



MUSEU DE ARTE DO RIO



CONCEPÇÃO E REALIZAÇÃO



SEMPRE PRESENTE

10° RELATÓRIO GERENCIAL

Período avaliatório:
Maio a agosto de 2015



Sumário

1. Introdução	1
2. Comparativo das Metas Previstas e Realizadas - 10º período Avaliatório	3
Detalhamento dos Resultados Alcançados	5
3. Análise Financeira	62
4. Considerações Finais.....	65
5. Comprovantes de Regularidade Trabalhista, Previdenciária e Fiscal	67
6. Declaração do Dirigente da Organização Social.....	86

1. Introdução

Este é o 10º relatório de acompanhamento e avaliação das atividades executadas pelo Instituto Odeon na gestão do Museu de Arte do Rio - MAR. Este relatório está vinculado ao Contrato de Gestão de número 12120/2012 firmado entre a Secretaria de Cultura do Município do Rio de Janeiro (SMC) e o Instituto Odeon com a interveniência da Companhia de Desenvolvimento da Região do Porto do Rio de Janeiro (CDURP). O Contrato de Gestão tem como objeto a operacionalização, apoio e execução de atividades e serviço cultural para a completa gestão do equipamento de cultura denominado Museu de Arte do Rio - MAR, instalado à Praça Mauá N° 5 e N°10 e áreas externas.

O MAR define-se como um museu de arte com o foco mais concentrado em processos do que em eventos. Criado pela Prefeitura do Rio de Janeiro, construído e institucionalizado em parceria com a Fundação Roberto Marinho (FRM), o MAR concentra-se em dois eixos de atuação: atividades curatoriais e educacionais a partir do conceito clássico de museu com as tarefas de colecionar, registrar, conservar, estudar e expor sob uma ótica experimental. O binômio reflete-se nos dois prédios do complexo do MAR - a Escola do Olhar e o Pavilhão de Exposições. Seu campo são as artes plásticas no contexto da cultura visual contemporânea e de suas implicações ambientais, históricas, socioeconômicas, antropológicas e políticas.

A cidade do Rio de Janeiro é o ponto de partida do MAR. 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. Seu maior compromisso é com a educação pública municipal, cuja rede é formada por mais de 1.000 escolas e quase 600.000 alunos. Ademais, o MAR coopera com os cursos de pós-graduação em arte do Rio. O alvo do MAR é um novo público, até aqui não envolvido com a arte.

O aditivo ao Contrato de Gestão firmado em Abril de 2014 estabeleceu um novo programa de trabalho para o biênio 2014-2015 baseado em um quadro de indicadores e metas. Os indicadores possuem foco em resultados e foram 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 que maneira que ao final do plano de trabalho, por meio de um cálculo de desempenho, é obtida uma nota geral para o desenvolvimento do Contrato de Gestão.

Este relatório tem o objetivo de apresentar os resultados alcançados pela entidade no período de 01 de maio de 2015 a 31 de agosto de 2015. O plano de trabalho estabelece metas para anuais (janeiro-dezembro 2015) de maneira que este relatório tenha um caráter mais parcial e com função apresentar os resultados acumulados até o segundo quadrimestre do ano e permitir o acompanhamento das atividades realizadas até o momento. O documento foi organizado para apresentar o comparativo entre as metas pactuadas e os resultados obtidos e fornecer informações complementares (fatores facilitadores e dificultadores) acerca dessas atividades. As fontes de comprovação dos resultados apresentados neste relatório estão todas organizadas em um anexo ao 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. De maneira complementar, serão anexados os comprovantes de regularidade trabalhista, previdenciária e fiscal da entidade. As considerações finais destacam os principais resultados do

quadrimestre em questão e também apontam os principais desafios futuros no desenvolvimento do programa de trabalho, sempre com foco nos resultados pactuados.

2. Comparativo das Metas Previstas e Realizadas - 10º período Avaliatório

		Meta 2015	Andamento	
Acervo	1.1	% de itens do acervo do MAR inventariados (museográficos, bibliográficos, arquivísticos)	100%	96%
	1.2	% de itens do acervo do MAR catalogados (museográficos, bibliográficos, arquivísticos)	45%	37%
Programa Expositivo e programação Cultural	2.1	Número de exposições realizadas	10	8
	2.2	Número de público no MAR	200.000	176.464
	2.3	% de gratuidade dos visitantes	50%	65%
	2.4	% de satisfação dos visitantes com o programa expositivo	80%	-
Programa Educativo e Acessibilidade	3.1	Número de público atendido por visitas educativas	50.000	41.868
	3.2	Número de público atendido por visitas educativas com perfil de estudante	39.000	27.063
	3.3	% de satisfação público com as visitas educativas	80%	-
	3.4	Número de atividades da escola do olhar	84	77
	3.5	Número de público participante de atividades da Escola do Olhar (E.O)	4.700	5.798
	3.6	% de satisfação público com atividades da Escola do Olhar (E.O)	80%	-
	3.7	Número de atividades da E.O voltadas para professores	42	42
	3.8	Total de público participante da E.O com perfil de professores	2.400	2.066
	3.9	Número de atividades da E.O em parceria com Universidades	5	12
	3.10	Número de público nas atividades em parceria com Universidades	800	1.441
	3.11	Número de pessoas inscritas no programa vizinhos do MAR	2.500	3.009

	3.12	Número de visitas dos vizinhos do MAR	1.100	740
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.	400	1.153
	4.2	Número de seguidores nas mídias sociais	60.000	105.240
	4.3	Número de visitantes no website do museu	250.000	379.221
	4.4	Número de publicações produzidas	4	1
Captação de Recursos e Relacionamento	5.1	% de receita operacional (bilheteria, locação, cessão onerosa) / total	5%	4%
	5.2	% de receita de patrocínios / total	20%	24%
	5.3	Número de pessoas cadastradas no programa Amigos do MAR	1.200	5.611
	5.4	Número de ações realizadas pelo MAR em parceria com outras instituições	30	69
Gestão e Infraestrutura	6.1	% de satisfação do público com serviço prestado	80%	-
	6.2	% de colaboradores do MAR que são moradores do entorno	7%	12%
	6.3	% de colaboradores que receberam treinamento	10%	51%

Detalhamento dos Resultados Alcançados

Área Temática: Acervo
Indicador 1.1: % de itens do acervo do MAR inventariados (museográficos, bibliográficos e arquivísticos)
Fórmula de Cálculo: (total de itens inventariados / total de itens do acervo do MAR até o mês anterior) x 100
Fonte de Comprovação: 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

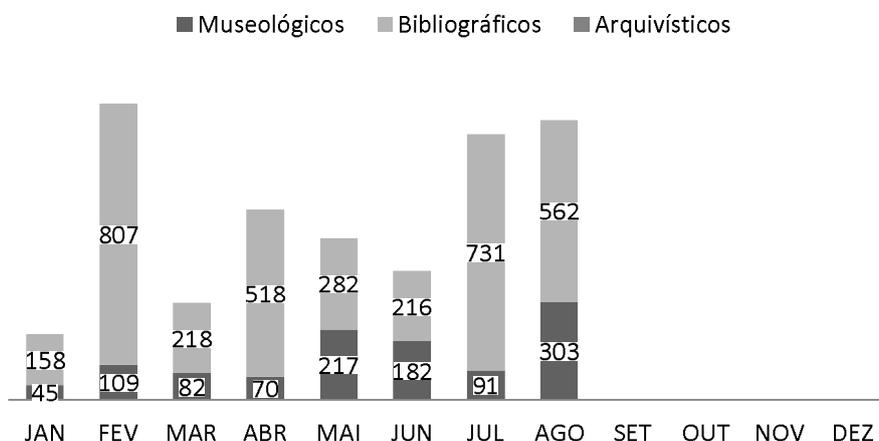
Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	100%	96%

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

O processo de inventário de acervo consiste na realização de identificação por meio de uma descrição básica do item e atribuição de localização para que se possa recuperá-lo. Esse é o primeiro passo na gestão da Coleção com o objetivo de obter uma segurança patrimonial. Este indicador tem o objetivo de medir o total de itens inventariados no acervo do MAR em relação ao controle de itens que deram entrada na Reserva Técnica e na Biblioteca.

Até agosto de 2015, 20.913 itens foram inventariados de um total de 21.768, o que representa 96% do universo de itens que fazem parte da coleção do MAR. Estes dados são detalhados abaixo:

Histórico de Inventário



INVENTÁRIO			
	Total Acervo	Total Inventariado	Status Atual
Aquivo	5.962	5.262	88%
Biblio	11.183	11.183	100%
Museo	4.623	4.468	97%
TOTAL	21.768	20.913	96%
			Meta 100%

Entre maio e agosto, as equipes responsáveis pela Coleção MAR - reunião das coleções museológica, bibliográfica e arquivística - deram continuidade ao inventário das obras pertencentes ao museu, tratando das 2.584 novas peças que passaram a integrar seu acervo.

O inventário da coleção arquivística, sob responsabilidade da equipe da Biblioteca do MAR, será tratado a partir do próximo quadrimestre, com a contratação de uma equipe terceirizada especializada no tema. Este serviço depende de recursos incentivados via Lei Rouanet e para isso foi necessário solicitar readequação orçamentária ao Ministério da Cultura. A solicitação ainda aguarda aprovação do MINC e tem previsão de retorno até o mês de setembro.

Já com relação ao acervo bibliográfico, também sob responsabilidade da equipe da Biblioteca do MAR, 1.791 itens foram inventariados.

No que se refere ao acervo museológico, o inventário passou a se dar de modo integrado ao processo de catalogação, sendo alimentado já na base de dados, a plataforma Pergamum. Nesse período, 793 itens foram inventariados.

De uma maneira geral, o inventário da coleção do MAR possui seus processos internos bem desenhados, todos os planos de ação ajustados (vide contratação de empresa especializada) e uma rotina monitorada mensalmente. Uma análise recente indicou que não há riscos para que a meta de 100% seja cumprida até o fim de dezembro, desde que a quantidade de doações do próximo quadrimestre acompanhe a média de entrada de obras praticada em 2015.

Considerações sobre reserva técnica do MAR e Política de Formação de Acervo:

Como já relatado em outras ocasiões, a capacidade de acondicionamento de obras da reserva técnica do MAR chegou ao seu limite dado o crescimento acelerado de seu acervo museológico. As salas 2.4 e 3.5 da Escola do Olhar, utilizadas como anexos para a guarda de molduras, mobiliários e obras tridimensionais, também já se encontram com utilização de sua capacidade máxima. Diante da urgência por encontrar alternativas ao problema, o CONMAR - Conselho Municipal do MAR - indicou o uso temporário de uma das oito salas de exposição do MAR como reserva técnica. De acordo com a orientação do CONMAR, será suspensa a programação de exposições de uma das galerias do térreo, a qual sofreria as adaptações necessárias para tornar-se uma expansão da reserva técnica. Com tal decisão, o espaço de guarda de obras será ampliado em 300m², os quais já se encontram nas condições atmosféricas adequadas para a nova função. A partir de então, o Instituto Odeon já está buscando soluções técnicas (contratação de uma consultoria especializada) e financeiras (incluindo projeto de aquisição de mobiliário no Plano Anual do Ministério da Cultura) para dar continuidade a expansão da reserva técnica para a galeria B do térreo do pavilhão. É importante dizer que mesmo que esta decisão seja uma solução para o problema emergencial à gestão da coleção do MAR, ela deve ser considerada paliativa e capaz de atender uma demanda de curto prazo. Pela razão de o CONMAR não possuir atribuições deliberativas e a Secretaria de Cultura do Município ser a responsável direta pelo Contrato de Gestão do MAR, se faz necessária a validação da SMC sobre a nova reserva técnica para que o Instituto Odeon possa dar prosseguimento à implantação. Se esta indicação não for aprovada, será necessária a indicação de um novo espaço ou a decisão de suspender as aquisições de novas obras para a Coleção MAR, tendo em vista a falta de espaço para armazenamento.

