia **Net Promoter Score - NPS**, criada por **Fred Reichheld** nos Estados Unidos e apresentada em 2003 em um artigo da *Harvard Business Review*. Após a publicação do artigo, o autor lançou o livro *A Pergunta Definitiva*, considerado material indispensável para aplicação da metodologia.

Esta é uma métrica simples e efetiva - que vem sendo amplamente utilizada - que substituirá a pesquisa de satisfação que tradicionalmente aplicamos. No documento (Proposta de alteração de indicadores e metas) anexo a este Relatório, detalhamos esta metodologia e indicaremos que seja adotada neste indicador para a medição de satisfação do público.

<b>Área Temática:</b> Programa Educativo e Acessibilidade
<b>Indicador 3.7:</b> Número de atividades da Escola do Olhar voltada para professores
<b>Fórmula de Cálculo:</b> número absoluto de atividades da Escola do Olhar voltada para professores
<b>Fonte de Comprovação:</b> Planilha de controle de atividades da Escola do Olhar

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	8	22

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a quantidade de atividades da Escolha do Olhar que são ofertadas para professores. O professor é um dos públicos prioritários da Escola do Olhar e deve-se garantir que parte da programação educativa do MAR tenha o professor como público alvo.

As atividades avaliadas neste indicador são desenvolvidas através do Projeto Formação com Professores, que abarca a realização de cinco linhas de ação exclusivas para professores de todos os segmentos da educação, são elas: *Convite a experimentar; Formação em Arte, Educação e Cultura Visual; Oficinas Práticas Artísticas Contemporâneas e MAR na sua rede.*

Através destas linhas foram desenvolvidas atividades práticas e teóricas, de curta e média duração, nas quais os temas presentes nas exposições foram conectados aos debates e questões emergentes do campo da educação. São atividades que, em consonância com o calendário do ano letivo das principais redes de ensino, visam, além da garantia dos números pactuados, assegurar o compromisso do MAR com a educação pública e a formação continuada. No período de maio a junho, foram realizadas 5 edições das linhas Convite a experimentar e uma Oficina de Práticas Artísticas Contemporânea.

A primeira *Convite a Experimentar* foi realizado em maio e convidou o professor a investigar, junto com o educador do museu, os processos de colaboração e construção coletiva presentes na exposição "Meu mundo teu", do artista Alexandre Sequeira. Na edição do mês de junho o foco de investigação foram os processos de produção da exposição "Dja Guata Porã " e as questões relativas à educação indígena.

Em maio também foi realizada a Oficina de Práticas Artísticas Contemporâneas "Infâncias, educação e práticas artísticas contemporâneas: narrativa e ficção como políticas", ministrada pela educadora Mara Pereira (UFES). A oficina investigou o processo de educação como criação e lugar de fala da criança, tomando como referência a exposição O Nome do Medo, da artista

Rivane Neuenschwander. Durante a oficina, os professores desenvolveram propostas de trabalho coletiva aproximando arte contemporânea e a criança tendo como base a percepção da criança como sujeito de direitos na escola, no museu e na cidade. A oficina integrou a programação da 15ª Semana Nacional de Museus cujo tema foi: "Museus e histórias controversas dizer o indizível em museus".

Além das nossas ações regulares, foram realizadas 16 ações em parcerias com as redes de ensino e organizações de educação da cidade. Assim, a Escola do Olhar alcançou um total de 22 atividades voltada para professores entre 28 de abril e 31 de julho.



Formação com professores Infâncias e Educação

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.8:** Número de público participante das atividades da Escola do Olhar com perfil de professores

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de professores participantes das atividades da Escola do Olhar

**Fonte de Comprovação:** Listas de Presença e planilha de controle de atividades da Escola do Olhar

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	400	680

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Além de garantir que existam atividades voltadas para os professores é também importante acompanhar a participação deste público na programação ofertada. Esse indicador se propõe a medir a quantidade de professores participantes em todas as atividades oferecidas pela Escola do Olhar - tanto nas ações exclusivas, desenvolvidas pelo Programa de Formação com Professores, como nas ações dos demais programas que pensam o professor de maneira inclusiva.

As ações exclusivas para professores foram responsáveis pela participação de 424 professores, já as demais ações contaram com 256 participantes com este perfil. Entre as ações não exclusivas, a ação *Artes e Ciências nos processos pedagógicos* do Programa MAR na Academia se destacou na participação de professores que significaram 41% do público total do curso.

A partir da realização destas ações, a Escola do Olhar alcança 680 professores participantes no período, ultrapassando a meta para o ano.

O grande número de professores indica a estreita relação que o MAR tem construído com este público, reforçando seu compromisso com a educação e compreendendo o professor como potência na multiplicação e compartilhamento do aprendizado. Apesar do iminente alcance da meta, as ações para este público continuarão sendo desenvolvidas conforme planejado, visando, principalmente, o fomento às visitas escolares.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.9:** Número de atividades da Escola do Olhar realizadas em parceria com Universidades

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de atividades realizadas em parceria com Universidades

**Fonte de Comprovação:** Material gráfico de divulgação com grid de marcas e fotos e/ou convênio, termo de cooperação assinado entre o MAR e a Universidade ou planilha de controle de atividades da Escola do Olhar

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	1	2

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir o número de atividades realizadas pela Escola do Olhar em parceria com Universidades. As atividades avaliadas neste indicador são desenvolvidas na Escola do Olhar prioritariamente por meio das ações do Programa MAR na Academia que buscam estimular a participação das universidades com ênfase nas relações entre museu e educação e no fortalecimento da cidade como centro de reflexão teórica.

Em torno de uma agenda prioritária comum, o projeto do museu objetiva o intercâmbio nacional e internacional e a cooperação entre os centros de pós-graduação em arte, estética e cultura visual. Busca-se o envolvimento de amplos setores da sociedade nessas atividades acadêmicas, incentivando a participação de professores e estudantes universitários em projetos da área curatorial e educacional do MAR.

Neste trimestre, o programa MAR na Academia realizou 06 atividades, destas 02 tiveram parceria estabelecida entre o MAR e a universidade. São elas:

(I) Terceira edição do Curso Trajetórias Judaicas no Rio de Janeiro em parceria com a PUC-Rio. Iniciada no período avaliatório passado, a terceira edição do Curso Trajetórias Judaicas no Rio de Janeiro, idealizado pelo MAR, organizado com a PUC-Rio. Comprometido com a memória, a arte, a cultura, a pesquisa, o ensino e a extensão, o curso Trajetórias Judaicas no Rio de Janeiro se propõe a contribuir para o encontro entre culturas e religiões que marca a história da cidade do Rio de Janeiro e resgatar a presença e a contribuição dos judeus na dinâmica da cidade e do país. As aulas ocorrem como encontros, estudos de textos e debate das instigantes e delicadas questões que cercam o tema, e como experiência com literatura, a música, as artes visuais. O Curso é ministrado pelos professores do Curso de Especialização em Estudos Judaicos da PUC-Rio Cristina Carvalho, Jana Tabak, Júlio Diniz, Monica Herz, Marcelo Andrade, Rosana Kohl Bines,

Sonia Kramer e pelos professores convidados: Flávio Limonic, Helena Lewin, José London, Marcos Gleizer, Paulo Herkenhoff, - conta também com artistas convidados.



Curso Trajetórias Judaicas

(II) Seminário Museus e Emergências Contemporâneas: Dja Guatá Porã | Rio de Janeiro indígena  
O seminário Dja Guata Porã reuniu indígenas e não indígenas em torno da discussão de questões urgentes para os índios que hoje vivem no Brasil, envolvendo a cidade numa reflexão sobre as urgências culturais, sociais e políticas do estado do Rio de Janeiro e do país. O debate foi conduzido pelo curador Pablo Lafuente e um grupo de pesquisa da Faculdade de Antropologia da UNIRIO coordenado pelo Prof. José Ribamar Bessa envolvendo pesquisadores e lideranças indígenas, dando continuidade ao programa de discussão iniciado em novembro de 2016.

Contou com a participação de Sallisa Ros, Denilson Baniwa, Elvira Espejo, Suzenilson Kanindé, Tamimi Borsatto, Ibã Huni Kuin, Felix Karai, Joênia Wapixana, Tônico Benites, Edson Kayapó e Luiz Henrique Eloy.

As outras quatro ações apresentaram temáticas relacionadas a questões trazidas pelas discussões na universidade, mas não foram resultado de uma parceria com uma única universidade e sim com uma série de pesquisadores, professores e instituições. São elas:

(I) Curso Mulheres, Artes e Ciência

Tendo como ponto de partida as exposições Lugares do Delírio e Dja Guatá Porã, o curso “Mulheres, Arte e Ciência” dedicou-se a investigar a contribuição das mulheres nos campos

político, acadêmico, científico, cultural e artístico no decorrer do século XX, questão indissociável da formação da nossa modernidade. O intuito do curso esteve na apresentação de um panorama diversificado do pensamento contemporâneo, partindo de figuras ou questões emblemáticas relacionadas ao tema. Contou com a participação de Niara do Sol, Gina Ferreira e Lula Wanderley, Raquel Fernandes, Flavia Trocoli, Tania Rivera, Luiz Mello, Marco Lucchesi, Zahy Gajajara e Eliane Potiguara.

#### (II) Seminário Internacional - Interseções: Arquitetura, Cultura, Cidade

A arquitetura é uma ferramenta essencial para a construção das cidades e para a formação da sua identidade cultural, refletindo-se na construção de nossas cidades e na qualidade da vida dos seus habitantes. O Seminário Interseções estabeleceu um canal de reflexão, fruição e discussão sobre o papel da arquitetura na construção das cidades, e conseqüentemente na estruturação da identidade cultural.

