

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

4º TRIMESTRE

PLANO DE TRABALHO 2017

ASSOCIAÇÃO MUSEU DE ARTE SACRA DE SÃO PAULO

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

CONTRATO DE GESTÃO Nº 07/2013

6º Termo de Aditamento

Referente Museu de Arte Sacra de São Paulo

São Paulo, 28 de Fevereiro de 2018.

ÍNDICE

Relatório de Atividades do 4º Trimestre 2017

Apresentação	Pág. 003
Programa de Trabalho	
Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa	Pág. 009
Programa de Exposições e Programação Cultural	Pág. 010
Programa Educativo	Pág. 012
Programa de Apoio ao SISEM	Pág. 024
Programa de Comunicação e Imprensa	Pág. 024
Programa de Financiamento e Fomento	Pág. 028
Metas Condicionadas	
Metas Condicionadas	Pág. 030
Quadro dos Anexos Técnicos	Pág. 033
Quadro dos Anexos Administrativos	Pág. 407
Quadro de Avaliação de Resultados	
Quadro de Avaliação de Resultados	Pág. 452
Cópia Digital - DVD	Pág. 453

Apresentação

As metas pactuadas, no contrato de Gestão, para o 4º Trimestre do exercício de 2017 foram cumpridas, inclusive a meta do 3º Trimestre, referente a uma exposição temporária a ser realizada em outra cidade que por solicitação da instituição que a recebeu, (Museu de Arte Sacra de Campinas) e com a concordância do SISEM (Sistema Estadual de Museus) foi transferida para este Trimestre.

As ações voltadas ao Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa, tiveram superação das metas antes estimada, principalmente devido ao trabalho de registros fotográficos e pesquisas realizadas para as exposições temporárias, não ultrapassando o orçamento do exercício.

No Programa de Exposições e Programação Cultural destacamos a realização de três exposições: "Relíquias - a Transcendência da Alma" - 07 de outubro (Museu), "Esperança" - 02 de dezembro (Museu) e "Os Artesões e seus Presépios" - 02 de dezembro (sala Metrô Tiradentes), o número de visitantes superou a expectativa para este Trimestre.

No ano de 2017 foram realizadas 10 exposições temporárias: "Os Filhos de Deus", "Silêncio", "Doutores e Doutoradas da Igreja", "Religiosidade em Israel Através de Lentes Drusas", "Barro com Fé", "Aparecida do Brasil", "Trezentos Anos de Devolução Popular", "Relíquias - a Transcendência da Alma", "Esperança" e "Os Artesões e seus Presépios", distribuídas nos diversos espaços, superando o pactuado na meta "04 - Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do museu com obras do Museu e de terceiros", 02 (duas) exposições. Esta superação foi possível através da realização de parcerias, nas quais os parceiros arcaram com grande porcentagem dos custos e redistribuição de recursos dentre dos limites orçamentários pactuados no Contrato de Gestão, sem causar prejuízos a realização das outras metas pactuadas. A realização de diversas exposições, além de ter contribuído no alcance e superação do número de visitantes, atende à perspectiva da Secretaria em promover seus espaços, em diversas áreas, possibilitando acesso a todos os tipos de públicos e divulgando os equipamentos através de mostras e atividades que destacuem principalmente suas características e especificidades.

As Tardes Musicais continuaram a atrair um grande número de visitantes aos sábados, além de proporcionar momentos diferenciados dentro do espaço.

O Totem de pesquisa de perfil e de satisfação de público visitante do Museu, continua instalado na bilheteria, e seus dados/resultados colhidos através das pesquisas preenchidas, servem de base para tomada de novas ações e atividades voltadas ao público.

Neste 4º Trimestre de 2017, o Museu de Arte Sacra recebeu 15.340 (quinze mil, trezentos e quarenta) visitantes, superando a meta estipulada para o trimestre de 8.400 (oito mil e quatrocentos) visitantes em 83%.

Ao longo do exercício de 2017, a meta de "07 - Receber público visitante nas dependências do Museu", foi superada trimestre a trimestre, face as diversas atividades desenvolvidas pelos programas de trabalho, muitas vezes superando as pactuadas, mas sem prejuízo ao acordado no Contrato de Gestão e sempre dentro dos limites financeiros estipulados no Orçamento. Ao todo o Museu recebeu neste exercício 54.643 (cinquenta e quatro mil, seiscentos e quarenta e três) visitantes, superando a meta anual de 40.000 (quarenta mil) visitantes em 37%.

A meta pactuada do Programa de Apoio ao SISEM para o 3º Trimestre referente a realização de uma exposição itinerante, foi cumprida com a exposição: "Filhos de Deus",

realizada no Museu de Arte Sacra de Campinas, na cidade de Campinas no Interior do Estado de São Paulo, neste 4º Trimestre.