Questões sérias como o acondicionamento do acervo de um museu ou mesmo o volume de itens existente são tópicos definidos e detalhados em uma política de acervo. O MAR possui algumas definições iniciais em seu Plano Museológico, mas acredita que seja o momento oportuno para revisá-lo e analisar se as diretrizes são as mais coerentes para o momento atual. Afinal, que acervo se pretende construir para o MAR? Qual o tamanho da coleção se pretende construir tendo em vista a restrição de espaço em questão? Essas e outras perguntas devem ser avaliadas e, novamente, um posicionamento do município, enquanto responsável pela definição da política pública, se faz necessário.

Área Temática: Acervo

Indicador 1.2: % de itens de acervo do MAR catalogados

Fórmula de Cálculo: (total de itens catalogados / total de itens inventariados) x 100

Fonte de Comprovação: relatório do software de catalogação (Pergamum), planilha de controle de catalogação e planilha de controle de inventário

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

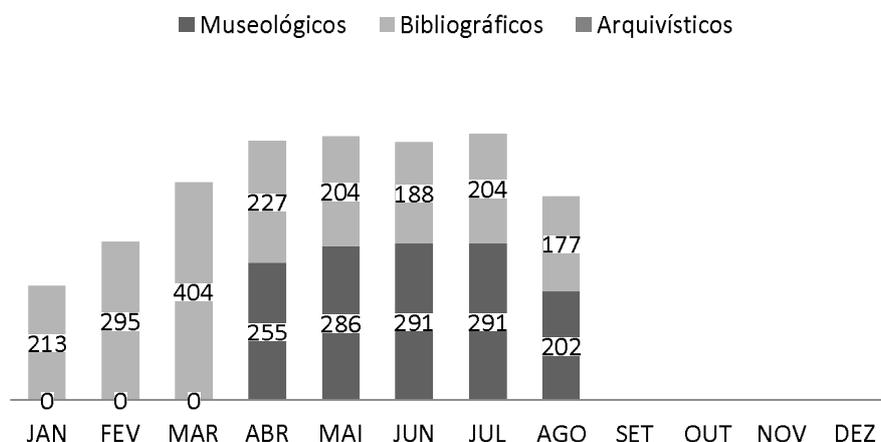
Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	45%	37%

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

A catalogação é uma operação mais detalhada que o inventário, neste processo é realizado uma descrição complexa de cada item na base de dados comum à toda a Coleção, o Pergamum. A partir da catalogação dos itens é possível aos pesquisadores, estudantes e demais interessados realizar a busca de informações sobre o acervo do MAR. Ressalta-se que neste momento, o público tem acesso ao Pergamum apenas por meio da intranet, realizando a consulta nos computadores disponíveis na Biblioteca do MAR. Entretanto, a segunda fase do processo de catalogação, prevista para 2016, já prevê o acesso externo ao banco de dados que terá uma interface no portal eletrônico do museu.

Este indicador apresenta a quantidade de itens catalogados da Coleção do MAR, tendo como parâmetro a quantidade de itens inventariados. De maio a agosto, 1.843 itens do acervo foram catalogados, conforme análises a seguir.

Histórico de Catalogação



	CATALOGAÇÃO			Meta
	Total Inventariado	Total Catalogado	Status Atual	
Aquivo	5.262	0	0%	
Biblio	11.183	6.336	57%	
Museo	4.468	1.425	32%	
TOTAL	20.913	7.761	37%	45%

Com a efetiva implementação do processo de catalogação da coleção museológica a partir de abril, ampliaram-se os esforços continuados de adequação do Pergamum às necessidades e especificidades da Coleção MAR. A escolha de uma base de dados única para toda Coleção MAR permite ao visitante pesquisar tanto itens bibliográficos quanto museológicos, e futuramente arquivísticos. Essa decisão contribui com processos educativos, de pesquisas e difusão do conhecimento. A equipe de catalogação, composta por 04 profissionais para pesquisa e alimentação do banco de dados e 01 fotógrafo para produzir o registro de imagem das obras permanece com suas atividades tendo concluído a catalogação de 1.070 itens neste quadrimestre. A meta é de 3.000 itens do acervo museológico inventariados até o fim de dezembro.

O processo de catalogação da coleção bibliográfica do MAR continua transcorrendo conforme planejado. As doações realizadas à Biblioteca têm sido catalogadas com brevidade, possibilitando que as publicações sejam disponibilizadas para consulta e leitura do público rapidamente.

O início da catalogação da coleção arquivística está previsto para setembro a partir da contratação de uma empresa especializada. Simultaneamente, está sendo elaborado um documento onde se estabelecem as diretrizes conceituais que definem a inclusão de uma determinada peça na coleção arquivística, museológica ou bibliográfica, tal documento norteará a rotina de constituição desses acervos.

Também é importante apontar que os processos de formação de acervo e catalogação vêm sendo discutido entre os diversos envolvidos. Como exemplo, no último InforMar (reunião realizada com toda a equipe do MAR toda primeira segunda-feira do mês) a equipe de museologia e biblioteca apresentou os processos referentes ao Acervo, inclusive o sistema Pergamum que pode ser acessado por todos os funcionários na intranet e realizar pesquisas no acervo do MAR.

Além disso, no fim de julho, houve uma reunião com a Gerência de Museus da SMC que apresentou a necessidade de um maior acompanhamento qualitativo do processo de catalogação. A equipe de museologia, então, desenvolveu um documento onde estão detalhadas as metodologias utilizadas, apresentando exemplos e os eixos conceituais e técnicos, a partir dos quais se desenvolve a catalogação. Este documento foi enviado para a Gerência de Museus da SMC após a sua análise e validação planeja realizar uma visita da CTAA para verificar in loco como é realizada a catalogação do acervo do MAR.

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 das exposições, registros fotográficos ou calendário do programa expositivo

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	10	8

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Entre maio e agosto foram inauguradas 04 exposições no MAR sendo elas: Tarsila e mulheres modernas; Por contato; Rio Setecentista e Rossini Perez. Com exceção de Por Contato, todas foram concebidas e executadas pelas equipes do MAR, representando mais um passo no aprofundamento das dimensões de pesquisa, curadoria, museologia e produção do museu, bem como fortalecendo o lugar da educação no MAR. Por sua vez, Por contato, mostra do projeto FotoLibras (dedicado à produção artística de surdos) foi fruto da sinergia entre a política de acessibilidade do MAR e a vocação desse projeto, baseado em Recife-PE.

Até o momento o MAR apresentou ao público 08 diferentes exposições em 2015 e a meta de 10 exposições será plenamente cumprida neste segundo semestre com as exposições de Fotojornalismo 90 anos do Jornal O Globo (15/09), Evandro Teixeira (22/09) e Zé Carioca e Los amigos (24/11).



Tarsila e Mulheres Modernas
12 de maio até 22 de novembro

Retrata mulheres com importante atuação em seus campos, do final do século XIX até hoje, e suas contribuições para a história da arte brasileira. O visitante se depara com mulheres com uma visão moderna, não apenas nas artes visuais, mas nas ciências, na saúde, na segurança pública, na música e na dança. A exposição faz também uma homenagem às mulheres anônimas que revolucionaram a história ao demonstrar coragem e firmeza para fazer valer seus direitos.



Por Contato
26 de maio até 5 de julho

A exposição se desdobra como um extracampo do que está visível nos vídeos e fotografias produzidos por surdos pernambucanos alunos do FotoLibra. O projeto, com sede em Pernambuco, foi criado pioneiramente para surdos no Brasil em 2007. Desde então, vem trabalhando em todo o país para o estímulo da educação do olhar por meio da fotografia participativa, oferecendo à comunidade surda a possibilidade de expressão através da imagem.



Rio Setecentista - quando o Rio virou capital
07 de julho de 2015 até 20 de março de 2016

Em comemoração aos 450 anos da fundação do Rio de Janeiro, a mostra aborda a história do século XVIII, período em que o Rio se torna capital do Vice-Reino do Brasil e efetivamente se transforma na grande cidade já conhecida: área de encontro entre cultura e comércio, polo de urbanidade e símbolo privilegiado da brasilidade frente ao mundo.



Rossini Perez, entre o Morro da Saúde e a África
28 de julho até 25 de outubro

Rossini Perez é um dos principais artistas a difundir a prática da gravura na Região Portuária do Rio de Janeiro, onde vive, e no mundo. Ao longo dos últimos 50 anos, Rossini também vem utilizando a gravura como disparador fundamental de processos educacionais, alguns deles coordenados pelo artista no Senegal nos anos de 1970. A exposição percorre sua trajetória por meio de núcleos definidos pelos curadores da mostra.

Área Temática: Programa Expositivo e Programação Cultural

Indicador 2.2: Total de público visitante do MAR

Fórmula de Cálculo: (número absoluto de público visitante do pavilhão de exposições) + (número absoluto de participantes das atividades da Escola do Olhar)

Fonte de Comprovação: Planilha de controle de visitação do pavilhão, planilha de controle de visitas educativas e planilha de controle das atividades da Escola do Olhar

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	200.000	176.464

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

O objetivo deste indicador é medir o número de visitantes do MAR, somando visitantes de Exposições e participantes de atividades da Escola do Olhar. Este é um dos indicadores mais desafiadores, que exige grande esforço de toda a equipe na busca de propostas criativas para atração do público.

Antes de apresentar as análises estratificadas de público do quadrimestre, é importante ressaltar que em 29 de julho deste ano foi assinado um aditivo ao contrato de gestão reduzindo a meta de público do MAR de 260.000 para 200.000 visitantes. Essa redução foi negociada com a Secretaria Municipal de Cultural (SMC) a partir do cenário atual (obras por conta do projeto Porto Maravilha e suas implicações na circulação de veículos e pessoas pela região), impossibilitando que a meta inicial fosse atingida, mesmo com os esforços de campanhas de ativação e Programação Cultural executados. Acredita-se que a partir da inauguração da Praça Mauá, ainda em 2015, e do VLT, em 2016, a situação se regularize e uma meta mais desafiadora de público possa ser estabelecida para o MAR.

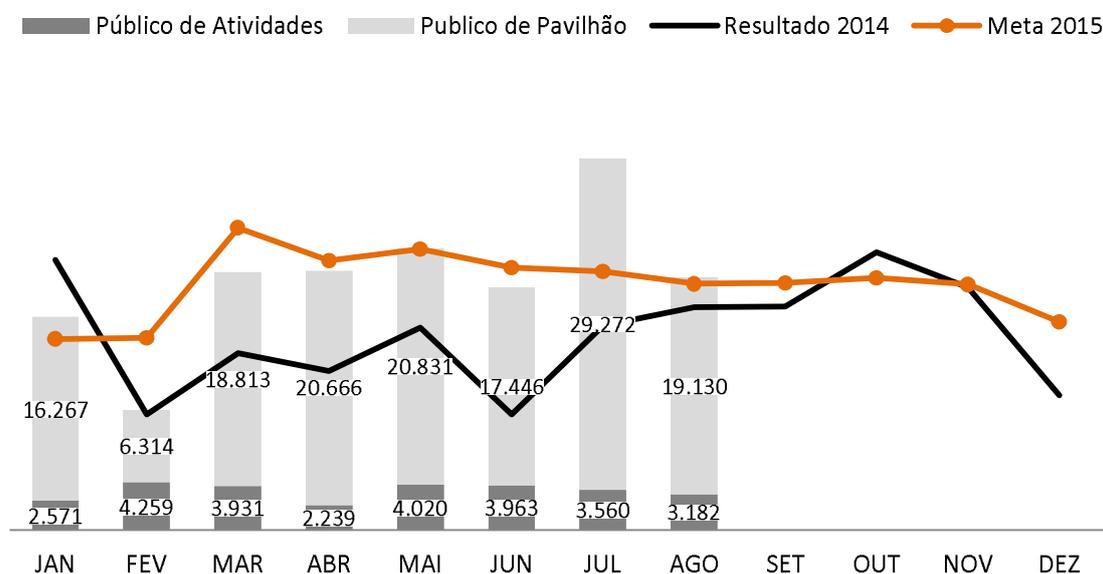
Em 2015, o MAR recebeu 176.464 visitantes. Destes, 101.404 visitaram o museu de maio a agosto, 35% a mais que no quadrimestre anterior. O público total está estratificado conforme a tabela abaixo:

Biblioteca	Público de Ativação	Público de Exposições	Visitas Educativas	Vizinhos do MAR	Atividades da EO	Prog. Cultural	Ações de Parceiros
533	9.050	97.081	41.868	740	5.798	20.846	548

TOTAL
176.464

88% da meta atingida

Histórico de Público



A partir da observação dos dados acima, é possível verificar um aumento expressivo do público em julho. Esse mês trouxe o maior público mensal desde julho de 2013, além de ter alcançado o número de 4.268 visitantes em 12 de julho de 2015, o maior público da história do museu. Os números de julho podem ser compreendidos a partir de alguns pontos.