Nos interessa pensar de que forma, e com que instrumentos, a arquitetura interfere na dinâmica da cidade e, conseqüentemente, configura a dimensão cultural como experiência cotidiana dos seus cidadãos. Este foi o seminário que contou com o maior quantitativo de público no trimestre. Através da perspectiva do planejamento urbano e de ocupação dos espaços, discutiu-se o contexto político e a situação atual do país. Entre os palestrantes: Fernando Viegas, Masao Kamita, Marcos Acayaba, Carrilho da Graça, Carla Juaçaba, Jens Richter, Pedro Rivera.

#### (III) Convergências entre Arte e Ciência - Criação e Educação

Uma série de encontros que tiveram como questão principal a reflexão sobre ciência e arte tangenciadas pela educação. O seminário reuniu, a cada encontro, um artista e um cientista, provocados pela escritora e pesquisadora do campo da educação Beá Meira, a pensar nas proximidades e distanciamentos com o território da educação. O programa destinado à professores, educadores, artistas e pesquisadores das arte, ciência e educação constitui a primeira agenda em colaboração desenvolvida entre o Museu de Arte do Rio e o Museu do Amanhã. Entre os convidados: Daniel Lima (Artista Visual -SP), Pedro Cesarino (Antropólogo USP- SP), Rodrigo Braga (Artista Visual -RJ), Fabio Scarano (UFRJ), Eduardo Kac (Artista Visual -Chicago, EUA), Steven Rehen (UFRJ), Wladimir Dias Pino (Artista Visual -RJ) e Roberto Lent (UFRJ - RJ).



Convergências entre Arte e Ciência - Criação e Educação

(IV) Relação entre Museus e Arquitetura na Arte Contemporânea

O programa reuniu artistas e curadores em torno de possíveis relações entre arte, arquitetura e cidadania no contexto atual. Tal questão permite várias abordagens, que passam por aspectos formais, espaciais, culturais, sociais e, igualmente importante, do lugar que a arte atua como processos de agenciamento, transformações e tensões. Em um momento em que boa parte da produção artística tem se interessado por uma ação no espaço urbano e a arquitetura atenta para as estratégias micropolíticas da arte, o seminário abre um oportuno fórum de reflexão sobre o panorama urbano brasileiro. O seminário contou com a participação de Cauê Alves (Diretor MuBE - SP), Lucia Koch (Artista Visual - SP), Jorge Menna Barreto (artista visual e professor UERJ), Marcelo Dantas (Diretor Japan House - SP), Benjamin Seroussi (Diretor Casa do Povo - SP), Mário Chagas (Museólogo e Professor UNIRIO), Mochem Voz (Diretor Pinacoteca de São Paulo -SP), Ana Maria Tavares (Artista Visual e Professora da ECA-USP -SP) e Ricardo Basbaum (Artista Visual e Professor UFF -RJ).

O número e a diversidade de ações do Programa MAR na Academia foram viabilizados por meio de investimento específico para o projeto via lei municipal de incentivo à cultura.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.10:** Número de público da Escola do Olhar em atividades realizadas em parceria com Universidades

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de pessoas participantes das atividades realizadas em parceria com Universidades

**Fonte de Comprovação:** Listas de presença e planilha de controle de atividades da Escola do Olhar

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	40	224

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador busca medir o número de pessoas participantes nas atividades da Escola do Olhar oferecidas em parceria com Universidades. Neste trimestre tivemos 224 pessoas, participando das atividades realizadas em parceria com Universidades.

O alcance da meta logo no primeiro trimestre é resultado do aumento do número de atividades desenvolvidas no período, tendo em vista, o investimento específico para a realização do programa MAR na Academia.

<b>Área Temática:</b> Programa Educativo e Acessibilidade
<b>Indicador 3.11:</b> Número de pessoas inscritas no Programa Vizinhos do MAR
<b>Fórmula de Cálculo:</b> número absoluto de pessoas cadastradas
<b>Fonte de Comprovação:</b> Planilha de controle de Vizinhos do MAR

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	4.245	4.427

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Esse indicador tem o objetivo de medir o número de pessoas inscritas no programa de vizinhos do Museu desde seu início. O programa Vizinhos do MAR tem como objetivo estabelecer uma relação continuada com a comunidade do entorno direto – Centro, Caju, Saúde, Gamboa, Providência e Santo Cristo – democratizando o acesso à cultura e promovendo junto à comunidade uma experiência cultural contínua e qualificada. O principal desafio é estabelecer uma relação dialógica com o entorno.

Este indicador corresponde ao cadastramento e emissão de carteirinhas de vizinhos para os moradores da região portuária do Rio de Janeiro. O cadastro corrobora com a ampliação da rede de relacionamento do museu com o território, fomentando a visita do morador que, com a carteirinha tem acesso gratuito e ilimitado ao pavilhão de exposições e programações culturais do MAR. Além de criar uma estratégia de comunicação continuada com os participantes do programa.

Neste trimestre foram realizados 115 cadastros familiares, totalizando 267 novos vizinhos. Até o presente momento contamos com um banco de dados com 4.427 cadastros (2013 a julho de 2017).

Destacam-se ações de fomento aos novos cadastros, como a participação do museu na Ação Social realizada pela Superintendência de Supervisão Regional da AP1.1 Centro - SSR no dia 14 de maio, no Morro da Providência. E, a gratuidade oferecida mediante à apresentação da carteirinha de vizinhos na entrada do evento MAR de Música.

**Área Temática:** Programa Educativo e Acessibilidade

**Indicador 3.12:** Número de pessoas atendidas pelo programa Vizinhos do MAR

**Fórmula de Cálculo:** número absoluto de pessoas participantes das atividades do programa Vizinhos do MAR e visitantes das exposições do museu com perfil vizinhos do MAR.

**Fonte de Comprovação:** borderô emitido pela bilheteria, planilha de controle das atividades da Escola do Olhar, fotos

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	800	376

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Esse indicador buscar mensurar o número pessoas participantes das ações oferecidas pelo programa Vizinhos do MAR e também o número de visitas às exposições do museu de pessoas cadastradas como vizinhos.

O Programa Vizinhos do MAR desenvolve uma série de ações que visam estabelecer uma relação continuada com os moradores e agentes da Região Portuária, consolidando-se como uma política de acesso e de agenciamento local. É através deste programa que o museu busca se inserir na dinâmica da região na qual está situado, criando processos e plataformas de diálogo e ação conjunta. Partimos do entendimento de que é necessário construir espaços de convivência e ativações que oportunizem o envolvimento do vizinho com o museu, colaborando para o fortalecimento da vocação criativa e dos legados históricos e culturais da região. Neste indicador, apresentamos as linhas de ações que estruturam o programa, assim como o seu desenvolvimento no período.

O programa Vizinhos do MAR organiza-se em cinco linhas de atuação, a saber: Café com Vizinhos, Conversa de Galeria com Vizinhos, Ofícios e Saberes da Região, Ações em parceria e Cadastramento e emissão de carteiras de Vizinhos do MAR (este detalhado no indicador anterior).

**Café com Vizinhos:** Reunião mensal com agentes culturais e moradores da região portuária com o intuito de estabelecer e aprofundar a relação entre museu e território, criando espaços de diálogos, inventividades e práticas coletivas. No trimestre foram realizados 3 cafés com a participação de 85 vizinhos. Destacamos como pauta as visitas nas exposições “Lugares do Delírio” e “Dja Guata Porã| Rio de Janeiro indígena”, o debate acerca das edições do jornal dos vizinhos do MAR, a experimentação das atividades educativas que são produzidas pelos educadores para o público em geral, as deliberações coletivas dos convidados das conversas de

galeria dos meses de maio a julho e a sessão fotográfica com os participantes do café, promovida por Francisco de Souza, também vizinho.

**Conversa de Galeria:** mediação e experimentação, na qual o vizinho convidado do mês parte da sua experiência e seus lugares de fala para visitar e comentar com o público do MAR uma exposição ou as obras de um artista. Esta ação propõe pensar o espaço expositivo como um lugar vivo, de compartilhamento de experiências, narrativas e representatividade. É o vizinho do MAR como artista, educador, público e curador, propondo deslocamentos, percursos e novas leituras com os diversos públicos do museu. Neste período realizamos três Conversas de Galeria, contando com a participação de 110 pessoas, dentre as quais destacamos a conversa realizada no dia 21 de maio, na exposição “Meu Mundo Teu - Alexandre Sequeira”, com Aline Mendes (Moradora do Morro da Providência e assistente de produção da exposição) e Janaina Melo (Curadora da mostra e gerente de educação da Escola do Olhar), que integrou a programação da 15ª Semana nacional de museus.

**Ações em parceria:** partindo da compreensão do museu como um espaço orgânico, de agenciamentos e parte de um processo de transformação vivenciado na região portuária, as ações em parcerias são desenvolvidas com o intuito de valorizar a criatividade social, as expertises do território e a produção de conhecimento/ discursos colaborativos. Assim, o museu produz junto os significados e lugares que ocupa na relação cotidiana com o território e no imaginário de seus moradores. Além disto, como um espaço público é ocupado por uma série de interesses que abarcam a diversidade territorial. No trimestre, realizamos 2 ações em parceria:



Parceria com o projeto Galeria Providência - “Grafite em debate: Galeria Providência”. O debate realizado no dia 11 de julho, contou com a participação de 110 pessoas, entre artistas, moradores da região portuária, estudantes, pesquisadores e professores, convidados a refletir sobre os desafios, conflitos e convergências da cena

urbana.

- Parceria com o CRAS Quinze de Maio - Visitas às exposições do MAR com os usuários (crianças, jovens e idosos) do CRAS do bairro do Caju. Com o intuito de potencializar a relação e garantir a acessibilidade num sentido amplo, disponibilizamos 2 ônibus que facilitam os deslocamentos. Ressaltamos que, maioritariamente, este foi o primeiro contato destes visitantes com o museu.

Os cursos da linha “**Ofícios e saberes da Região**” acontecerão no próximo trimestre. Além disso, destacamos a inscrição da conversa de galeria com vizinho convidado no Prêmio Ibero-Americano de Educação e Museus.

Para este indicador, propomos a ampliação do seu descritivo para também considera o número de vizinhos que participam de cursos e demais atividades da programação do museu. Esta proposta será melhor detalhada no documento anexo – Proposta de alteração de indicadores e metas.

**Área Temática:** Comunicação e Imprensa

**Indicador 4.1:** Número acumulado de inserções sobre o Museu de Arte do Rio em veículos de comunicação, públicos e privados, e por meio de mídia espontânea

**Fórmula de Cálculo:** número acumulado de matérias publicadas em veículos de comunicação

**Fonte de Comprovação:** relatórios gerenciais, clipping eletrônico do MAR ou cópias impressas de matérias publicadas nas mídias.

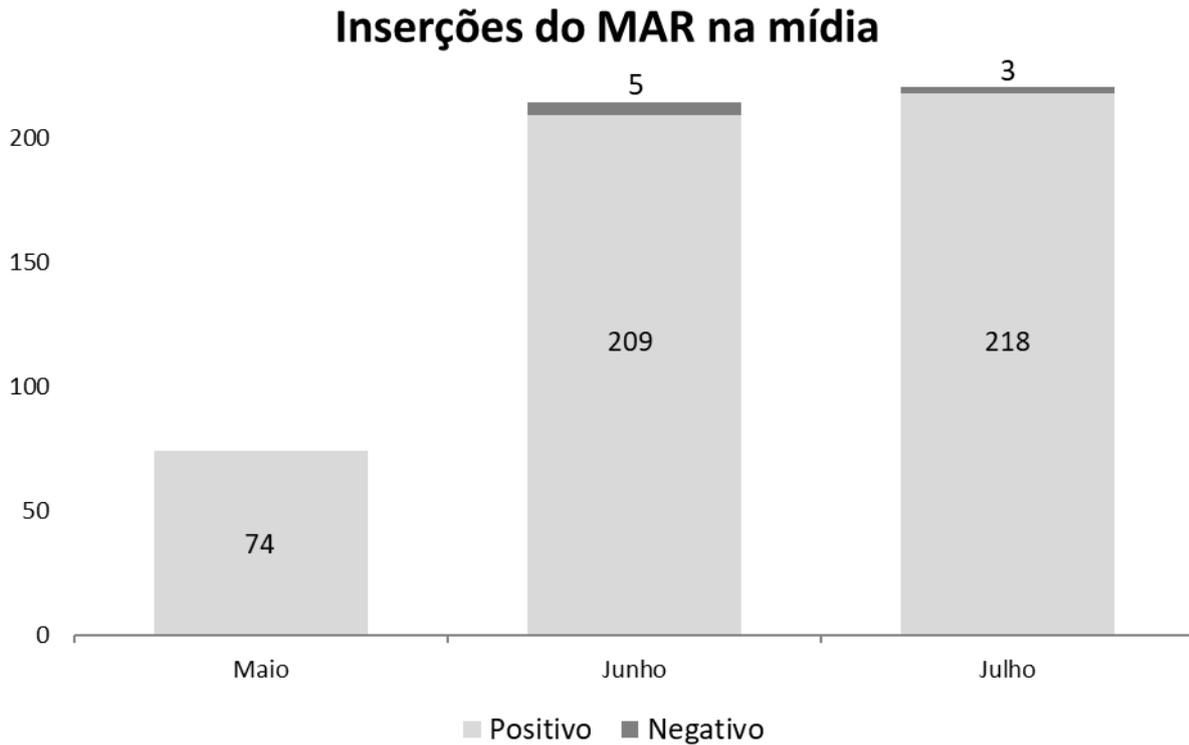
#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	450	509

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador busca mensurar a visibilidade do MAR por meio da quantidade de inserções do seu nome em matérias publicadas em veículos de mídia impressa e digital. Serão consideradas apenas as mídias espontâneas (não pagas). Já as matérias de um mesmo tema serão contabilizadas cada vez que aparecer em um veículo de comunicação.

Este resultado é fruto do trabalho de relacionamento com a imprensa, seja ativo (quando buscamos o espaço na mídia) ou reativo (quando respondemos às demandas dos jornalistas) e é mensurado pelo clipping eletrônico do museu. Este material é recebido diariamente e analisado mensalmente pelo setor de Comunicação do MAR e pela assessoria de imprensa contratada, sendo cada publicação classificada em positiva ou negativa, com cálculo de centimetragem e valoração. De 28 de abril a 31 de julho de 2017, foram registradas 509 citações em veículos impressos e online. Destas, 501 foram positivas e 8 negativas. O retorno de mídia com base nas matérias publicadas atingiu o valor de R\$ 5.516.057,55, sendo a centimetragem 17.276,4.



Neste trimestre marcamos presença nos principais jornais impressos do país como O Globo (RJ), Metro (RJ), Extra (RJ), Jornal de Estágios e Empregos (RJ), O Dia (RJ), A voz da serra (Petrópolis - RJ) e Jornal do Turismo (RJ). As revistas Select, Veja Rio, 29H (aeroporto de Congonhas - SP), Arte Brasileiros, Casa Vogue e IstoÉ também repercutiram a nossa programação; além dos sites G1, Catraca Livre, Arte Informado, Bolsa de Arte, Visit Rio, Voy de Viaje e Fundação Nacional do Índio (Funai). Também registramos matérias nas TVs Globo, Brasil, Band News e Band. Na rádio, tivemos entrada na Rádio MEC.

As ações com maior repercussão positiva foram: a inauguração das exposições “Dja Guata Porã | Rio de Janeiro indígena” e “Da abstração ao Neoconcretismo: uma homenagem a Décio Vieira”, o show do Boogarins no MAR de Música, oportunidades de emprego, atividades de férias e ao período de gratuidade no mês de julho com a campanha MAR Aberto. A mostra “O nome do medo | Rio de Janeiro” permaneceu sendo destaque na mídia gerando matérias e críticas.

OBS.: a clipadora contratada, Clipping Service, não contempla matérias de rádio e TV.

**Área Temática:** Comunicação e Imprensa

**Indicador 4.2:** Número de seguidores nas mídias sociais

**Fórmula de Cálculo:** número de pessoas que seguem as páginas do MAR nas mídias sociais

**Fonte de Comprovação:** Relatório emitido pelo administrador das mídias sociais

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	200.000	246.481

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir o número de seguidores nos canais virtuais do MAR (Twitter, Facebook, Instagram). As redes sociais são importantes ferramentas de comunicação, com alta penetração e poder de difusão, essas redes tem grande importância na divulgação do projeto e na construção de novos públicos. É importante ressaltar que esta é uma meta incremental.

Em 31 de julho de 2017, o número total de seguidores acumulados das mídias sociais do MAR era de 246.481. Destes, 168.878 são fãs da página do MAR no Facebook, 20.177 são seguidores no Twitter e 57.426 no Instagram.

O engajamento no Facebook não apresentou um aumento tão expressivo quanto o observado no Instagram e Twitter. Apesar da estratégia de comunicação ser a mesma de períodos anteriores, a queda de público no museu e a forma como o Facebook tem atuado com as mudanças de visibilidade contribuíram para este resultado. Já o crescimento da popularidade do Instagram e a aposta do MAR nesta mídia social faz com que se perceba uma mudança na postura dos seguidores, que atualmente se interessam mais pelo Instagram do que pelo Facebook.

Neste trimestre, em julho, impulsionamos o post que aborda a campanha MAR Aberto e foi possível verificar o impacto positivo em relação ao post orgânico com maior alcance e envolvimento. O post orgânico sobre a gratuidade no Dia Internacional dos Museus registrou alcance de 30,5 mil envolvimento com reações, comentários e compartilhamentos de 1,9 mil. Já o post pago (impulsionado), gerou alcance de 87,7 mil envolvimento com reações, comentários, destes 7.080 foram orgânicos e 75.005 pagos.

Em decorrência da série de seminários do programa MAR na Academia neste trimestre, foram criados eventos e posts a fim de impulsionar as inscrições. O engajamento varia bastante de acordo com o tema das aulas e convidados para ministrar.

Analisando os eventos com maior alcance no período vemos o MAR de Música com o Boogarins apontando alcance de 197,9 mil, a abertura de “Dja Guatá Porã | Rio de Janeiro indígena” de 121,2 mil e o MAR na Academia: Interseções - Arquitetura, Cultura, Cidade que alcançou 71,4 mil.

Os posts sobre o Dia do Amigo, MAR Aberto e fim das exposições “O nome do medo | Rio de Janeiro” e “Meu mundo teu - Alexandre Sequeira”, foram alguns dos destaques do trimestre. E para marcar a abertura da exposição “Feito poeira ao vento | Fotografia na coleção MAR”, em 19 de agosto de 2017, iniciamos uma série de posts em julho com imagens e depoimentos dos artistas participantes da mostra, gerando engajamento na rede e curiosidade no público.