O primeiro deles são as ações realizadas em parceria com outras instituições como o Passaporte de Museus Cariocas e o Circuito Cultural Rio Ônibus. Ambas são ações de grande visibilidade e com muita inserção na mídia impressa e televisiva. Com o passaporte, o público tem direito a entrada gratuita em museus e centros culturais da cidade. Já o Circuito Cultural proporciona ao público um trajeto de ônibus gratuito entre instituições culturais do Centro. A edição de julho do Circuito Cultural, realizada no dia 12, se destaca por ter contribuído significativamente para que o MAR alcançasse o maior público diário de sua história. O número de visitantes neste dia corresponde a 14,5% do total de público do mês.

Um segundo ponto que contribuiu para o aumento do número de pessoas em julho foi a inauguração de duas exposições, Rio Setecentista e Rossini Perez. Para o lançamento de exposições são realizadas Conversas de Galeria, que contam com os curadores e convidados apresentando a nova exposição ao público.

Para a exposição Rio Setecentista, ainda foram realizadas ações de divulgação direcionadas, como a distribuição de folders da exposição em 100 igrejas católicas da cidade, além de uma carta convidando os frequentadores das igrejas a visitarem a exposição e o museu.

Ainda quanto às ações de divulgação, é necessário apontar o investimento em um plano de comunicação robusto para a exposição Tarsila e Mulheres Modernas no Rio, escolhida por seu maior potencial de destaque junto ao grande público. A campanha foi desenvolvida nos seguintes veículos:

- Mídia Impressa - Anúncios Infoglobo
 - 10 de maio - Revista O Globo, página inteira - LUXO OU LUXÚRIA 21,2cm x 27,6cm
 - 12 de maio - Rio - Ancelmo - ANJO NEGRO - 2 col (9,6cm x 14 cm)

- 15 de maio - Extra Diversão, página inteira - CARMEN MIRANDA 23,5cm x 27cm
- Mídia Externa - Metrô - De 12/5 a 12/6
 - Estações: Botafogo, Carioca, Central, Uruguaiana, Sans Pena, Cinelândia
 - Cartazes: 1,20m x 1,80m - saída dos vagões
- Mídia Externa - Mobiliário Urbano
 - 100 faces, divididas entre relógios, abrigos de ônibus e totens, no Centro do Rio.



- Cartazes e imagens para anúncios



Além das ações de mídia externa, foram distribuídos 30.000 unidades de folderes trilingues em instituições de turismo e estabelecimentos de hotelaria no Rio de Janeiro.

Museu de Arte do Rio

Posted by Mariana Marques [?] · 21 hrs · 🌐

30,112 People Reached

1,579 Likes, Comments & Shares

1,240 Likes	687 On Post	553 On Shares
163 Comments	60 On Post	103 On Shares
176 Shares	171 On Post	5 On Shares

2,491 Post Clicks

427 Photo Views	3 Link Clicks	2,061 Other Clicks 📄
--------------------	------------------	-------------------------

Ela não foi à Semana de Arte Moderna de 1922, mas estará no MAR a partir da semana que vem. O motivo para não participar? Estava estudando em Paris. Mergulhada na iconografia brasileira e inspirada por dois importantes manifestos do modernismo brasileiro, fez uma pintura antropofágica, de cores Pau-Brasil. Sua primeira individual no país foi no Palace Hotel, no Rio de Janeiro. Você poderá conferir alguns de seus trabalhos na nossa nova exposição. Quem é ela?

30,112 people reached
Boost Post

Like · Comment · Share · 🍷 687 🗨️ 47 ➦ 171
👤

O período de férias escolares trouxe maior quantidade de público espontâneo para o MAR, enquanto as atividades focadas no público escolar sofreram uma dispersão natural de participantes, já prevista no planejamento anual.

Outra importante estratégia é a Programação Cultural, que torna o MAR um espaço multidisciplinar trazendo uma grade de atividades variadas. Neste período, a programação contou com projetos musicais (MAR de Música e a Batalha do Conhecimento), uma ação de cinema (72Horas Rio Festival de Filmes) e performance (Trans-Montação).

De maio a agosto de 2015, os 04 eventos MAR de Música trouxeram um total de 5.289 pessoas, com uma média, 1.322 pessoas por edição. As imagens abaixo apresentam as edições realizadas no quadrimestre:

MAR de Música | Letuce e
Marcelinho da LUA

Realizado em 29 de maio
Público registrado: 712



MAR de Música | Festa
Junina: Cordão do Boitatá
+ Festa Vitrolinha

Realizado em 26 de junho
Público registrado: 1.740



MAR de Música | Bailão do Castelo e Diogo Strausz

Realizado em 31 de julho
Público registrado: 1.330



MAR de Música | Mohandas + Festa Tupiniquim

Realizado em 28 de agosto
Público registrado: 1.522



De maio a agosto de 2015, os 02 eventos realizados de Batalha do Conhecimento trouxeram, em média, 1.150 pessoas em cada edição. A Batalha é um projeto bimestral que consiste em uma batalha de rimas improvisadas entre músicos, com base em temas escolhidos pelo público.

Batalha do Conhecimento
Edição Maio

Realizado em 26 de maio
Público registrado: 843



Batalha do Conhecimento
Edição Julho

Realizado em 28 de julho
Público registrado: 1.419



O projeto Choro na Gamboa foi realizado em parceria com o MAR nos dias 18, 19 e 20 de junho. Trata-se da primeira edição do festival de choro com curadoria de Yamandu Costa e grandes nomes do gênero musical brasileiro. Esta parceria está alinhada a política do MAR de tornar a programação cultural cada vez mais variada, oferecendo atividades para diversos públicos.

O 72HORAS RIO Festival de Filmes é um projeto parceiro que aconteceu no MAR pelo segundo ano consecutivo. O festival tem uma proposta diferente que movimenta o museu e a região. No encontro de abertura são anunciados uma frase e um objeto que deverão ser incluídos nas produções, a partir deste momento, os participantes têm 72 horas para produzirem um curta metragem na Zona Portuária. Os filmes são exibidos durante quatro dias e os melhores filmes são premiados em uma cerimônia especial. Além de diversificar a programação do MAR, esta ação contou com um importante resultado de público, totalizando 1.195 pessoas.

O programa de intervenções performáticas O homossexual ou a dificuldade de se expressar trouxe para o MAR quatro performances: O verbo se faz carne e A carne se faz verbo, ambas realizadas no Pavilhão de Exposições; Loretta re-visitada realizada nos orelhões dos arredores do MAR; e Raio x da cena, realizada no auditório. Além das ações performáticas, foi desenvolvida a oficina Trans-montação, que, por meio de exercícios teatrais, propôs a ação de "montar", própria do vocabulário dos travestis e transgêneros. Este projeto foi realizado pela Quintal Produções em parceria com o MAR.

Por fim, 548 participantes de 03 ações de parceiros foram acolhidos pelo MAR até 31 de agosto de 2015. Esse tipo de atividade não é considerado da Escola do Olhar, uma vez que o MAR não necessariamente colabora com sua concepção.

Apesar de toda a programação acima oferecida, não há como negar que os desafios para o atingimento da meta de público ainda se mantêm: as obras na região portuária (que alteraram importantes rotas de trânsito e dificultam o acesso ao local), a falta de informação sobre as mudanças causadas pelas obras, a falta de sinalização nas ruas e de estacionamento próximo ao Museu. A rua de acesso ao museu e a Avenida Rodrigues Alves continuam interditadas devido às obras do VLT e a construção do calçamento da Praça Mauá.

Além dos fatores dificultadores físicos, a política curatorial do MAR tem como pilares seu caráter experimental e seu compromisso de desenvolver um diálogo permanente com as principais questões da cidade, no entanto, estas propostas apresentam menor apelo midiático que outras mostras desenvolvidas na região. Vale dizer que a diretoria cultural tem autonomia para tomar decisões em relação ao calendário de exposições e que esta programação é posteriormente validada pelo CONMAR, segundo cláusulas do contrato de gestão. Ao Instituto Odeon fica a responsabilidade de executar a programação expositiva.

Apesar de todos estes dificultadores, já há uma expectativa de melhora na circulação de pessoas nessa região para o último quadrimestre, principalmente por conta da inauguração da Praça Mauá em setembro e o Museu do Amanha em novembro. Essas duas inaugurações têm sido identificadas como oportunidades para o MAR intensificar suas ações de comunicação e buscar formas de aproximar estes novos públicos do museu.

Área Temática: Programa Expositivo e Programação Cultural

Indicador 2.3: % de gratuidade dos Visitantes

Fórmula de Cálculo: (total de visitantes com entrada gratuita no pavilhão de exposições / total de visitantes no pavilhão de exposições) x100

Fonte de Comprovação: planilha de controle de visitação do pavilhão e planilha de controle de visitas educativas

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	50%	65%

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

O MAR acredita na política de gratuidade como ferramenta na democratização do acesso e na formação de públicos. Comprometido com essa proposta, desenvolve uma ampla política de gratuidade que permite o acesso gratuito ao museu para menores de 05 anos, professores e estudantes da rede pública, maiores de 60 anos e os vizinhos do MAR. Além disso, a terça-feira é um dia de gratuidade para todos. O gráfico abaixo apresenta o número de pagantes e gratuidades de maneira estratificada.

Perfil do Público

Pagantes	35%	Inteira	33.565	58%
		Meia	24.428	42%
Gratuitos	65%	Visitas Educativas	39.984	38%
		Terça-feira	38.563	36%
		Maior de 60 anos	13.911	13%
		Demais Gratuitades	9.889	9%
		Professor (visita espontânea)	1.879	2%
		Estudante (visita espontânea)	1.179	1%
		Vizinhos do MAR	761	1%

Outro fator importante que contribuiu para o aumento do público gratuito do MAR foi o desenvolvimento de campanhas de gratuidade detalhadas abaixo:

- **Passaporte dos Museus Cariocas:** uma iniciativa do Instituto Brasileiro de Museus e da Prefeitura do Rio, por meio do Comitê Rio450. Com o passaporte, a população poderá visitar gratuitamente museus e centros culturais da Cidade. A gratuidade no MAR para os portadores do Passaporte acontece aos domingos de 2015.

- Circuito Cultural Rio Ônibus - Edição 450: realização de um circuito de ônibus gratuito entre instituições culturais do Centro. Assim como as outras instituições, o MAR oferece entrada gratuita. A primeira edição do Circuito foi realizada nos dias 22 e 29 em março, apesar da segunda edição ter acontecido em apenas um dia (12 de julho), o público foi 9% maior que na primeira edição.
- Maratona Cultural: promovida pela Secretaria Municipal de Cultura e Prefeitura do Rio, a maratona foi realizada nos dias 08 e 09 de agosto e ofereceu entrada gratuita e extensão de horário de visitação até as 20h.
- Domingo no MAR: Em comemoração aos 450 anos do Rio de Janeiro e 2 anos do MAR, o programa Domingo no MAR dá gratuidade a todos no último domingo de cada mês de 2015.

Se por um lado a extensiva política de gratuidade praticada no MAR apresenta resultados que contribuem significativamente para o aumento do público visitante, e conseqüentemente, para alcançar a meta de público anual, por outro lado, deve-se observar o impacto direto na geração de receita de bilheteria. Este fato contribui negativamente para o indicador de receita operacional (indicador 5.1).