**Área Temática:** Comunicação e Imprensa

**Indicador 4.3:** Número de visitas ao website do Museu de Arte do Rio

**Fórmula de Cálculo:** número de visitas ao website do MAR

**Fonte de Comprovação:** Relatório emitido pelo administrador do website

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

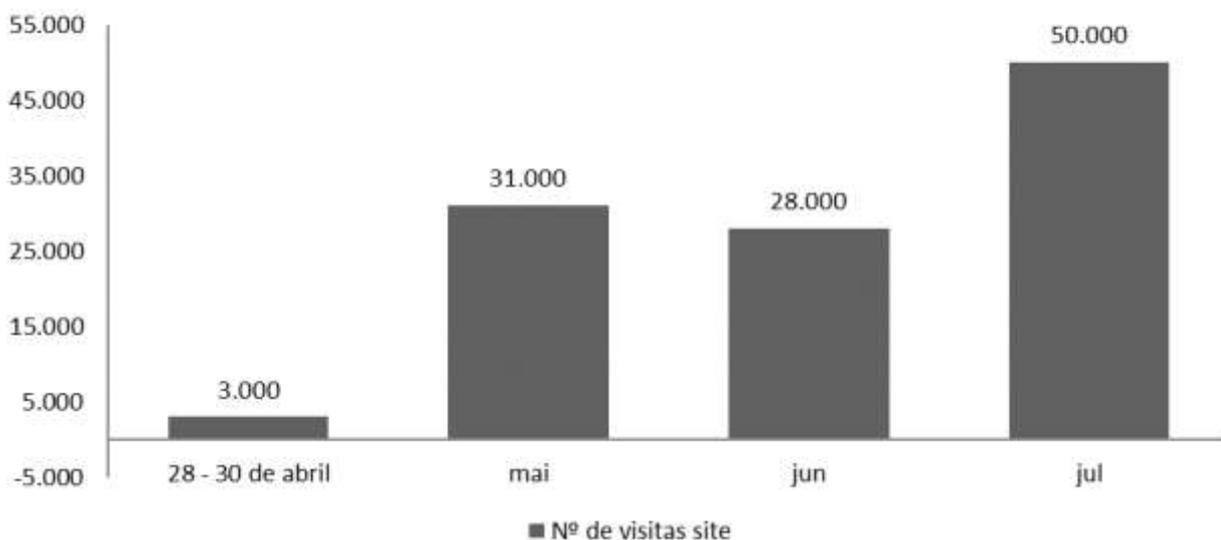
Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	330.000	112.000

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador busca medir o número de visitas ao website do museu. Assim como as redes sociais, a página na internet é uma importante fonte de divulgação do Museu, onde é possível se informar sobre localização, dias de funcionamento, valores dos ingressos e programação.

O número de acessos ao site é computado mensalmente, por meio da ferramenta Google Analytics. O número de visitas de 28 de abril a 31 de julho foi de 112.000, destes, 72,5% são novos visitantes do site e 27,5% retornantes.

### Nº de visitas do site



O cuidado com o desenvolvimento do conteúdo do site ao longo do ano, aplicando técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*), faz com que o website do museu esteja bem posicionado na busca orgânica do Google. A busca pelo termo “mar”, por exemplo, permanece tendo a página do

museu como a primeira opção. Outro fator favorável é a divulgação do endereço do site nas peças impressas e digitais do museu. O link para diversas páginas do site nas redes sociais, nos newsletters e em outros sites de referências também gerou muitos acessos.

As páginas “home”, “programação”, “exposições atuais”, “horários e ingressos” e “trabalhe conosco” foram as mais acessadas e com acesso por mais tempo, respectivamente. A abertura de vagas de trabalho, a campanha do MAR Aberto (gratuidade nos fins de semana de julho) e as atividades do MAR na Academia, impulsionadas pelas indicações das redes sociais, são as maiores causas do acesso.

Área Temática: Comunicação e Imprensa
Indicador 4.4: Número de publicações produzidas
Fórmula de Cálculo: número absoluto de publicações produzidas
Fonte de Comprovação: Cópia da publicação ou versão digital

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	1	1

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador mede a quantidade de publicações produzidas pela equipe do MAR, sem considerar impressão dos materiais, ou seja, poderão ser produzidas publicações em formato digital/ virtual.

A exposição *O nome do medo* | Rio de Janeiro, de Rivane Neuenschawander em colaboração com Guto Carvalhoneto, deu origem a uma publicação homônima. Organizada pela curadora da mostra Lisette Lagnado, a publicação apresenta o projeto desenvolvido pelos artistas com cerca de 200 crianças com o objetivo de criar as capas para os seus medos.

O livro conta com textos de Lisette Lagnado, Evandro Salles (diretor cultural do MAR), uma entrevista de Lisette Lagnado com Rivane Neuenschawander, textos de Maria Clara Boing e Natália Nichols (educadoras do MAR que acompanharam as oficinas com as crianças), Álvaro Razuk (arquiteto responsável pela exposição), Sofia Victorino, Carlos Drummond de Andrade e Torquato Neto. Além de imagens das oficinas, desenhos das crianças e processo de construção das capas.

O desenvolvimento da publicação foi coordenado pela equipe do Instituto Odeon, o projeto gráfico é do Bloco Gráfico, a produção editorial de Débora Oeslsner, produção gráfica de Lilia Góes e fotografia de Pedro Agilson. Foram produzidos 2000 exemplares que estão sendo distribuídos gratuitamente a instituições culturais e de educação, às escolas participantes das oficinas, artistas e público em geral.



O evento de lançamento aconteceu no MAR em 3 de junho e contou com a presença da artista, da organizadora, das crianças que participaram do projeto e do público em geral.

**Área Temática:** Captação de Recursos de Relacionamento

**Indicador 5.1:** % receita operacional (bilheteria, locação, cessão onerosa) em relação ao total de Repasse do Contrato de Gestão

**Fórmula de Cálculo:** (total da receita operacional / total de repasse Contrato de Gestão) x 100

**Fonte de Comprovação:** Planilha de controle de visitação do pavilhão e notas de faturamento de locação de espaço e cessão onerosa

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	15%	10%

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a participação da receita operacional em relação ao total de repasse do contrato de gestão, em regime de caixa. A receita operacional do museu são os recursos arrecadados com bilheteria, cessão onerosa de espaço para eventos e as permissões onerosas de espaço para café, loja e restaurante. Essas atividades são uma importante fonte de receitas para a instituição.

Neste período avaliatório, a receita operacional bruta do MAR, foi de R\$340.824,00, conforme detalhado na tabela abaixo, representando 10% do valor do repasse feito pela Prefeitura para a execução do quadrimestre, considerando o regime de caixa. A tabela abaixo apresenta estes dados de forma detalhada:

Receitas Operacionais					
	28 a 30. Abril	Maio	Jun	Jul	Total
Bilheteria	6.308	53.828	50.495	55.635	166.266
Locações de Espaços (eventos)		26.560	76.275	21.500	124.335
Venda de Produtos		2.580		832	3.412
Café		4.578	3.247	4.002	11.826
Restaurante			17.613	8.808	26.421
Loja		2.855	2.855	2.855	8.564
<b>TOTAL</b>	<b>6308</b>	<b>90.400</b>	<b>150.484</b>	<b>93.631</b>	<b>340.824</b>

A redução de público dos meses de maio e junho impactou a receita de bilheteria. Em julho, o aumento do número de visitantes não gerou impactos significativos, tendo em vista que 86% do público teve entrada gratuita por meio da campanha MAR Aberto e visitas às terças-feiras.

As demais receitas mantiveram a arrecadação média apresentada nos meses anteriores. Cabe ressaltar que a permissão onerosa do restaurante do mês de maio foi paga com atraso junto a parcela do mês de junho.

Por outro lado, a cessão onerosa de locação de espaços apresentou um aumento de 77% comparado ao período anterior.

**Área Temática:** Captação de Recursos de Relacionamento

**Indicador 5.2:** % de Receita de Patrocínio em relação ao total em relação ao total de Repasse do Contrato de Gestão

**Fórmula de Cálculo:** (total de receita de patrocínio / total de Repasse do Contrato de Gestão) x 100

**Fonte de Comprovação:** Recibo de mecenato e extrato bancário confirmando depósito

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	40%	17%

#### Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Esse indicador tem o objetivo de medir o percentual de receitas de patrocínio geradas em relação aos repasses do Contrato de Gestão, em regime de caixa. As receitas de patrocínios são os recursos arrecadados de empresas por meio de leis de incentivo (federal, estadual, municipal) ou de outras formas (recursos não incentivado).

De 28 de abril a julho, o MAR captou R\$606.961,00, o que representa 17% do total do repasse do Contrato de Gestão - que vem sendo utilizado para realizar as atividades finalísticas do MAR, como exposições e atividades da Escola do Olhar.

Do total captado, R\$500.000,00 refere-se ao patrocínio do Grupo Globo via lei Rouanet, R\$ 50.000,00 é a parcela final do patrocínio da Petrobras à exposição *Leopoldina: Princesa da Independência, das Artes e das Ciências*, via lei estadual de incentivo à cultura, desembolsado após apresentação da prestação de contas.

Além disso, a parcela final (20%) de R\$4.948,00 do projeto MAR na Academia recebido após aprovação da prestação de contas da primeira parcela (80%). As doações sem incentivo somam R\$ 52.012,00, deste valor R\$2.012,00 foi captado via programa MAR de Amigos e R\$50.000,00 é referente a doação da empresa Brookfield.

A captação reduzida do período alerta para as dificuldades de captação de recursos no atual cenário. Para minimizar os impactos, a proposta continua sendo a diversificação das fontes, além de buscar captação por meio das leis de incentivo nas três esferas - municipal, estadual e federal - também são prospectados patrocínios com verbas diretas e parcerias com outras instituições.

**Área Temática:** Captação de Recursos de Relacionamento

**Indicador 5.3:** Número de pessoas cadastradas no Programa MAR de Amigos

**Fórmula de Cálculo:** número acumulado de pessoas participantes do Programa MAR de Amigos

**Fonte de Comprovação:** Planilha de controle de pessoas cadastradas

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	7.640	7.481

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador refere-se ao número total de pessoas cadastradas ao programa Mar de Amigos, um programa de fidelização e captação de recursos de pessoas físicas. Este programa oferece benefícios pela participação em busca de um maior engajamento e um relacionamento mais próximo com esse público. Essa é uma meta incremental. Entre 28 de abril e 31 de julho, foram cadastrados 432 novos amigos, totalizando um acumulado de 7.481 cadastrados equivalente a 98% da meta.

Desde o aniversário de 4 anos em março de 2017, o programa está usando uma nova estratégia de ação, voltado para campanhas específicas com objetivo de ter uma comunicação mais próxima e incentivar o retorno do público ao museu.

Em maio e junho, o MAR de Amigos funcionou sem a figura do promotor - profissional que oferece a adesão do programa aos visitantes do MAR - isso devido a falta de recursos para manutenção deste custo. A ausência deste profissional gerou uma redução na adesão dos visitantes. Como medida compensatória, foram realizadas campanhas frequentes pelas redes sociais.

Em julho, foi possível retornar com o serviço do promotor desenvolvendo a divulgação direta do programa nos pilotis do museu, tendo uma meta de 10 novos amigos por semana.

Também em julho, foi realizada uma campanha relacionada ao dia internacional do Amigo, na qual todos os participantes do programa tinham entrada gratuita e ainda poderiam participar de uma visita exclusiva à exposição Dja Guata Porã.



**Área Temática:** Captação de Recursos de Relacionamento

**Indicador 5.4:** Número de ações realizadas pelo MAR em parceria com outras instituições

**Fórmula de Cálculo:** número acumulado de ações realizadas pelo MAR em parceria com outras instituições

**Fonte de Comprovação:** Planilha de controle de atividades da Escola do Olhar, material gráfico de divulgação com grid de marcas, programação mensal e/ou lista de presença com registro dos participantes.

### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	20	43

### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador busca mensurar quantas ações desenvolvidas no MAR foram realizadas em parcerias com outras instituições. Essas parcerias são uma forma importante de viabilizar os projetos, embora, algumas vezes, não haja aporte direto de recursos ou nem sempre o valor total da ação seja custeado, muitos projetos do Museu ocorrem em parceria com outras instituições a fim de possibilitar sua execução e/ou ampliar seu alcance.

O MAR desenvolve muitas ações em parceria, especialmente na área educativa, gerando propostas mais alinhadas com as necessidades da sociedade, mais democráticas e participativas e também com menor custo pois estes são compartilhados com os parceiros.

No período avaliatório, foram realizadas 43 ações em parceria. Dentre os principais parceiros destacam-se:

Secretaria Municipal de Educação: por meio do Núcleo Interdisciplinar de Apoio às Unidades Escolares (NIAP), a SME e o MAR têm desenvolvimento diversas ações de formação com professores.

D+3: fruto de uma parceria consolidada, o MAR e a D+3 realizaram pelo terceiro ano consecutivo o Choro na Gamboa, dois dias de grandes apresentações gratuitas realizadas por mestres do chorinho, com curadoria de Yamandu Costa e apresentação de Pedro Miranda, além da participação de Luís Barcelos, Projeto Irineu de Almeida, Leo Gandelman, Arismar do Espírito Santo, Alexandre Ribeiro, Fábio Peron, Izaias e seus chorões, Silvério Pontes e Choro na Rua.

Museu do Amanhã: Em julho, foi realizada a primeira agenda colaborativa desenvolvida entre o MAR e o Museu do Amanhã: o seminário Convergências entre arte e ciência. A experiência que promoveu a cada encontro, o diálogo entre um artista e um cientista foi um sucesso.

Circo Voador: durante o período em avaliação, o MAR manteve a bem-sucedida parceria iniciada em 2015 com o Circo para o desenvolvimento do projeto MAR de Música. Para o próximo período, a equipe MAR assumirá o novo desafio de fazer a curadoria e produção do projeto.

**Área Temática:** Gestão e Infra-Estrutura

**Indicador 6.1:** Satisfação do público com o serviço prestado

**Fórmula de Cálculo:** Somatório do índice de satisfação de cada pesquisa realizada / número de pesquisas aplicadas

**Fonte de Comprovação:** questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	80%	-

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este tem o objetivo de medir a satisfação dos visitantes do museu com a qualidade do serviço prestado. Deve-se coletar informações minimamente sobre a qualidade do atendimento dos funcionários, limpeza e conservação do prédio e qualidade do serviço prestado pelo café, loja e restaurante.

No trimestre em avaliação, não foi realizada a pesquisa de satisfação no formato tradicionalmente aplicado. A exemplo dos demais indicadores de satisfação, propomos a aplicação da metodologia **Net Promoter Score - NPS**, criada por **Fred Reichheld** nos Estados Unidos e apresentada em 2003 em um artigo da *Harvard Business Review*. Após a publicação do artigo, o autor lançou o livro *A Pergunta Definitiva*, considerado material indispensável para aplicação da metodologia.

Esta é uma métrica simples e efetiva - que vem sendo amplamente utilizada - que substituirá a pesquisa de satisfação que tradicionalmente aplicamos. No documento (Proposta de alteração de indicadores e metas) anexo a este Relatório, detalhamos esta metodologia e indicaremos que seja adotada neste indicador também para esta medição.

**Área Temática:** Gestão e Infraestrutura

**Indicador 6.2:** % de colaboradores do MAR que são moradores da região

**Fórmula de Cálculo:** (número de funcionários do MAR moradores da região/total de funcionários do MAR) x 100

**Fonte de Comprovação:** planilha de controle e comprovante de residência dos funcionários moradores da região

#### Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta	Resultado em Jul/2017
28 de abril a 31 de julho de 2017	7%	14%

#### Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem por objetivo mensurar o número de colaboradores do MAR que são moradores do entorno. Como recorte territorial está sendo considerada toda a zona portuária, além de bairros próximos ao museu, como Centro, Lapa, Caju e São Cristóvão. Esta é uma forma de estabelecer e estreitar laços com a comunidade e também um compromisso social, gerando emprego e renda para a região.

Em 31 de julho, o quadro de colaboradores totaliza 71 pessoas, destas 10 moradoras dos bairros do entorno, o equivalente a 14%. Apesar da meta ter sido superada neste período, este indicador mostra-se bastante desafiador, uma vez que exige grande esforço da equipe de Recursos Humanos na divulgação da vaga e na busca de profissionais locais alinhados ao perfil dos processos seletivos que foram abertos no período.

#### 4. Análise Financeira

Este relatório apresenta os demonstrativos de receitas e despesas do período compreendido entre 28 de abril de 2017 e 31 de julho de 2017 em regime de caixa, além de uma análise comparativa entre o previsto e o realizado.

A arrecadação do período ficou acima do previsto. A receita teve um impacto positivo causado, principalmente, pelo aumento nas cessões de espaços para eventos. O quadro abaixo detalha os valores arrecadados, sempre em regime de caixa e em valores brutos, ou seja, não deduzidos impostos e taxas:

Demonstrativo de Receitas					
Previsto	28 a 30 Abril	Maio	Junho	Julho	Total
Repasse Contrato de Gestão		3.500.000	0	0	3.500.000
Receita Operacional		90.400	89.500	41.100	221.000
<b>TOTAL RECEITAS</b>		<b>3.590.400</b>	<b>89.500</b>	<b>41.100</b>	<b>3.721.000</b>
Realizado	28 a 30 Abril	Maio	Junho	Julho	Total
Repasse Contrato de Gestão		3.500.000			3.500.000
Receita Operacional	6.308	90.400	150.484	93.631	340.824
<b>TOTAL RECEITAS</b>	<b>6.308</b>	<b>3.590.400</b>	<b>150.484</b>	<b>93.631</b>	<b>3.840.824</b>

O novo contrato de gestão exigiu uma reorganização geral das despesas do Museu de Arte do Rio que impactou em especial as despesas de custeio: Pessoal, Administrativa, Manutenção e Operações. Diante desta necessidade de cortes, a previsão de despesas apresenta valores bastante reduzidos em comparação com períodos anteriores. No total, as despesas ficaram abaixo do previsto para o trimestre.

Demonstrativo de Despesas					
Previsto	28 a 30.abril	Maio	Junho	Julho	Total
Despesas com Pessoal		-769.800	-673.410	-673.410	-2.116.620
Despesas Administrativas		-68.234	-48.795	-47.945	-164.974
Manutenção e Operação		-395.922	-270.229	-270.729	-936.880
<b>TOTAL DESPESAS</b>		<b>-1.233.956</b>	<b>-992.434</b>	<b>-992.084</b>	<b>-3.218.474</b>
Realizado	28 a 30.abril	Maio	Junho	Julho	Total
Despesas com Pessoal	-13.951,99	-769.853	-549.734	-535.668	-1.869.207
Despesas Administrativas	-3.589,72	-72.238	-77.891	-75.679	-229.398
Manutenção e Operação	-4.516,4	-421.778	-299.544	-309.725	-1.035.563
Despesas de Comunicação	0	-11.439	-1.660	-906	-14.006
Ações Educativas / Culturais		-5.081	-8.298	-12.287	-25.667
<b>TOTAL DESPESAS</b>	<b>-2.2058,11</b>	<b>-1.280.389</b>	<b>-937.128</b>	<b>-934.265</b>	<b>-3.173.841</b>

Analisando cada grupo de despesa é possível considerar alguns pontos:

#### Despesas de pessoal

Diante do cenário de ajustes e cortes, fez-se necessário reestruturar a equipe reduzindo o número de colaboradores. Em maio, a despesa com pessoal é bastante superior aos meses seguintes devido ao pagamento dos custos de rescisão.

Já em junho e julho, é possível verificar a diminuição significativa das despesas com pessoal, inclusive compensando as despesas de manutenção, administração e comunicação, executadas acima do planejado

#### Despesas administrativas

A execução das despesas administrativas ficou acima do planejado. Um dos fatores que contribuiu para a execução a maior foi a necessidade de desembolso para pagamento da última parcela da contratação de auditoria externa e a publicação do balanço patrimonial realizadas respectivamente em junho e julho, mas inicialmente não previstas para o período.

Além disso, é importante considerar que o aumento da cessão de espaços para eventos implica no pagamento do percentual para a Assessoria de negócios, responsável pela prospecção. Apesar disso, a equipe vem empenhando todos os esforços na revisão de contratos e redução de custos.

Despesas de manutenção e operações:

As despesas de manutenção apresentaram uma variação em relação ao previsto. As despesas que impactaram significativamente o aumento do gasto foram os serviços de segurança patrimonial e limpeza. Até maio, os contratos realizados com as empresas prestadoras dos serviços de segurança e limpeza tinham valores mais altos. A partir de junho, a revisão destes contratos aliada a redução das equipes terceirizadas possibilitaram uma economia de cerca de 35% no custo de segurança patrimonial e 15% no serviço de limpeza, além disso houve também um rateio entre outras fontes.