Área Temática: Programa Expositivo e Programação Cultural

Indicador 2.4: % 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, pesquisa tabulada e/ou relatório do software da pesquisa

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	80%	-

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Esse indicador aponta o nível de satisfação dos visitantes do museu com as exposições realizadas no período. As impressões do público em relação ao programa expositivo são capazes de explicar outras variáveis como frequência, perfil de público etc.

As pesquisas de satisfação de público realizadas anteriormente foram aplicadas semestralmente sempre por empresa especializada, contratada para desenvolver a metodologia e aplicar os questionários ao público do MAR. Tal ação requer profissionais especializados e investimento financeiro considerável por parte do MAR.

Em 2015, o modelo vem sendo reformulado com o intuito de transferência da metodologia desenvolvida para a equipe interna do museu e também redução de custos. Além disso, tem-se buscado identificar novas formas de abordagem do público, como pesquisa eletrônica enviada aos participantes das atividades da escola do Olhar. Iniciativas como essa podem aumentar a amostra de respondentes e ampliar o período de aplicação para algo recorrente e automatizado.

Neste momento, uma empresa especializada em pesquisa foi contratada para transferir a metodologia aplicada nas edições anteriores, elaborar um manual de aplicação dos questionários e treinar a equipe do MAR. A partir de setembro serão aplicadas pesquisas mensalmente para o público do MAR e em novembro será aplicada uma pesquisa mais completa que permita comparações com as dos anos anteriores. Os resultados de satisfação do público com as exposições serão apresentados no próximo relatório gerencial.

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade
Indicador 3.1: Número de público atendido por Visitas Educativas
Fórmula de Cálculo: número absoluto de pessoas que frequentaram o museu por meio de visita educativa
Fonte de Comprovação: Planilha de controle de visitas educativas

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

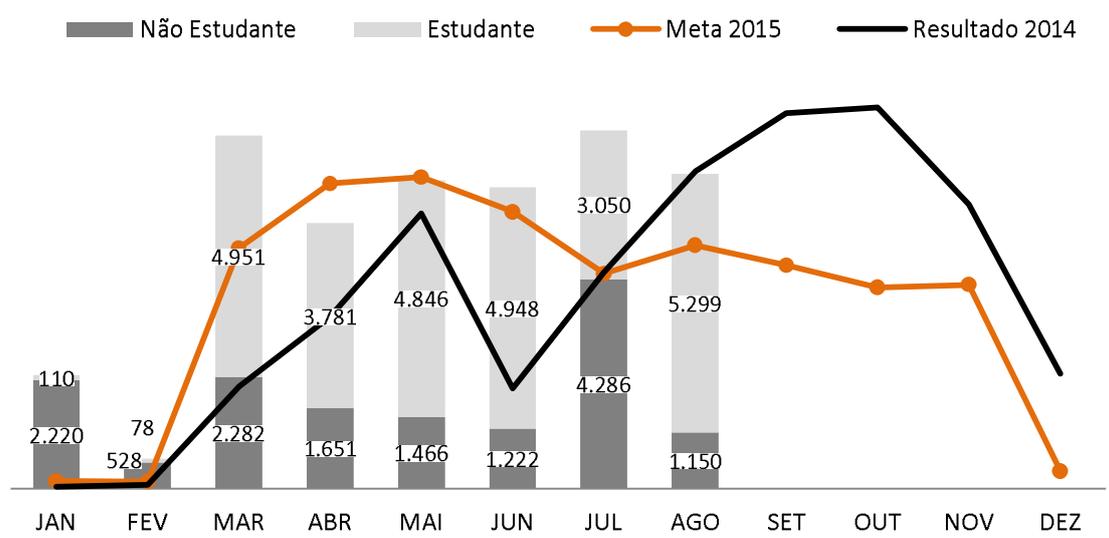
Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	50.000	41.868

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Os desafios para o cumprimento desta meta permanecem os mesmos expostos no relatório anterior: aumento da meta de público em visitas educativas e preocupação com os transtornos ocasionados pelo difícil acesso ao museu, devido as obras em seu entorno.

Das 41.868 pessoas atendidas pelo programa, desde janeiro, 26.267 foram recebidas entre os meses de maio e agosto, somando aquelas que vêm ao museu em grupos agendados (escolares e não escolares) e o público espontâneo. A partir destes números, verifica-se que o desenvolvimento da meta se encontra em consonância com o previsto e necessário para o período.

Histórico de Visitas Educativas



O programa de visitas continua seguindo a mesma estrutura, são oferecidos 10 horários de visitas agendadas por dia, de terça a sexta-feira e 5 aos sábados, a decisão de redução da oferta do agendamento para os sábados (de 10 para 5 grupos), tem se mostrado como uma estratégia eficaz, pois permite a ampliação do número de acolhimentos do público espontâneo.

Um importante destaque do período, porém, foi a reestruturação da equipe de educação, iniciada em abril, com o objetivo de redução de custos e melhoria da qualidade e excelência do atendimento. Durante este processo foi criada uma área estratégica para dinamizar e sistematizar as ações de relação dos museus com seus públicos - a Coordenação Pedagógica, que atuará em três frentes: relação Escola e Museu, desenvolvimento de ações educativas para público espontâneo (famílias, turistas, entre outros) e realização de visitas acessíveis, com foco na acessibilidade física e social.

A partir desta reestruturação, implementada nos meses de julho e agosto, foi iniciado o processo de requalificação do Programa de Visitas, com foco na profissionalização do quadro de educadores.

Vale destacar que além da rotina de visitas agendadas, foi realizada no período o MAR em Libras - visita especial à exposição "Por contato". Durante esta ação, foi escolhido junto ao público o sinal que nomeia o "MAR" em Língua Brasileira de Sinais, ação que aproximou o museu da comunidade surda. A partir de setembro as visitas em libras às exposições serão integradas ao calendário mensal do museu.

Ressalta-se ainda a participação do museu na edição do mês de julho do Circuito Cultural Rio Ônibus, que fomentou a visita de 4.268 pessoas ao MAR, das quais 1.078 foram atendidas em visitas educativas em um único dia (25% do público do dia).

Importante destacar a realização de mais uma edição do Férias no MAR, com atividades educativas de quartas à sábado durante o mês de julho. Também neste período, através da parceria com a colônia de férias das Naves do Conhecimento, foram atendidos grupos dos equipamentos da Penha, Irajá e Padre Miguel.

Para o cumprimento da meta ainda se faz necessário o atendimento de 8.132 pessoas em visitas, entre os meses de setembro e dezembro. O desafio para o próximo período é o calendário marcado por feriados prolongados, o que pode impactar as visitas escolares, a partir disso, a equipe vem monitorando diariamente as quebras e trabalhando cotidianamente tanto no relacionamento com as escolas públicas e privadas como no fomento às visitas com o público espontâneo.

Apesar dos desafios apresentados, acredita-se que a meta de 50.000 pessoas atendidas por visitas educativas, até o fim do ano, será alcançada.

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade

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

Fórmula de Cálculo: número de absoluto de estudantes atendidos por Visitas Educativas

Fonte de Comprovação: planilha de controle de visitas educativas

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	39.000	27.063

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador reforça o compromisso do MAR com a educação, visto que do total previsto de 50.000 pessoas em visitas educativas, 39.000 deverão ser estudantes.

De maio a agosto, das 41.868 pessoas atendidas pelo programa de visitas, 27.063 eram estudantes. É necessário destacar o mês de julho, período no qual as redes de ensino realizam o recesso escolar, acarretando redução significativa do público estudantil.

Estudante	Não Estudante
27.063	14.805
TOTAL	
41.868	
84% da meta atingida	

O alcance deste número se deve, sobretudo, ao andamento das visitas realizadas através da parceria com a Secretaria Municipal de Educação, com quem foram desenvolvidos três projetos: (1) MAR: onde o Rio se encontra - onde a SME garante, através de sua Coordenação de Extensividade, transporte para 110 grupos de alunos por mês; (2) MAR: onde o Rio se encontra - Escolas do Amanhã, através deste, 46 grupos de escolas provenientes de zonas conflagradas do Rio de Janeiro foram recebidas, entre os meses de junho e setembro; e do (3) Projeto Escola e Museu: Espaço Interativo de Educação e Arte em Novos Saberes, circuito através do qual foram recebidos 24 grupos, entre os meses de julho e outubro.

Porém, o próximo quadrimestre traz como desafio uma sequência de feriados prolongados, que promovem muitas quebras na semana letiva. Razão pela qual foi elaborado um plano de ação que inclui estratégias de relacionamento e comunicação com as escolas das redes privadas: convites para agendamento de visitas, ressaltando as oportunidades educativas da exposição Tarsila e Mulheres Modernas e Rio Setecentista, campanha de gratuidade para professores e abertura de horários extras de visitas, quando necessário.

Outra questão desafiadora é a consolidação e o fomento às visitas de outras redes de ensino, por este motivo, estão sendo realizados encontros de difusão dos programas que envolvem a relação escola e museu com outras redes públicas. Entre essas ações estão o MAR na sua rede com o município de Queimados, executado em agosto e um conjunto de encontros para voltados para diretores, coordenadores e docentes da rede estadual de ensino, agendado para o mês de setembro.

Através destas estratégias, O MAR busca além do cumprimento da meta pactuada, também a construção de bases para a ampliação da rede de parceiros em 2016.

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade
Indicador 3.3: % de satisfação do público com Visitas Educativas
Fórmula de Cálculo: somatório do índice de satisfação de cada pesquisa realizada / número de pesquisas aplicadas
Fonte de Comprovação: Questionários respondidos, pesquisa tabulada e/ou relatório do software de pesquisa

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	80%	-

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a satisfação do público em relação às visitas educativas. Da mesma maneira que no indicador 2.3 - Satisfação com o público com o programa expositivo, os resultados deste indicador serão apresentados no próximo relatório gerencial.

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade

Indicador 3.4: Número de atividades da Escola do Olhar

Fórmula de Cálculo: número absoluto de atividades da Escola do Olhar realizadas

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 Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	84	77

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

A Escola do Olhar atua para se consolidar como um espaço de formação destinado à reflexão sobre arte e cultura visual na cidade do Rio de Janeiro. Desenvolve para isso uma programação integrada ao projeto curatorial das exposições do MAR com cursos, oficinas e palestras que desdobram, com reflexões e práticas, os temas presentes nas mostras. Realiza também agenda de formação relacionada aos temas importantes na agenda cultural da cidade e que possuem interface com a coleção do museu. Com este indicador, o número absoluto de atividades realizadas pela Escola do Olhar é acompanhado em quatro de suas seis linhas de atuação: Formação com Professores, Formação em Arte e Cultura Visual, MAR na Academia e Vizinhos do MAR.

No período em avaliação foram realizadas 55 atividades. De janeiro a agosto já foram realizadas 77 ações pela Escola do Olhar, número que representa 92% da meta anual, como demonstra o quadro abaixo:

Arte e Cultura Visual	Formação com Professores	MAR na Academia	Vizinhos do MAR
19	30	10	18
TOTAL			
77			
92% da meta atingida			

Este número é relativamente alto principalmente pela quantidade de ações que são desenvolvidas com parceiros. O permanente diálogo com o público e a cidade são valores do MAR e, a partir disso, o contato e o reconhecimento de oportunidades de parcerias e ações de formação com agentes culturais locais são realizados de forma contínua, contribuindo para o aumento do número de ações realizadas. Apenas para ilustrar esse argumento, das 77 ações realizadas pela Escola do Olhar em 2015, 50 foram

concebidas em parceria com outras instituições. Essa disposição do MAR para ouvir e receber proposições de outros grupos e instituições precisa, entretanto, de critérios. É fundamental haver uma avaliação quanto a aderência à linha curatorial do MAR, suas capacidades, viabilidades financeiras e humanas e potencialidades de avançar em outras ações. Afinal, o MAR é um museu de processos e não de eventos.

Entre as ações em parceria desenvolvidas no período estão:

- O lançamento do Tour da Experiência e Distrito Criativo do porto ambos com foco no desenvolvimento cultural, econômico e turístico da região portuária.
- Seminários em parceria com British Council, União Européia e MBA Gestão em Museus da Universidade Cândido Mendes com foco na formação para profissionais de museus.
- Encontros em torno das discussões sobre a cultura afro-brasileira, com a realização em parceria das oficinas do Instituto Pretos Novos e o Encontro do Cinema Negro com o Afrocarioca de Cinema.
- Viajantes do Território em parceria com o agente cultural Egeu Laus, é um projeto que convoca moradores e interessados na região portuária para realizar um amplo mapeamento colaborativo da vida sociocultural da região, desdobrando-se em novos projetos e iniciativas.

Ainda sobre o projeto Viajantes do Território, é necessário esclarecer a alteração da forma de contagem de ações que antes eram contabilizadas semanalmente e passaram a ser contabilizadas semestralmente, por se tratar de uma ação continuada.

Para além de ações em parceria também vale apontar que o MAR tem sido convidado para participar de vários congressos, palestras e mesas de debate. Como exemplos é possível citar as participações do corpo diretor em aulas do MBA de Museus, no evento em parceria como British Council de Museus e seus Públicos e também o Fórum Modelos de Gestão em Foco: Público-Privado realizado no MAC Niterói. Essas ações são importantes para compartilhar a experiência de se fazer um museu como o MAR e principalmente os avanços no modelo de gestão por O.S no Rio de Janeiro.

Para concluir, acredita-se que o maior desafio encontrado com esse indicador, no presente momento, é dar continuidade a programação da Escola do Olhar com ainda mais qualidade, fortalecendo o MAR como um espaço de reflexão conceitual e teórica.

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 participante 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 Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	4.700	5.798

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Este indicador refere-se o número total de participantes das atividades da Escola do Olhar, conforme critérios de frequência estabelecidos em cada ação. Do total de 5.798 participantes deste ano, 4.206 foram atendidos por ações desenvolvidas neste quadrimestre.

Como pode-se constatar no quadro abaixo, a meta anual de 4.700 participantes já foi alcançada e superada. Atribui-se o total apresentado tanto ao aumento do número de atividades, já detalhado no indicador 3.4, quanto à consistência e continuidade das ações que tem atraído grande público.

Arte e Cultura Visual	Formação com Professores	MAR na Academia	Vizinhos do MAR
1.351	2.286	1.233	928
TOTAL			
5.798			
meta superada			

O segundo quadrimestre consolidou as linhas metodológicas definidas para o projeto de Formação com Professores e Arte e Cultura Visual. Cursos práticos na linha Práticas Artísticas Contemporâneas e ações extramuros como o MAR na sua Rede contribuíram para o êxito do projeto. No Programa Arte e Cultura Visual, as propostas foram desenvolvidas por meio das linhas (Para)pensar e fazer museus e Pensamento, práticas e linguagens, que buscam pensar o papel formador do MAR na própria prática em museus com programas de formação e debates em torno das questões de público, acessibilidade e gestão. Destacam-se no período algumas ações importantes:

- Seminários Museus e Seus Públicos em parceria com British Council

- Programa de Acessibilidade na cultura - como acolher pessoas com deficiência em espaços culturais de forma igualitária em parceria com o British Council e Celebra Cultura Rio 2016.

É importante ressaltar que a articulação entre as diferentes linhas de atuação da Escola do Olhar são fundamentais para o sucesso e consistência do programa assim como a continuidade das ações.

Foi proposta também uma revisão dos números da Escola do Olhar, quanto ao 72 Horas Rio Festival de Filmes. Este projeto possui ações de formação artística (workshops) e formação de plateia (cineclube) que se inserem nas propostas da Escola do Olhar. No entanto, entende-se que a etapa de realização efetiva do Festival, que compreende cerimônia de abertura, exibição dos filmes e premiação possuem escopo mais adequado as atividades desenvolvidas na Programação Cultural do MAR. Por isso, o total de público referente a esta fase foi migrado da Escola do Olhar para Programação Cultural.

Como desafio contínuo para este indicador, encontra-se necessidade permanente de produzir um conteúdo acessível e de qualidade, que esteja alinhado com os interesses e desejo do público, mantendo a equação público X qualidade.

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade

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

Fórmula de Cálculo: somatório de índice de satisfação de cada pesquisa realizada / número de pesquisas aplicadas

Fonte de Comprovação: Questionário respondido, pesquisa tabulada e/ou relatório do software de pesquisa

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	80%	-

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Esse indicador tem o objetivo de medir a satisfação do público com as atividades desenvolvidas na Escola do Olhar. Como nos indicadores 2.3 e 3.3, os resultados serão apresentados no próximo relatório quadrimestral, pois a pesquisa ainda não foi implementada.

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

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	42	42

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir as atividades da Escola do Olhar, voltadas para professores, público essencial para a proposta educativa do MAR, por seu potencial multiplicador e sua capacidade de compartilhar e desdobrar o aprendizado.

Como apresentado no período anterior, o ano de 2015 foi iniciado com a redefinição do modelo de cursos exclusivos para professores com o propósito de dialogar mais objetivamente com os interesses deste público.

Das 42 atividades, voltadas para professores, realizadas em 2015, 29 ocorreram no período de maio a agosto. Atividades que conforme planejado, aconteceram a partir da distribuição dos cursos de formação para professores em 4 linhas metodológicas: Curso de Formação com Professores, Arte, Educação e Cultura Visual, Práticas Artísticas Contemporâneas e MAR na sua rede.

De todas as atividades, destaca-se o curso O experimental em Tarsila e Mulheres Modernas, ministrado pelos educadores do MAR, todos os sábados do mês de junho, com ênfase nas práticas das artistas em exposição; a oficina Um poema precisa ser salvo antes que se tenha algo a dizer, realizada em julho, pela artista Julia Panadés, a partir da obra de Clarice Lispector, com foco nos professores de língua portuguesa e sala de leitura; o curso teórico Gênero e Estudos Culturais, iniciado em agosto, com a professora Liv Sovik (RJ); e a realização do MAR na sua rede, no município de Queimados.

A agenda de ações em parceria deu continuidade as atividades realizadas com a Escola de Formação do Professor Carioca Paulo Freire, através da qual foram acolhidos os professores ingressantes na rede municipal de educação, tendo o MAR realizado processos formativos para as categorias de Professor I e II (maio, junho e julho) e Língua Portuguesa (agosto).

Também em parceria com a Secretaria Municipal de Educação, foi realizado o seminário Direitos Humanos e Igualdade Racial, acerca do tema diversidade étnico racial na escola e no museu.

Uma das ações importantes, de reconhecimento à importância do trabalho realizado com a SME foi o Café da Manhã com Profissionais da Educação, realizado em julho, no contexto da exposição Tarsila e Mulheres Modernas. Neste encontro de formação a Secretária de Educação Helena Bomeny, junto com

uma comitiva de mulheres que atuam na secretaria - coordenadoras de CRE's, assessoras, coordenadoras de áreas e representante do conselho de mães - estiveram no MAR durante uma manhã, na qual dialogaram sobre o trabalho de educação desenvolvido em parceria com o MAR e conhecerem, através de uma visita à exposição com o curador e diretor cultural Paulo Herkenhoff, as obras e trajetórias das mulheres presentes na mostra.

Vale ressaltar que mesmo essa meta já tendo sido superada, atividades continuarão sendo promovidas, voltadas para professores ou não, com foco na meta de atividades da EO. Uma análise recente indicou que não há riscos para que a meta seja cumprida até o fim de dezembro.

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 Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	2.400	2.066

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Esse indicador tem o objetivo de medir o número de público das atividades da Escola do Olhar com perfil de professores. No período de maio a agosto, as ações voltadas para este público foram desenvolvidas a partir das 4 linhas de ações descritas no indicador anterior. Linhas que serviram como diretrizes, tanto para o desenvolvimento de atividades oferecidas pelo MAR para um público amplo de professores, como para o estabelecimento de parcerias voltadas para grupos focados.

Dos 2.066 professores participantes das atividades da Escola do Olhar neste ano, 1.980 são provenientes das 42 atividades exclusivas para professores.

O MAR vem se consolidando e sendo reconhecido no cenário da educação, como um espaço de formação continuada em arte e cultura visual para docentes da educação básica. Destaca-se que, em relação ao mesmo período de 2014, houve um aumento significativo no número de professores em atividades, realizando um menor número de atividades, o que indica um processo de qualificação e amadurecimento do programa.

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 Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	05	12

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

No segundo quadrimestre de 2015, foram realizadas atividades em parceria com três instituições, a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Cândido Mendes (UCAM) e Universidade Federal Fluminense (UFF), totalizando 10 ações.

O total acumulado de ações é de 12, destas 10 foram realizadas de maio a agosto. A superação da meta já neste quadrimestre pode ser atribuída ao MAR ter conquistado o reconhecimento da Universidade e do público acadêmico como um espaço de discussão, questionamento e produção de conteúdo. Isso contribui para que as instituições parceiras apresentem cada vez maior número de propostas. Além disso, com o desenvolvimento de ações em parceria é possível realizar mais atividades utilizando menos recursos e, assim, continuar oferecendo ao público uma programação de qualidade, oportunidade que não pode ser descartada.

A programação envolveu cursos destinados à formação do artista, dos profissionais atuantes em museus e de agentes culturais da cidade. Vale destacar:



Projeto Prospecções - Polifonia
Realizado de 18 de março a 27 de maio

Consiste em um programa de atividades no campo da pesquisa e do ensino das artes, proposto conjuntamente pelo Curso de Graduação em Artes e pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos Contemporâneos das Artes da Universidade Federal Fluminense - UFF. Prospecções pretende fomentar a reflexão sobre pontos importantes na produção contemporânea em artes visuais, teatro e música, em uma perspectiva pluridisciplinar e adotando a modalidade do diálogo como seu *modus operandi*. Sua estrutura visa formar uma plataforma de debate polifônico, entrecruzando curadores, pesquisadores, críticos, artistas e estudantes de modo plural e irradiador de ideias para o público mais amplo.

MBA Gestão em Museus (UCAM): o curso com foco na formação de profissionais de gestão de museus possui encontros regulares e visitas técnicas às exposições e setores do MAR.



Fórum Estética da Periferia
Realizado em 30 de junho de 2015

Atividade realizada em parceria com a Universidade das Quebradas - PAC-UFRJ.

O Fórum Estética da Periferia reuniu professores universitários ligados às Pró-reitorias de universidades brasileiras e pesquisadores, artistas e produtores de arte e cultura visual para pensar nas relações entre conhecimento, certificação, formação e práticas artísticas e culturais dentro e fora da universidade.



Curso Fotografia, história e memória com Arno Gisinger

Realizado de 08 a 15 de agosto de 2015

A atividade reuniu pesquisadores e artistas de diversas áreas do conhecimento, dentre elas, artes, comunicação, história e antropologia. Os participantes permaneceram numa formação integral durante uma semana e desenvolveram projetos individuais que foram apresentados numa exposição coletiva na Escola do Olhar a partir da metodologia proposta pelo artista e professor Arno Gisinger. A exposição contou com a presença de público espontâneo visitante do museu.



Simpósio Internacional Por uma Estética do Século XXI

Realizado de 25 a 28 de agosto de 2015

Foi realizado em parceria com o Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFRJ que contou com a presença de pesquisadores e professores brasileiros e estrangeiros, entre eles Hans Gunbrecht, da Stanford University (EUA). O seminário discutiu a formação e desenvolvimento de uma teoria estética apropriada a configuração histórica do século XXI.

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 Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	800	1.441

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

De maio a agosto, a Escola do Olhar recebeu 1.283 participantes em suas atividades realizadas em parceria com Universidades. Apesar de estar bastante acima da meta, o número está de acordo com a quantidade de atividades propostas que vem crescendo continuamente diante da consolidação de importantes parcerias, conforme detalhado no indicador 3.9.