Já em julho, observando a capacidade de o Contrato de Gestão abarcar a totalidade destes serviços tendo em vista a economia em outros itens, a despesa voltou a ser paga integralmente com esta fonte.

Em 31 de julho, o saldo total era de R\$ 5.926.841,80 composto pelas seguintes contas do Banco Itaú:

Recursos do Contrato de Gestão	
Itaú AG 6002 - 18681-2 - Conta Corrente	3.499,07
Itaú AG 6002 - 18681-2 - Aplicação	3.092.690,51
Receitas Operacionais	
Itaú AG 6002 - 18690-3 - Conta Corrente	4.498,77
Itaú AG 6002 - 18690-3 - Aplicação	2.826.153,45

A despeito do saldo nas contas, é importante destacar que em 31 de julho, o saldo total abarcava R\$2.047.000,00 a título de provisionamento de despesas e encargos, sendo esse valor variável mensalmente para cima e/ou para baixo, conforme quitação e/ou constituição de obrigações. Os valores em questão ficam reservados em aplicação específica e somente são movimentados nos em caso de quitação e/ou constituição das obrigações.

Além disso, por ser apresentado em regime de caixa, existem compromissos assumidos a serem liquidados em período futuro.

Para o próximo trimestre, se mantém as negociações para captação de recursos, uma vez que apenas o contrato de gestão e as receitas geradas não são capazes de abarcar todo o orçamento de custeio e manutenção. Além disso, toda a equipe reúne todos os esforços para atuar com economicidade e eficiência em consonância com as boas práticas de gestão.

## 5. Considerações Finais

O presente relatório celebra o primeiro período avaliatório - 28 de abril a 31 de julho de 2017 - referente ao segundo Contrato de Gestão nº 12.712/2017 que será executado de abril de 2017 a abril de 2019.

O programa de exposições inaugurou a exposição Dja Guata Porã, a grande mostra do ano que ocupa todo o terceiro andar e que foi desenvolvida por meio de um rico processo de diálogo com povos indígenas do Rio de Janeiro. Além disso, o MAR comemorou o sucesso de sua primeira exposição extramuros Da *abstração ao neoconcretismo: uma homenagem a Décio Vieira* realizada no SESC Quitandinha.

A exposição O Nome do Medo, encerrada neste trimestre foi um dos pontos de interesse do público. O lançamento do livro que fala sobre o processo de desenvolvimento das capas, com imagens das oficinas, desenhos das crianças e detalhes da construção das obras foi outro ponto de destaque.

A programação da Escola do Olhar alcançou a marca de 32 atividades, entre cursos, oficinas e seminários. Um dos destaques é o Programa MAR na Academia que desenvolveu um programa robusto e diversificado, capaz de superar a meta do ano e, principalmente, reunir o conhecimento acadêmico e tantos outros saberes no mesmo espaço, desconstruindo os lugares hegemônicos do conhecimento.

O período de férias é propício para as atividades que direcionadas para o público infantil e famílias, por isso, investimos as duas últimas semanas do mês de julho na realização do Férias no MAR que contou com Laboratórios de Criação, atividades no Pavilhão e a visitas panorâmicas. Também aproveitando as férias e o público do período, foi desenvolvida uma campanha de gratuidade: MAR Aberto que oferecia gratuidade a todos os fins de semana. Assim, julho atingiu o maior número de visitantes do trimestre, sendo mais de 80% com entrada gratuita.

Quanto a comunicação, o destaque é a inclusão dos seguidores do Twitter e Instagram na forma de cálculo do indicador. Assim, é possível avaliar melhor as diversas estratégias de comunicação implementadas pela equipe, além de avaliar como o público prefere se relacionar com o mar. Outro destaque é o Programa MAR de Amigos que vem ampliando a quantidade de inscritos e, principalmente, consolidando o relacionamento com o público através de campanhas nas mídias sociais, informativos e ações de engajamento.

A catalogação do Acervo MAR não apresentou o mesmo crescimento do período anterior, no entanto, a coleção mantém um alto percentual de itens catalogados e a equipe MAR se reorganiza para dar início a nova etapa do projeto de catalogação que será iniciada em agosto, por meio do investimento do BNDES.

De maneira geral, os resultados do trimestre foram positivos, no entanto, alguns pontos exigem atenção especial, seja nas estratégias de ação para alcance das metas ou na análise dos indicadores. Anexo a este relatório, segue a Proposta de alteração de indicadores e metas

dedicada a apresentar um estudo sobre os indicadores, sua descrição e formas de cálculo, visando realizar ajustes e propor alterações para a melhoria dos processos de monitoramento e controle.

O esforço para buscar soluções criativas que garantam o cumprimento das metas é contínuo e intenso. Neste período, os indicadores que se apresentam como os mais desafiadores são: o número de público participante de visitas educativas (3.1), o número de público com perfil estudante participantes de visitas educativas (3.2) e o percentual de recursos captados em relação ao contrato de gestão (5.2).

Apesar de todo o cenário de cortes e reestruturação, as receitas e despesas estão equilibradas. Para isso, foi necessário reduzir a equipe além do trabalho contínuo na captação de recursos, diversificação de fontes de recursos e parceiros, a fim de manter a estrutura e a programação do MAR funcionando com a excelência já reconhecida pelo público. Para o próximo trimestre, o desafio é ampliar a captação e os esforços para atuar com economicidade e eficiência em consonância com as boas práticas de gestão.

A excelência é uma marca do trabalho do Instituto Odeon, com foco em resultados que agreguem valor a sociedade, a equipe mantém um monitoramento atento e constante de todas as metas, avaliando os obstáculos e propondo planos de ação e estratégias a fim de atingir as metas pactuadas.

## 6. Comprovantes de Regularidade Trabalhista, Previdenciária e Fiscal



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
**Secretaria da Receita Federal do Brasil**  
**Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional**

**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS FEDERAIS E À DÍVIDA ATIVA DA UNIÃO**

**Nome: INSTITUTO ODEON**  
**CNPJ: 02,612,590/0001-39**

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que não constam pendências em seu nome, relativas a créditos tributários administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e a inscrições em Dívida Ativa da União junto à Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Esta certidão é válida para o estabelecimento matriz e suas filiais e, no caso de ente federativo, para todos os órgãos e fundos públicos da administração direta a ele vinculados. Refere-se à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN e abrange inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' a 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://www.receita.fazenda.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.fazenda.gov.br>>.

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1,751, de 02/10/2014.  
 Emitida às 10:49:48 do dia 17/07/2017 <hora e data de Brasília>.  
 Válida até 13/01/2018.  
 Código de controle da certidão: **5B2B.59EB.8A40.7F99**  
 Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

<https://www.sifge.caixa.gov.br/Empresa/Crf/Crf/FgeCFSImprimirPapel...>

IMPRIMIR

VOLTAR



### Certificado de Regularidade do FGTS - CRF

**Inscrição:** 02612590/0002-10

**Razão Social:** ODEON COMPANHIA TEATRAL

**Endereço:** RUA JOAQUIM NABUCO 201 / COPACABANA / RIO DE JANEIRO / RJ / 22080-030

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

**Validade:** 30/07/2017 a 28/08/2017

**Certificação Número:** 2017073005501039084242

Informação obtida em 03/08/2017, às 10:23:52.

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei está condicionada à verificação de autenticidade no site da Caixa: [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br)



PROCURADORIA GERAL DO ESTADO

**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS EM DÍVIDA ATIVA**

Certifico, tendo em vista as informações fornecidas pelo Sistema da Dívida Ativa, referente ao pedido **42693/2017**, que no período de **1977 até 18/05/2017 NÃO CONSTA DÉBITO INSCRITO** em Dívida Ativa para o contribuinte abaixo:

RAZÃO SOCIAL: **INSTITUTO ODEON**CNPJ: **02.612.590/0002-10** INSCRIÇÃO ESTADUAL: **86.82524,4**

A certidão negativa de Dívida Ativa e a certidão negativa de ICMS ou a certidão para não contribuinte do ICMS somente terão validade quando apresentadas em conjunto.

A aceitação desta certidão está condicionada a verificação de sua autenticidade na INTERNET, no endereço <http://www.dvidaativa.rj.gov.br>.

CÓDIGO CERTIDÃO: **5R01.5210.71S1.0220**

Esta certidão tem validade até **15/11/2017**, considerando 180 (cento e oitenta) dias após a data da pesquisa cadastral realizada em **19/05/2017** às **14:40:35,7**, conforme artigo 11 da Resolução N. 2690 de 05/10/2009.

Em caso de dúvida, recorra a PROCURADORIA:

Procurador – da Dívida Ativa

Rua do Carmo, 27 Térreo, Centro

Emitida em 03/08/2017 às 10:27:48,0

 <b>PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO</b> SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA COORDENADORIA DO ISS E TAXAS	Nº Autenticação: <b>6508506221</b>
	Órgão: F/SUBTF/CIS 4
	Controle: 14099/2017

----- NOME / RAZÃO SOCIAL / ENDEREÇO -----

**INSTITUTO ODEON**

**PRC MAUA 5**

**CENTRO RIO DE JANEIRO 20081-240 RJ**

CNPJ/CPF	INSCRIÇÃO MUNICIPAL	
02.812.590/0002 10	ANTIGA: *****XX	NOVA: D.583.340-0

**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITO DO IMPOSTO SOBRE SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA - Modelo I**

*CERTIFICO* que, até a presente data, em relação ao contribuinte acima qualificado, não há auto de infração, nota de lançamento, parcelamento, débito confessado em pedido de parcelamento ou nota de débito pendentes de pagamento integral, ou débito escriturado em livro fiscal ou declarado por meio eletrônico, vencidos e não pagos. Este certificado assegura ao Município o direito de cobrança de qualquer débito que vier a ser verificado posteriormente, inclusive no que diz respeito às penalidades cabíveis previstas na legislação em vigor. A presente Certidão, válida apenas em relação ao estabelecimento acima referido, não se estende perante qualquer órgão público ou privado.