Vale ressaltar que o Programa MAR na Academia tem tido grande interesse de público, tendo cursos e seminários com sessões lotadas. Além de serem bem avaliados pelos participantes como no destaque abaixo:

Grata pela oportunidade, por sua atenção com cada um de nós, pela gentileza em cada uma de nossa solicitação, pela sensibilidade e por sua organização. Vida longa a Escola do Olhar! Sucesso! Aproveito e parabênzo também ao MAR pela missão de formação de público. Nunca tinha ido antes ao MAR e nesses dias percebi com clareza esta missão que se destaca entre outras instituições museológicas de nossa cidade. Muito bom, e é disso que precisamos!

(Mariana Marques - participante do curso de Arno Gisinger: Fotografia, História e Memória)

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade

Indicador 3.11: Número de pessoas inscritas no Programa Vizinhos do MAR

Fórmula de Cálculo: número absoluto de pessoas cadastradas

Fonte de Comprovação: Planilha de controle de Vizinhos do MAR

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	2.500	3.009

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

O indicador refere-se ao número total de pessoas cadastradas no projeto Vizinhos do MAR, desde sua abertura em 2013. O grande volume de inscrições no projeto foi realizado ainda em 2013, sob grande apelo da mídia em torno do MAR.

Nesse quadrimestre, foram realizados 63 cadastros familiares, totalizando 127 pessoas cadastradas. O total acumulado é de 3.009 vizinhos cadastrados, incluindo dependentes.

Apesar de superada a meta, as ações de divulgação do cadastro continuam sendo realizadas em todos os impressos. Assim como no quadrimestre anterior, os cadastros do período foram realizados de forma espontânea, uma vez que o foco tem sido nas atividades para convidar os vizinhos para visitar o museu e suas exposições.

Área Temática: Programa Educativo e Acessibilidade

Indicador 3.12: Número de visitas ao Pavilhão de Exposições realizadas por pessoas inscritas no Programa de Vizinhos do MAR

Fórmula de Cálculo: número absoluto de pessoas inscritas no Programa Vizinhos do MAR que visitaram o Pavilhão de Exposições

Fonte de Comprovação: Planilha de controle de visitação do pavilhão

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	1.100	740

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

O projeto Vizinhos do MAR objetiva estabelecer aproximação entre os moradores dos bairros Saúde, Gamboa, Centro e Santo Cristo, com as exposições e debates do museu. Este indicador objetiva conhecer a adesão dos Vizinhos às exposições e programações do MAR, o que é de extrema importância. Entretanto, compreende-se que a participação em outras atividades e proposições também deveria ser levada em consideração.

O resultado acumulado do ano é de 740, destes, 362 vizinhos visitaram as exposições no período compreendido entre maio e agosto. Os números se devem a um esforço no fortalecimento das ações de relacionamento com o morador.

Uma das ações importante para o cumprimento desta meta é o Café com Vizinhos, para estimular as visitas foi desenvolvida uma agenda com a presença de artistas e curadores de exposições, além de visitas especiais às mostras inauguradas no período.

Também foi aconteceu uma visita educativa especial para vizinhos denominada Visita de Carteirinha. Esta visita foi oferecida todos os domingos às 15h, horário exclusivo para os vizinhos cadastrados. Porém, apesar da divulgação esta ação teve baixa adesão, por isso, ainda no mesmo período avaliatório foi introduzida a Visita de Carteirinha - Edição Especial com vizinho convidado. Nessa proposta um vizinho é convidado para lançar seu olhar sobre uma das exposições do MAR.

Em julho, a visita teve como convidada Gracy Mary, bisneta da Tia Ciata, em interface com a exposição Tarsila e Mulheres Modernas no Rio, discutindo os lugares ligados à história do samba, da culinária e do candomblé no Rio.

Em agosto, a participante especial foi Sônia Baiana, abordando o tabuleiro das baianas, seus saberes culinários e histórias de resistência. Esta visita também foi relacionada a exposição Tarsila e Mulheres Modernas no Rio.

A partir do sucesso desta ação, já estão sendo planejadas as visitas especiais do próximo quadrimestre, objetivando o cumprimento da meta e a ampliação do envolvimento dos vizinhos com o MAR e seu programa expositivo.

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: Clipping eletrônico do MAR, cópias impressas de matérias publicadas nas mídias ou planilha de controle de Clippings

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

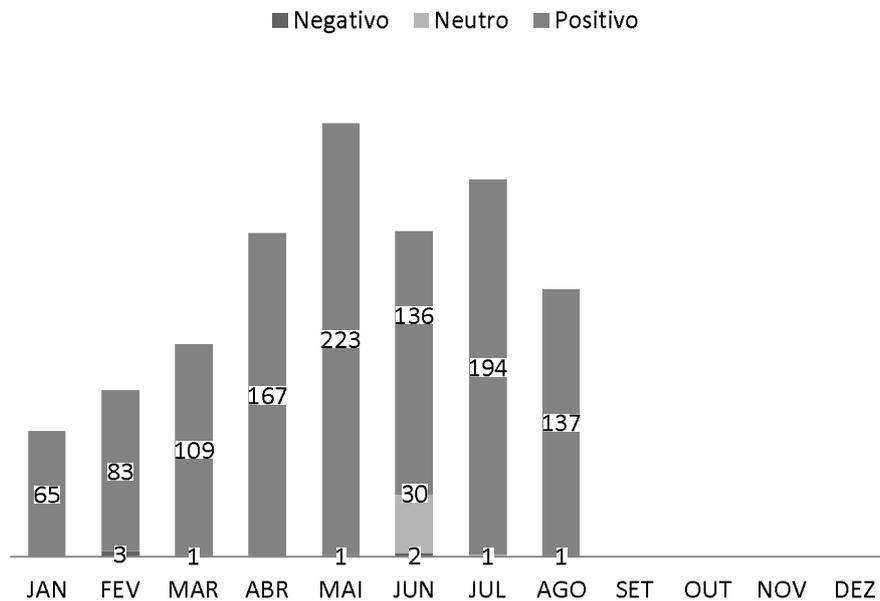
Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	400	1.153

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Com o monitoramento desse indicador deseja-se verificar o retorno do trabalho de relacionamento com a imprensa, seja ativo (quando o espaço na mídia é buscado) ou reativo (quando as demandas dos jornalistas são respondidas), mensurado pelo clipping eletrônico do museu. O material necessário para isso é recebido e analisado diariamente pelo Núcleo de Projetos e mensalmente pela Comunicação e assessoria de imprensa contratada. Cada publicação classificada em positiva ou negativa é enviada com cálculo de centimetragem e valoração.

De maio a agosto de 2015, foram registradas 725 citações em veículos impressos e online. Destas, 690 foram positivas, 31 neutras e 04 negativas. O retorno de mídia com base nas matérias publicadas atingiu o valor de R\$ 15.504.877,67, com 42.440 de centimetragem.

Histórico de Inserções sobre o MAR



Por falta de um histórico, a capacidade do museu foi subdimensionada. Essa meta deve ser reavaliada para que o próximo ano seja mais desafiador. Além disso, o MAR desenvolve uma série de ações que despertam o interesse da mídia e do público, o que contribui para a superação das 400 inserções. Os projetos Circuito Cultural Rio Ônibus e Passaporte dos Museus Cariocas, o seminário Museus e seus públicos e a IV Conferência do Funk permanecem gerando grande inserção na mídia. Além desses projetos pontuais, o MAR de Música continua sendo registrado pela mídia. Todas as apresentações foram destaque em jornais como Extra e O Globo, além do site Catraca Livre. Já a Batalha do Conhecimento foi destaque no Extra (em maio), mas apresentou queda na média de inserções em relação ao quadrimestre anterior. Apesar disso, a média de público aumentou.

A abertura das exposições Tarsila e Mulheres Modernas no Rio, Rio Setecentista, Rossini Perez, Por Contato tiveram boa divulgação nos principais veículos do país: O Globo, Veja Rio, Extra, O Dia, Brasil Econômico, A Tarde (BA), O Fluminense (Niterói), TAM nas Nuvens, Revista Claudia, Revista Viaje Mais, Folha de S. Paulo, Destak, Metro e Arte Brasileiros. Na TV, espaços na Globo News, TV Brasil, TV Câmara, MOV TV (mídia de ônibus) e Band também foram conquistados.

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 a página do MAR no Facebook

Fonte de Comprovação: Relatório emitido pelo administrador do Facebook e planilha de controle do site e redes sociais

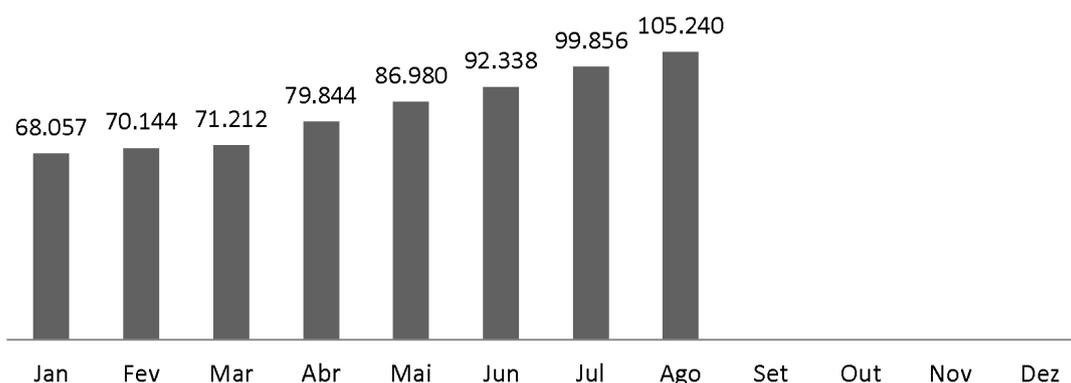
Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	60.000	105.240

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Este indicador faz referência especificamente ao número de pessoas que curtem a página do MAR no Facebook e é mensurado mensalmente. Em 31 de agosto de 2015, o número de fãs da página era de 105.240. No período de 1 de maio a 31 de agosto o número de novos seguidores foi 25.396. Por falta de um histórico, novamente, a capacidade do museu foi subdimensionada. Essa meta deve ser reavaliada para que o próximo ano seja mais desafiador.

Número acumulado de Seguidores da página do Facebook



A superação dos 60.000 seguidores está atrelada a diversos fatores, como a grande visibilidade que o MAR tem no Rio de Janeiro e no Brasil e o crescimento exponencial de usuários no Facebook. Esses fatores em conjunto com o cuidado na administração do conteúdo da página (respeitando os máximos de postagens diárias, além da escolha de posts que geram maior engajamento), a divulgação dos perfis

das redes sociais nas peças impressas do museu e o tagueamento e compartilhamento por outras pessoas ou outras páginas de influência influenciaram o crescimento desse número.

Nesse quadrimestre, o número de seguidores cresceu consideravelmente. A campanha digital para divulgar a abertura da exposição Tarsila e Mulheres Modernas no Rio favoreceu o aumento de fãs em maio. As postagens diárias com curiosidades sobre as mulheres nas exposições e o uso da hashtag #tarsilanomar gerou grande engajamento com posts muito compartilhados. Já em junho, a mudança da foto do perfil do museu para o avatar com arco-íris gerou grande repercussão positiva, com um alcance de 133.440 pessoas. No dia 29 de julho, especificamente, a página do MAR no Facebook alcançou o número de 100.000 fãs. E por fim, em agosto, o post sobre a volta da distribuição dos Passaportes dos Museus Cariocas também foi importante para o crescimento de fãs da página.