*VALIDADE:* 180 (cento e oitenta) dias a contar da data de emissão.

Certidão expedida com base na Resolução SMPF nº 1887 de 15/09/2003 e alterações posteriores.



Rio de Janeiro, 2 de MAIO de 2017. HORA: 15:00

Carimbo e Assinatura do Fiscal de Rendas

----- OBSERVAÇÕES -----

A autenticidade desta certidão deverá ser confirmada na página da Secretaria Municipal de Fazenda na internet no endereço <http://www.rio.rj.gov.br/smf>

O presente documento não certifica inexistência de débitos do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza declarados pelo contribuinte no âmbito do Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional. Caso o contribuinte seja ou tenha sido optante pelo Simples Nacional nos últimos 5 (cinco) anos, a presente certidão deverá ser complementada por certidão de Situação Fiscal fornecida pela Receita Federal do Brasil.

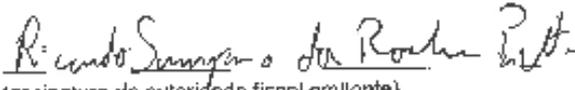
CPF: 02.812.590/0002-10



Governo do Estado Rio de Janeiro  
Secretaria de Estado de Fazenda

Impressão: 10/05/2017 - 10:12:01

CERTIDÃO DE REGULARIDADE FISCAL Nº 10-2017/0010713-2  
**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS - CND**

IDENTIFICAÇÃO DO REQUERENTE	
CPF / CNPJ	02.612.590/0002-10
CAD-ICMS	ATIVO
NOME / RAZÃO SOCIAL	INSTITUTO ODEON
<p>CERTIFICAMOS, para os fins de direito, e de acordo com as informações registradas nos Sistemas Corporativos da Secretaria de Estado de Fazenda, que, até a presente data, <b>NÃO CONSTAM DÉBITOS</b> perante a RECEITA ESTADUAL para o requerente acima identificado, ressalvado o direito de a Receita Estadual cobrar e inscrever as dívidas de sua responsabilidade, que vierem a ser apuradas.</p> <p>EMITIDA EM: 10/05/2017 AS 10:12:00 VÁLIDA ATÉ: 06/11/2017</p> <p style="text-align: center;">             (assinatura da autoridade fiscal emitente)            Nome: RICARDO SAMPAIO DA ROCHA PITTA            Matrícula: 3000055-8         </p>	
OBSERVAÇÕES	
<p>Esta certidão deve estar acompanhada da Certidão Negativa da Dívida Ativa, emitida pelo órgão próprio da Procuradoria Geral do Estado, nos termos da Resolução Conjunta PGE/SER nº 33/2004.</p> <p>A autenticidade desta certidão pode ser confirmada pela Internet (<a href="http://www.sefaz.rj.gov.br">www.sefaz.rj.gov.br</a>).</p> <p>A verificação de débitos é efetuada pelo CNPJ do requerente, abrangendo sua regularidade fiscal e de estabelecimentos que porventura possuir com mesma raiz de CNPJ. A razão social, quando indicada, é informação apenas ilustrativa.</p> <p>O campo CAD-ICMS atesta a situação do CNPJ do requerente no Cadastro Estadual de Contribuintes do ICMS: ATIVO - estabelecimento inscrito e ativo; DESATIVADO - estabelecimento inscrito e desativado; NÃO INSCRITO - estabelecimento sem qualquer inscrição. No caso de estabelecimento inscrito no CAD-ICMS, sua identificação deverá ser obtida pelo Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral (<a href="http://www.sefaz.rj.gov.br">www.sefaz.rj.gov.br</a>).</p> <p>A condição de não-inscrito ou desativado não desobriga o requerente de possuir inscrição ativa no CAD-ICMS caso exerça atividade relacionada no artigo 31 da Resolução SEF nº 2.881/97 (texto disponível em <a href="http://www.sefaz.rj.gov.br">www.sefaz.rj.gov.br</a>).</p>	
FINALIDADE (A SER INFORMADA EM CASO DE DETERMINAÇÃO JUDICIAL):	

Modelo aprovado pela Resolução SER nº 310/2006.

## 7. Declaração do Dirigente da Organização Social

Declaro, para todos os fins, que são verídicas todas as informações contidas no 1º Relatório Gerencial do Contrato de Gestão firmado entre a Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro e o Instituto Odeon. Declaro, ainda, que as fontes de comprovação dos indicadores e produtos estão disponíveis para análise dos representantes da Comissão Técnica de Acompanhamento e Avaliação e dos servidores dos órgãos de controle da Prefeitura do Município do Rio de Janeiro.

---

Jimmy Keller  
Diretor de Operações e Finanças

---

Ana Carolina Lara  
Diretora Executiva

## ANEXO

### Proposta de alteração de indicadores e metas

Contrato de Gestão firmado entre a Secretaria Municipal de Cultura e o Instituto Odeon

Passados os primeiros três meses deste novo contrato, considerando o desenvolvimento das ações inicialmente planejadas, propomos uma revisão em alguns indicadores para melhor adequá-los ao desdobramento real dessas atividades.

Abaixo, seguem as proposições, seguidas de justificativas e texto final dos descritivos que devem substituir os textos anteriores.

#### a. Indicadores

Indicador 2.3 – porcentagem de satisfação dos visitantes com o programa expositivo.

Indicador 3.3 – porcentagem de satisfação do público com a visita educativa

Indicador 3.6 – porcentagem de satisfação do público com as atividades da Escola do Olhar

Indicador 6.1 – Satisfação do público com o serviço prestado

#### Solicitação

1. Alteração da metodologia de coleta e sistematização dos dados da pesquisa de satisfação tradicional para aplicação do NPS – Net Promoter Score. Consequente alteração no descritivo do indicador e na meta.
2. Combinação dos indicadores 2.3 e 6.1, transformando-os em um único: satisfação do público (métrica NPS) com o serviço prestado.

#### Justificativa

Um dos grandes desafios para qualquer equipamento cultural é criar sua sustentabilidade. Diante da escassez cada vez maior de recursos, tanto públicos quanto privados, garantir o engajamento e reconhecimento pelo público, levando a uma posterior fidelização, é uma das soluções que deve compor o esforço para atrair um fluxo contínuo de investimentos. Ter dados concretos de boa reputação e engajamento dos equipamentos culturais poderá definir pela preservação de investimentos culturais pelos governantes e patrocinadores que se deparam com a necessidade de escolha na aplicação de recursos diariamente.

Com o objetivo de avançar na direção da criação de um indicador de efetividade e geração de valor público, o Instituto Odeon propõe a introdução do Net Promoter Score – NPS no Museu de Arte do Rio – mar.

A metodologia do NPS, criada por **Fred Reichheld** nos Estados Unidos, foi apresentada em 2003 em um artigo da *Harvard Business Review*. Após a publicação do artigo, o autor lançou o livro *A*

**Pergunta Definitiva**, considerado material indispensável para aplicação da metodologia que vem sendo cada vez mais utilizada para medir o grau de satisfação dos clientes de empresas de qualquer segmento, devido à sua simplicidade, comparabilidade e à amplitude de sua aplicação.

Metodologia:

O NPS é uma métrica simples que se baseia em pesquisa ampla para endereçar uma única pergunta aos consumidores de determinado bem ou serviço: **“Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria o museu para um amigo ou colega”** O consumidor deve responder numa escala de zero a 10, na qual zero representa o extremo negativo (não recomendaria), e 10 representa o extremo positivo (com certeza recomendaria). A nota da resposta dada por cada consumidor é classificada de acordo com três categorias:

- zero a 6: consumidores/clientes detratores, ou seja, aqueles que irão denegrir sua reputação;
- 7 ou 8: consumidores/clientes neutros;
- 9 ou 10: consumidores/clientes promotores, ou seja, aqueles que irão promover sua reputação.

O NPS, por fim, observa o percentual de promotores e subtrai o percentual de detratores. Ou seja, uma métrica simples que observa qual o resultado líquido de promoção que seus clientes representam para sua marca/organização, em que um detrator é anulado por um promotor.

**Net Promoter Score = % CLIENTES PROMOTORES – % CLIENTES DETRATORES = %NPS**

As notas do NPS variam de -100 a 100. Sendo um verdadeiro indicador de desempenho da satisfação de seus visitantes.

De uma forma simples, é possível dizer que:

- Notas -100 a 0 = Zona crítica, com o mais alto índice de visitantes detratores.
- Notas de 0 a 50 = Zona de Aperfeiçoamento, o equipamento possui um grande volume de detratores e neutros.
- **Notas de 50 a 75 = Zona de Qualidade, o equipamento possui mais visitantes neutros e promotores, do que detratores.**
- Notas de 75 a 100 = Zona de Perfeição, o equipamento possui alto índice de visitantes promotores e poucos detratores.

Considerando a classificação acima, propomos a meta de **60%** nota NPS, dentro de uma zona de qualidade. O propósito é sempre buscar aumentar o número de promotores, podendo-se, posteriormente, chegar a uma meta que nos leve à zona de perfeição. Podemos dizer que a nota

NPS 60, estaria (apenas a título de referência) em uma zona de classificação de muito satisfeito, sendo entendido como Excelente, uma zona de perfeição.

Vale ressaltar que, dentro da metodologia NPS, considerando que é uma metodologia que avalia a “experiência”, ainda é muito desafiador se chegar em nota dentro da Zona de Perfeição. Sendo raro obter uma nota dentro desta margem. Nesse sentido, entendemos que, a proposição da meta 60% para este indicador, dentro da nova metodologia aplicada, mantém-se o desafio de manutenção de um nível de qualidade que possa corresponder ao muito satisfeito.

Elencamos, abaixo, os principais motivos de aplicação da metodologia NPS aos equipamentos culturais:

- Trata-se de uma medida simples que ajuda a orientar mais a equipe em torno do objetivo de prover uma experiência positiva e criar uma comunidade que promova o equipamento;
- Sua mensuração é mais adequada para ciclos rápidos de feedback e orientar melhor a gestão do equipamento;
- Por ser simples gasta-se menos tempo na pesquisa, economia de tempo e dinheiro para quem visita e para o gestor que aplica;
- A métrica-padrão indica bem a capacidade de sustentabilidade. Um alto NPS revela uma comunidade engajada, ao passo que uma medida com muitos detratores coloca em risco a continuidade: baixa probabilidade de visitantes retornarem, baixa probabilidade de ter um programa de fidelidade e “Amigos” do equipamento;
- Na medida que essa métrica seja usada por vários, benchmarks e comparação ajudam os gestores públicos na orientação de políticas públicas;
- Por fim, na medida que o NPS é uma métrica que vem sendo reconhecida pelas organizações privadas, seu uso por equipamentos culturais pode ser um diferencial nas ações de captação e associação de marcas patrocinadoras.

Ainda, na pergunta que fazemos em nossa pesquisa – “De zero a dez, quanto você indicaria o **MAR para os seus amigos?**” – realizada com o público na saída do pavilhão de exposições, já revela o grau de satisfação do visitante não apenas com as exposições que acabou de ver, mas também com a sua experiência no MAR e, conseqüentemente com os serviços oferecidos. Isso é revelado nas respostas que dão como justificativas de suas notas, que trazem questões tanto das exposições como dos serviços.

Os demais indicadores de satisfação – das visitas educativas e das atividades da Escola do Olhar – serão mantidos separadamente, mas todos com medição dentro da metodologia NPS, meta nota NPS 60.

#### Descritivo dos indicadores

##### **Indicador 2.3 – grau de satisfação (métrica NPS) dos visitantes com o MAR**

Descrição: Esse indicador tem o objetivo de medir o grau de satisfação dos visitantes do museu com as exposições existentes naquele momento e sua experiência no museu.

Uma vez que o MAR se propõe a ter várias exposições temporárias ao longo do ano, é importante considerar que a pesquisa não consiga analisar a qualidade de cada uma das mostras oferecidas. Assim, o resultado final será uma avaliação global do programa curatorial proposto para aquele ano, a partir das mostras em cartaz no momento da pesquisa. Os serviços oferecidos também são avaliados neste momento.

Será utilizado, neste caso, a metodologia do NPS (Net Promoter Score) – uma métrica simples que se baseia em pesquisa ampla para endereçar uma única pergunta aos consumidores de determinado bem ou serviço: “De zero a dez, quanto você indicaria o MAR para os seus amigos?”.

Fórmula de Cálculo:  $\text{Net Promoter Score} = \% \text{ clientes promotores (notas zero a 6)} - \% \text{ clientes detratores (notas 9 e 10)} = \% \text{NPS}$

Onde: grau de satisfação é: %NPS

Onde: nota máxima possível: 100

Unidade de medida: Percentual

Periodicidade de monitoramento: anual

Fonte de Comprovação: questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

Cálculo de Desempenho:  $(\text{resultado}/\text{meta}) \times 10$

Meta: 60% (*Notas de 50 a 75 = Zona de Qualidade*)

##### **Indicador 3.3 – grau de satisfação (métrica NPS) do público com a visita educativa**

Descrição: Este tem o objetivo de medir a percepção do público com as visitas educativas. No caso das visitas com público estudante, importante analisar a satisfação do professor ou responsável, tentando compreender a qualidade do atendimento, a capacidade de entender as necessidades daquele grupo em especial e por fim se os tópicos debatidos podem ser desdobrados no retorno à sala de aula.

Será utilizado, neste caso, a metodologia do NPS (Net Promoter Score) – uma métrica simples que se baseia em pesquisa ampla para endereçar uma única pergunta aos consumidores de determinado bem ou serviço: “De zero a dez, quanto você indicaria uma visita educativa do MAR para os seus amigos? ”.

Fórmula de Cálculo:  $\text{Net Promoter Score} = \% \text{ clientes promotores (notas zero a 6)} - \% \text{ clientes detratores (notas 9 e 10)} = \% \text{NPS}$

Onde: grau de satisfação é: %NPS

Onde: nota máxima possível: 100

Unidade de medida: Percentual

Periodicidade de monitoramento: anual

Fonte de Comprovação: questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

Cálculo de Desempenho:  $(\text{resultado}/\text{meta}) \times 10$

Meta: 60% (*Notas de 50 a 75 = Zona de Qualidade*)

### **Indicador 3.6 – porcentagem de satisfação (métrica NPS) do público com as atividades da Escola do Olhar**

Descrição: Fórmula de Cálculo:  $\text{Net Promoter Score} = \% \text{ clientes promotores (notas zero a 6)} - \% \text{ clientes detratores (notas 9 e 10)} = \% \text{NPS}$

Onde: grau de satisfação é: %NPS

Onde: nota máxima possível: 100

Unidade de medida: Percentual

Periodicidade de monitoramento: anual

Fonte de Comprovação: questionários respondidos e/ou pesquisa tabulada e/ou relatório de software de pesquisa

Cálculo de Desempenho:  $(\text{resultado}/\text{meta}) \times 10$

Meta: 60% (*Notas de 50 a 75 = Zona de Qualidade*)

Indicador 3.1 – número de público atendido por visitas educativas.

Solicitação

Ampliação de descritivo.

### Justificativa

A partir do mês de julho, o Programa de Visitas Educativas foi ampliado com dois novos eixos temáticos, além dos quatro já oferecidos, são eles: (5) Visitando a Biblioteca e Centro de Documentação e Referência do MAR e (6) Reserva técnica visitável e acervo museológico.

Estas visitas têm como objetivo criar, com os participantes, um espaço de ampliação da experiência com os acervos museológicos, bibliográficos e documentais do MAR. Por meio do diálogo e compartilhamento dos processos de pesquisa, organização, catalogação, indexação e gestão dos acervos os profissionais de biblioteconomia e museologia do MAR intensificam as experiências aprofundando as discussões com professores, pesquisadores e estudantes de Biblioteconomia, Museologia, Arquivologia e profissionais da informação. No momento do agendamento o professor ou pesquisador responsável pelo grupo escolhe um dos eixos.

### Descritivo dos indicadores

#### **Indicador 3.1 – número de público atendido por visitas educativas**

Descrição: Este indicador tem o objetivo de mensurar o número de pessoas atendidas pelas visitas educativas. As visitas educativas são mediadas por educadores, equipe curatorial, e/ou equipe de museólogos do museu, preparados para potencializar a experiência de visitar as exposições do museu. Estas visitas são voltadas prioritariamente para professores e estudantes da rede pública de ensino, mas também podem atingir outros públicos a partir de ações diferenciadas (pessoas com deficiência, idosos, público em situação de vulnerabilidade social e até público espontâneo).

Na apresentação dos resultados do indicador nos relatórios gerenciais, é importante mostrar dados estratificados por perfil de público (estudante, idoso, espontâneo, outros).

Fórmula de Cálculo: número absoluto de pessoas que participaram de visita educativa no museu

Unidade de medida: visitante

Periodicidade de monitoramento: quadrimestral

Fonte de Comprovação: planilha de controle de visitas educativas realizadas, relatórios de registro de visita.

Cálculo de Desempenho: (resultado/meta) x 10

Meta: 18.000 de maio a dezembro de 2017, 30.000 de janeiro a dezembro de 2018 e 10.000 de janeiro a abril de 2019.

Indicador 3.12 – Número pessoas atendidas pelo programa Vizinhos do MAR.

#### Solicitação

Ampliação de descritivo.

#### Justificativa

O Programa Vizinhos do MAR desenvolve uma série de ações que visam estabelecer uma relação continuada com os moradores e agentes da Região Portuária, consolidando-se como uma política de acesso e de agenciamento local. É através deste programa que o museu busca se inserir na dinâmica da região na qual está situado, criando processos e plataformas de diálogo e ação conjunta. Partimos do entendimento de que é necessário construir espaços de convivência e ativações que oportunizem o envolvimento do vizinho com o museu, colaborando para o fortalecimento da vocação criativa e dos legados históricos e culturais da região. Neste indicador, apresentamos as linhas de ações que estruturam o programa, assim como o seu desenvolvimento no período.

Assim, entendemos que este indicador deve não apenas mensurar o número pessoas participantes das ações oferecidas pelo programa Vizinhos do MAR e também o número de visitas às exposições do museu de pessoas cadastradas como vizinhos – o que já faz – mas também deve mensurar o número de vizinhos que participam de cursos e demais atividades da programação do museu.

#### Descritivo dos indicadores

##### **Indicador 3.12 – Número pessoas atendidas pelo programa Vizinhos do MAR**

Descrição: Mais do que acompanhar o número de pessoas cadastradas no programa, é importante medir a sua participação nas atividades propostas. Esse indicador buscar mensurar o número pessoas participantes das ações oferecidas pelo programa Vizinhos do MAR. Para além do público das atividades ofertadas pelo programa Vizinhos do MAR também deve-se considerar o número de visitas às exposições do museu de pessoas cadastradas como vizinhos do MAR, bem como sua participação em cursos e demais atividades da programação do museu.

Fórmula de Cálculo: número absoluto de pessoas participantes das atividades do programa Vizinhos do MAR e visitantes das exposições e atividades da programação do museu com perfil vizinhos do MAR

Unidade de medida: pessoas participantes e visitantes

Periodicidade de monitoramento: quadrimestral

Fonte de Comprovação: borderô emitido pela bilheteria, planilha de controle das atividades de Escola do Olhar, fotos.

Cálculo de Desempenho:  $(\text{resultado}/\text{meta}) \times 10$

Meta: 800 participantes de maio a dezembro de 2017, 1.200 participantes de janeiro a dezembro de 2018 e 350 participantes de janeiro a abril de 2019.

Ana Carolina Lara  
Diretora Executiva



CONCEPÇÃO E REALIZAÇÃO