Área Temática: Comunicação e Imprensa

Indicador 4.3: Número de visitantes no website do Museu de Arte do Rio

Fórmula de Cálculo: número de visualizações no website do MAR

Fonte de Comprovação: Relatório emitido pelo administrador do website e planilha de controle do site e redes sociais

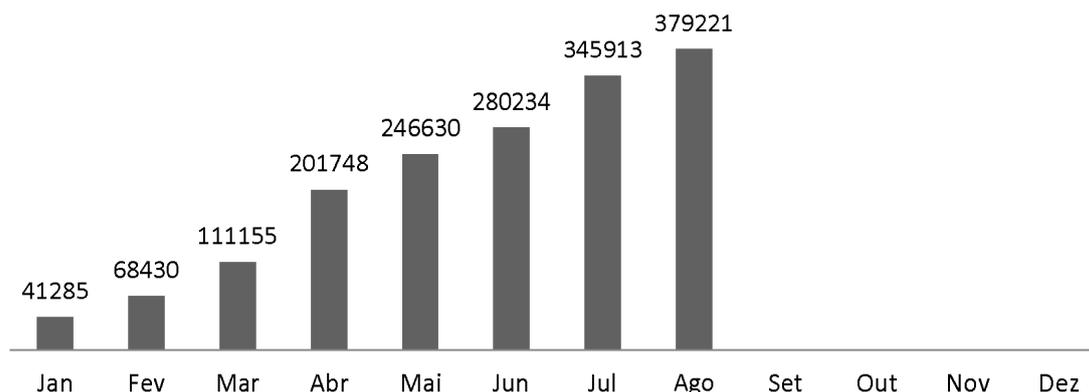
Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	250.000	379.221

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Esse indicador está relacionado ao número de usuários que acessaram o site do MAR e é mensurado mensalmente, por meio da ferramenta Google Analytics. Desde a abertura do MAR, o site já recebeu 858.024 visitantes. Só em 2015, o site foi acessado por 379.221 internautas. De maio a agosto de 2015, o número de visitantes no site foi de 177.473. O resultado é muito superior à meta estabelecida para o ano de 2015 e foi proposto que este número seja revisto para os próximos anos. Assim como nos indicadores anteriores, acredita-se que esta meta tenha sido subdimensionada por falta de um histórico e deva ser reavaliada para que o próximo ano seja mais desafiador.

Número acumulado de Visitantes do Site



A superação dos 250.000 visitantes está atrelada a diversos fatores:

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 MAR esteja bem posicionado na busca orgânica do Google. A busca pelo termo “mar”, por exemplo, tem a página do museu como a primeira opção.

Outro fator favorável é a divulgação do endereço do site nas peças impressas do museu. O link para diversas páginas do site nas redes sociais, principalmente referentes às vagas de trabalho no MAR, também contribuiu para o aumento de visitantes. Em julho, a página TRABALHE CONOSCO teve mais acesso do que a Home, fato inédito até o momento na análise das métricas do site. Em junho, o site foi muito acessado em decorrência da divulgação do Curso de História da Arte do Rio, recorde de inscrições da Escola do Olhar. A página referente à exposição Tarsila e Mulheres Modernas esteve entre as dez mais acessadas, também contribuindo com o aumento dos visitantes ao site. A página com as informações sobre a distribuição dos Passaportes dos Museus Cariocas foi um dos destaques de julho, com muitos acessos originados das redes sociais (Facebook e Twitter).

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

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	04	01

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

O planejamento das publicações sofreu alterações desde o quadrimestre anterior. O lançamento de uma publicação já foi realizado no primeiro semestre de 2015 e 03 lançamentos estão planejados para o segundo.

Para Traduções estão previstos 02 títulos (Invention de l'hystérie e La ressemblance) por meio de parceria com a Editora Contraponto, que tem o objetivo de facilitar o acesso do público a importantes autores estrangeiros no campo das artes, estética e cultura visual. Os direitos já foram comprados e as traduções estão em andamento. O lançamento está planejado para novembro de 2015, sempre em articulação com o Programa MAR na Academia, o que fortalece o vínculo do museu com a universidade e potencializa o debate crítico de ambas instituições.

Para catálogos, 01 já foi publicado e lançado e 01 está em produção. O primeiro, já publicado, foi construído com organização de Ligia Canongia e textos de Ligia Canongia e Paulo Herkenhoff, Paisagens Não Vistas - Marcos Chaves (104 p., inglês e português, ISBN 9788599686294). Esse foi lançado no térreo do Pavilhão de Exposições do MAR, no dia 27 de maio de 2015, com distribuição gratuita para o público. O catálogo teve tiragem de 1.200 exemplares, sendo que 250 foram distribuídos no lançamento no MAR. O artista Marcos Chaves e a curadora Ligia Canongia estiveram presentes, assinando a publicação. O segundo, em produção, receberá o título Do Valongo à Favela: imaginário e periferia (244 p., inglês e português, com organização de Clarissa Diniz e Rafael Cardoso). Esse será lançado em outubro pela Editora Odeon em coedição com o MAR. O catálogo, cuja tiragem será de 2.000 exemplares, conta com ensaios dos curadores (Clarissa Diniz e Rafael Cardoso), da pesquisadora da exposição (Nataraj Trinta) e dos autores convidados (Romulo Costa Mattos e Roberto Conduru), especialistas no tema.

Os catálogos de 2015, ano em que o Rio de Janeiro completa 450 anos, aprofundam questões relacionadas ao passado e presente da cidade, aproximando o museu de sua vizinhança ao tratar do imaginário e das representações da zona portuária através do tempo, e ao oferecer um olhar inusitado e poético do espaço urbano. Todos os livros são registrados com ISBN, o que significa que podem ser pesquisados e encontrados em qualquer parte do mundo. São distribuídos gratuitamente nas principais

universidades e instituições culturais do país, afirmando o compromisso do MAR com a inclusão e a educação, e fornecendo referências para pesquisadores das mais variadas disciplinas.

Área Temática: Captação de Recursos e Relacionamento
Indicador 5.1: % da Receita Operacional em relação ao total da Receita
Fórmula de Cálculo: (total da receita operacional / total de receitas) 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 Mai/Ago 2015	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	05%	04%

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

A receita operacional do MAR engloba tanto aquela obtida por meio da venda de ingressos, quanto a entrada de recursos referente às cessões de espaço para café, lojinha e restaurante e locações do espaço para eventos. Este indicador tem o objetivo de medir o total de receita operacional em relação ao total de receitas do museu, que neste caso se somam os desembolsos do Contrato de Gestão e as receitas de recursos incentivados (patrocínios, doações, por exemplo).

De janeiro a agosto de 2015, a receita operacional do MAR foi de R\$ 491.684,14, o que representa, aproximadamente, 04% de toda a receita do museu. No período de maio a agosto, especificamente, o MAR arrecadou R\$ 281.338,50. A tabela abaixo apresenta estes dados de forma detalhada:

Bilheteria	Eventos	Cessão Onerosa
R\$ 209.207,42	R\$ 21.725,00	R\$ 50.406,08

No tocante a arrecadação, em virtude de locações de espaços, foi feito um alinhamento nos valores estipulados, levando-se em consideração o momento econômico atual vivido pelo país, o que se estima potencializar esta receita no próximo quadrimestre.

Outro ponto de estímulo para o próximo quadrimestre é a conclusão das intervenções urbanas na Praça Mauá, o que deverá atrair novos interessados em locar os espaços do MAR para eventos corporativos.

Em julho, o MAR registrou um aumento significativo de público, o que gerou a ampliação da arrecadação da bilheteria. No entanto, de maio a agosto, o percentual de pagantes se manteve nos mesmos patamares registrados nos quadrimestres anteriores (aproximadamente 30% do público total). Este número é insuficiente para atingir a meta estabelecida de 5% de receita operacional. Por outro lado, o Instituto Odeon tem considerado prioritário atingir a meta de público de 200.000 visitantes e, para isso, tem promovido ações de mobilização de novos públicos, muitas delas com gratuidade.

Como já vem sendo apontado em relatórios anteriores, este indicador apresenta inconsistências em sua fórmula de cálculo que precisam ser corrigidas. Uma sugestão que foi apresentada à SMC agora no começo de setembro foi de utilizar os repasses do contrato de gestão como indexador. De uma maneira geral, há diversas variáveis que influenciam este indicador e o mais importante para a sustentabilidade do MAR é a geração de outras receitas que não às do Contrato de Gestão. Assim, no momento de uma revisão geral do quadro de indicadores, é importante se pensar em um indicador mais amplo.

Área Temática: Captação de Recursos e Relacionamento

Indicador 5.2: % de Receita de Patrocínio em relação ao total de Receita

Fórmula de Cálculo: (total de receita de patrocínio / total de receitas) x 100

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

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	20%	24%

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Este indicador mede a participação das receitas advindas de patrocínios em relação às receitas totais do museu. No período de janeiro a agosto o montante de receitas de patrocínio é de R\$ 3.338.144,00, o que representa, aproximadamente, 24% do total de receitas do MAR.

Entre maio e agosto de 2015 foram firmadas mais algumas parcerias importantes para patrocínio que representaram um aporte de aproximadamente R\$ 800.000. São elas: Brookfield e Dow. Com a empresa Brookfield, nesse período, foi assinado o contrato e recebido o aporte total de R\$ 100.000, com contrapartidas de visibilidade de marca relacionadas ao Programa de Visitas Educativas. A empresa Dow, que já havia sido patrocinadora do museu em 2014, renovou seu patrocínio que totaliza R\$ 700.000, sendo o primeiro aporte já feito no valor de R\$ 450.000. As contrapartidas da Dow são relacionadas à Escola do Olhar. Além disso, o MAR recebeu, nesse período, aportes já previstos em contrato assinado anteriormente, com a empresa Souza Cruz, totalizando R\$ 250.000.

A atual conjuntura econômica do país não favorece o resultado positivo desse indicador, pois o investimento de empresas privadas em cultura depende diretamente de seu lucro líquido, para disponibilidade de uso de verba incentivada via Governo Federal (Lei Rouanet), o meio mais usado para patrocínio cultural. Ainda assim, a prospecção e negociação com empresas continuam, tendo em vista que o último quadrimestre do ano é, em geral, o mais farto para captação de recursos. Espera-se colher resultados das reuniões e propostas realizadas no quadrimestre vigente.

Área Temática: Captação de Recursos e Relacionamento

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

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

Fonte de Comprovação: Ficha de inscrição e planilha de controle de doações de Amigos do MAR

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	1.200	5.611

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

De maio a agosto de 2015, das 60.412¹ pessoas que visitaram o MAR, 2.762 se tornaram Amigos do MAR (05%), totalizando um grupo de 5.609 doadores. O total de arrecadação do programa nesses meses foi de R\$ 27.739,00, que significa um valor médio de R\$ 10 por doação, demonstrando que este estágio do programa se mostra muito mais voltado para relacionamento do que para arrecadação.

O MAR tem investido em comunicação nas telas superiores à bilheteria, informações no serviço de todos os materiais gráficos e divulgações online para atrair adesão para o programa. O treinamento constante da equipe de receptivo para que todos os visitantes sejam informados e convidados a participar do programa tem garantido seu sucesso.

Neste quadrimestre foi implementado um novo brinde para doações acima de R\$ 40 (uma bolsa do MAR), o que gerou um aumento no valor médio da doação. Em agosto, foi realizada uma campanha via internet e implementado um fluxo no qual o doador pode retirar o seu brinde quando visitar o MAR, os resultados destas ações serão avaliados no próximo quadrimestre.

¹ Visitantes do pavilhão espontâneo, ou seja, não participantes de visitas educativas.

Área Temática: Captação de Recursos e 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: Material gráfico de divulgação com grid de marcas, programação mensal e/ou convênios, termo de cooperação técnica ou planilha de controle de atividades da Escola do Olhar

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	30	69

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Esse indicador busca medir o número de ações realizadas em parceria com outras instituições. Muitas parcerias são realizadas pelo MAR, especialmente na área educacional, gerando propostas mais alinhadas com as necessidades da sociedade, mais democráticas e participativas e também com menor custo, pois são compartilhados com os parceiros. No quadrimestre de maio-agosto foram realizadas 48 ações em parceria e no acumulado do ano o total é de 69 ações o que superar a meta anual de 30 ações. Dentre as principais parcerias firmadas até o momento é possível citar:

- MAR de Música - Programação Cultural (Circo Voador)
- Circuito Cultural (Rio Ônibus)
- MBA Gestão de Museus (Universidade Candido Mendes)
- Passaporte de Museus Cariocas (IBRAM e Prefeitura do Rio de Janeiro)
- Seminário de Estudos de Públicos de Museus (British Council)
- Encontro sobre Acessibilidade em Museus (British Council e Rio 2016)
- V Festival Internacional do filme de pesquisa (Universidade Federal Fluminense).
- Seminário Estética da Periferia (PACC-UFRJ)
- Distrito Criativo do Porto (CDURP)

É importante ressaltar que, no período atual, a realização de ações em parceria é crucial inclusive para a redução de custos do museu. A instituição não tem enfrentado problemas para cumprir esse indicador. Pelo contrário, o diálogo com parceiros tem sido fator determinante para a superação de algumas metas, por exemplo, o número de atividades da Escola do Olhar e as atividades realizadas em parceria com Universidades.

Área Temática: Gestão e Infra-Estrutura
Indicador 6.1: % de 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, pesquisa tabulada e/ou relatório do software de pesquisa

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Anual	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	80%	-

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

A excelência é um dos valores do MAR e este é um indicador essencial para avaliar o quanto o MAR tem sido reconhecido pelo público como um espaço de excelência; não apenas no conteúdo dos programas e atividades desenvolvidas, mas em todos os serviços prestados aos visitantes.

Esse indicador tem o objetivo de medir a satisfação do público com o serviço prestado. Como nos indicadores 2.3, 3.3 e 3.6, os resultados farão parte do próximo relatório gerencial.

Área Temática: Gestão de Infra-Estrutura

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

Fórmula de Cálculo: (número de colaboradores do MAR moradores da região portuária / número absoluto de colaboradores do MAR) x 100

Fonte de Comprovação: Planilha de controle de colaboradores do MAR e comprovantes de residência dos colaboradores moradores da região

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

Período Avaliatório	Meta Mai/Ago 2015	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	7%	12%

Informações relevantes acerca da execução do Indicador no período avaliatório

Atualmente, dos 121 colaboradores do MAR, 14 são moradores da Região Portuária. Destes, 64% atuam na área Administrativo Operacional, 7% na Gerência de Produção, 14% na Gerência de Educação, 7% na Gerência de Conteúdo e 7% na Diretoria.

Buscar colaboradores da região, identificando profissionais locais, valorizando e potencializando a região onde o museu está inserido, é uma das diretrizes do MAR desde o início das suas atividades. Em seu Planejamento Estratégico, o museu se coloca neste desafio de estar inserido na região, não só por uma questão geográfica, mas especialmente por construir um diálogo efetivo com o entorno, incluindo, em seu quadro de colaboradores, profissionais que tragam suas experiências locais.

Este é um desafio e uma busca constante para a equipe de Recursos Humanos, já que os benefícios desta interação são cada vez mais notórios. Neste sentido, mobilização articulada com o Programa Vizinhos do MAR continua crescendo, para divulgar novas vagas, mas, especialmente, para mostrar novos caminhos profissionais que surgem em um espaço de arte e educação como o MAR.

Área Temática: Gestão e Infra-Estrutura

Indicador 6.3: % de colaboradores do MAR que receberam treinamento

Fórmula de Cálculo: (número de colaboradores do MAR que receberam treinamento / total de colaboradores do MAR) x 100

Fonte de Comprovação: Planilha de controle de treinamento de colaboradores do MAR

Resultados Alcançados no Período Avaliatório

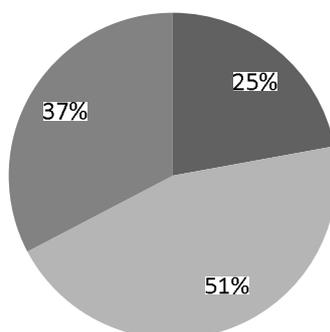
Período Avaliatório	Meta Mai/Ago 2015	Resultado em Ago/2015
1 de maio a 31 de agosto de 2015	10%	51%

Informações relevantes acerca da execução do indicador no período avaliatório

Este indicador tem o objetivo de medir a quantidade de colaboradores do MAR que receberam treinamento ou passaram por processo de formação e qualificação por ação direta ou indireta. É importante esclarecer que um mesmo colaborador pode participar de mais de um treinamento, no entanto, este indicador diz respeito ao número de colaboradores participantes (e não ao número de participações em treinamentos). Além disso, o MAR oferece diversos tipos de treinamentos para seus colaboradores, porém, esse indicador contabiliza apenas treinamentos de Capacitação.

% de Participantes por Linha Programática

■ Atendimento ao Público ■ Capacitação ■ Educativo



De maio a agosto de 2015, os treinamentos contaram com 137 colaboradores participantes. Os treinamentos de Capacitação contaram com 62, especificamente.

Treinamento e qualificação da equipe técnica que atua no MAR vêm sendo um desafio perseguido desde o início das atividades do MAR. Nesse sentido, esta meta vem repetidamente apresentando resultados positivos, o que se mantém neste período.

Equipes que atuam diretamente com o público recebem treinamento mensal, abarcando questões relacionadas ao atendimento com público, políticas e normas de funcionamento do museu, formação e estudo sobre o conteúdo expositivo, além de discussões ampliadas, com convidados.

3. Análise Financeira

Os valores financeiros demonstrados nesse relatório contemplam o período de 01/05/2015 à 31/08/2015 no regime de caixa. Serão apresentados os valores desembolsados, as receitas do período e os saldos das contas bancárias no comparativo de realizado X planejado.

Desembolso		
	Planejado	Realizado
Despesas com Pessoal	2.494.375,44	2.668.310,71
Manutenção e Operação Predial	2.236.832,42	2.020.694,94
Despesas Administrativas	557.315,17	403.477,94
Bens Permanentes	30.227,45	0,00
Ações Educativas/Culturais	28.000,00	56.995,11
TOTAL (R\$)	5.346.750,48	5.149.478,70

Como é possível observar no quadro acima, há uma forte tendência de redução das despesas, entendendo a necessidade de um ajuste orçamentário ao momento econômico atual. Neste sentido, já houve, a partir de um conjunto de ações iniciadas neste quadrimestre, uma redução de 4% entre o planejado e o executado.

No item “Despesas de Pessoal” houve em maio o Dissídio Coletivo da Categoria, impactando em 8,34% a folha de pagamento, no entanto o planejado foi de 7,15% (conforme os últimos anos), aumentando em 1,15% não previstos no planejamento. Também no período, houve reestruturação das equipes do MAR, objetivando maior eficiência nas ações. Desta forma, um grupo de profissionais foi desligado da Instituição, concentrando-se um volume maior de gastos nos meses de julho e agosto. Esta ação, apesar de gerar um impacto maior que o planejado no período, possibilitará reduções nos meses subsequentes.

	MAI	JUN	JUL	AGO
Despesas com Pessoal	622.580,36	653.879,02	659.530,12	732.321,21
TOTAL (R\$)	2.668.310,71			

Nos itens “Despesas Administrativas” e “Despesas Operacionais” diversas ações vêm sendo realizadas, seja na negociação de contratos com parceiros, seja na readequação e reestruturação dos serviços, seja ainda na mobilização interna para redução de consumo e práticas sustentáveis. Dentre as diversas ações, é possível citar as três maiores contas e suas reduções, o que está gerando, a partir do mês de agosto, uma redução efetiva de despesa de aproximadamente cem mil reais.

	ABR	AGO	Redução
Energia	202.000,00	162.000,00	20%
Limpeza	71.496,78	58.644,18	18%
Segurança *	264.160,90	212.062,00	20%
TOTAL (R\$)	537.657,68	432.706,18	20%

* Cabe registrar que após todos os estudos realizados, a equipe atual de segurança é a mínima necessária para o funcionamento do Museu, sendo a redução possível a partir de um conjunto de investimentos paralelos como Monitoramento remoto, alarmes, localização dos postos, estabelecimento de procedimentos, entre outros.

Por fim, no item “Ações Educativas/Culturais”, houve necessidade de um aporte maior de recursos do que planejado, mesmo sendo um item de baixo investimento no contrato de gestão, algumas despesas foram necessárias, tais como despesas relacionadas a prorrogação e desmontagem da exposição “Do Valongo a Favela”, alguns custos das atividades culturais, especialmente no pagamento do ECAD para edição das apresentações Musicais, entre outros.

Para compensar, muitas ações administrativas e operacionais foram executadas no Plano Anual, seja no montante previsto para estas despesas específicas, como energia e algumas assessorias e consultorias, seja a partir de ações vinculadas aos projetos, como aquisição de material elétrico para as galerias expositivas, pinturas internas nas galerias, reforço no sistema de monitoramento remoto para as exposições, entre outros.

A partir das despesas do período e do montante arrecadado, seja no repasse da parcela do Contrato de Gestão, seja de fontes diretas como bilheteria e locações de espaço, pode-se observar o saldo acumulado do período.

Saldo no Período	
Valor do Repasse do Contrato de Gestão	5.083.698,75
Receitas Operacionais	270.338,86
Gastos Realizados (receitas operacionais)	52.285,72
Gastos Realizados (custeio)	5.149.478,70
TOTAL (R\$)	152.273,19

Saldo Atual	
TOTAL em 31/08/2015 (receitas operacionais + Contrato de Gestão)	1.325.718,90

Os valores arrecadados com receitas diretas (operacional) estão no quadro abaixo. Ressalta-se que as receitas apresentadas estão em regime de caixa e valores brutos, ou seja, não deduzidos de impostos e taxas:

Receitas Operacionais (bruto - caixa)				
	MAI	JUN	JUL	AGO
Bilheteria *1	50.135,59	66.428,47	22.340,12	70.303,24
Loja	3.073,35	2.513,80	2.650,31	3.259,48
Café	4.001,51	7.180,55	6.745,91	8.373,17
Restaurante *2	0,00	4.203,00	8.405,00	0,00
Eventos	0,00	10.725,36	11.00,00	0,00
TOTAL (R\$)	57.210,45	91.051,18	40.141,34	81.935,89

*1 No mês de julho, não houve envio de valores para o banco, pois estava em negociação a transferência do contrato do Carro Forte do Banco Santander para o Banco Itaú, por tanto, o valor apresentado em julho é bem menor que o de fato arrecadado, tendo sido regularizado jpa em agosto.

*2 Em maio, tendo em vista a mudança de banco, o pagamento foi efetuado no boleto vinculado a conta já encerrada, o que gerou um atraso no recebimento efetivo do pagamento. Por tanto, como observado, apesar não constar lançamento do pagamento no mês, em julho houve dois créditos, regularizando a situação.

Conforme informado no relatório anterior, tendo em vista as necessidades de execução do Projeto, e em virtude do repasse desta parcela, que só foi realizado em 29 de maio, foi necessário transferir R\$ 150.000,00 de receitas operacionais para a conta movimento, valor este que foi devolvido em 03/06/2015.

De acordo com análises, segue estimativa de despesas para o próximo quadrimestre (Setembro a Dezembro 2015):

Previsão de Despesas	
Previsão de Despesas até Agosto/2015	5.377.396,78
Fonte/Custeio: 4o Repasse do Contrato de Gestão	5.083.698,75
Diferença a ser coberta com Receitas Operacionais	(293.698,03)

Esta previsão segue o planejamento apresentado pelo Instituto Odeon para o Museu em 2015, no entanto, vem sendo feito um exercício compartilhado por todas as áreas para que a redução das despesas e otimização de recursos seja um esforço constante e um direcionamento nas práticas e atividades deste Museu, como já pode ser observado neste quadrimestre, com uma redução de 19% nas despesas das três maiores contas do MAR.

Para o próximo quadrimestre, se mantém o esforço de avançar na economicidade, a partir de boas práticas, sem prejuízo na satisfação do público que visita o Museu, apontada nas duas pesquisas realizadas.

6. Declaração do Dirigente da Organização Social

Declaro, para todos os fins, que são verídicas todas as informações contidas no 10º 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.

Tiago Cacique

Diretor de Projetos e Gestão

Luiz Guimarães

Diretor Administrativo Financeiro

Adriana Rodrigues

Diretora Executiva

Carlos Gradim

Diretor Presidente



CONCEPÇÃO E REALIZAÇÃO



SEMPRE PRESENTE