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

Enviamos ao PROAC o projeto para publicação do Livro "Edificações no Tempo", que visa demonstrar a importância das diversas construções na Capital Paulista, relatando a história da cidade e suas transformações através do tempo, buscando a compreensão e reflexão quanto a preservação destas obras arquitetônicas e sua restauração. O projeto encontra-se no aguardo de aprovação da Comissão pelo PROAC, que terá sua 1ª reunião ao decorrer do 1º Trimestre de 2018.

Os esforços para realização das metas previstas não sofreram solução de continuidade e a prioridade segue sendo o aperfeiçoamento dos funcionários, onde a capacitação da equipe responsável pelas atividades do Museu, não só em seu desenvolvimento, mas em sua criação, acompanhamento e conclusão, continua como meta da Diretoria, provando-se eficaz na resolução e na prevenção de problemas, tanto no atendimento ao público, quanto na prestação de contas de suas atividades. A interação das equipes, que se constitui em ponto de equilíbrio entre os diversos setores, busca a compreensão das atribuições a atividades de todos, bem como a rotina de cada área, e neste trimestre destacamos a ação de interação entre funcionários realizada nos dias 08 e 09 de novembro, quando os 43 (quarenta e três) funcionários e colaboradores divididos em 02 (duas) turmas mistas, para uma visita integrada a Basílica de Aparecida na cidade de Aparecida, aproveitando a exposição em comemoração aos 300 Anos da Basílica realizada no Museu.

OK { Ao final do exercício de 2017, foi assinado o 6º Termo de Aditamento ao Contrato de Gestão 07/2013, com a finalidade de aporte de recursos no valor de R\$ 832.938,00 (oitocentos e trinta e dois mil, novecentos e trinta e oito reais), para realização do projeto de "Reforma e Adequação das Instalações Elétricas do Museu de Arte Sacra de São Paulo". Os trabalhos tiveram início em janeiro de 2018, e encontram-se em fase inicial, com previsão de término em meados de abril deste ano.

Abaixo o quadro comparativo Previsto x Realizado no 4º Trimestre 2017 e no exercício de 2017.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS: MUSEU DE ARTE SACRA DE SÃO PAULO

Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado	%
01	Realizar registro fotográfico das peças de acervo	Número de registros fotográficos do acervo inseridos no Banco de Dados do Acervo da SEC	4º Trim.	105	553	527%
			Anual	420	1.160	276%
02	Realizar pesquisa de origem e histórico do acervo	Número de atualizações de dados catalográficos no Banco de Dados da SEC	4º Trim.	30	606	2020%
			Anual	120	1.228	1023%
03	Adquirir livros que complementem a bibliografia de História da Arte disponível para pesquisa na biblioteca do Museu	Número de livros adquiridos	4º Trim.	10	10	100%
			Anual	40	40	100%

Programa de Exposições e Programação Cultural

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado	%
04	Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do museu com obras do Museu e de terceiros	Número de exposições temporárias temáticas realizadas	4º Trim.	01	03	300%
			Anual	02	10	500%
05	Realizar exposições virtuais de acervo e temáticas	Número de exposições virtuais realizadas	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	02	02	100%
06	Realizar eventos periódicos: - Tardes Musicais, aos sábados	Número de eventos realizados	4º Trim.	03	03	100%
			Anual	12	12	100%
07	Receber visitantes nas dependências do Museu	Número de visitantes recebidos	4º Trim.	8.400	15.340	183%
			Anual	40.000	54.643	137%
08	Realizar programas temáticos: . Aniversário da cidade; Férias no Museu (08 dias (jan/jul)).	Número de programas temáticos realizados	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	06	07	117%
09	Elaborar relatório com consolidação das informações coletadas no totem eletrônico contendo análise e indicação das ações de aprimoramento da gestão e do atendimento	Relatório entregue	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	02	02	100%
10	Acompanhamento e conservação das obras em exibição no espaço expositivo de longa duração	Relatório descritivo das ações	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	02	02	100%
11	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e apresentar relatório conforme orientações da SEC	Nº de relatórios entregues	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	04	04	100%
12	Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	Índice de satisfação (= ou > 80%)	4º Trim.	=>80%	99%	100%
			Anual	=>80%	=>80%	100%

Programa Educativo

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado	%
13	Realizar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	Número de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas mediadas	4º Trim.	1.452	2.324	160%
			Anual	6.600	7.787	120%
14	Realizar visitas mediadas a público espontâneo	Número de pessoas atendidas em visitas mediadas	4º Trim.	1.250	3.262	261%
			Anual	6.500	10.900	168%
15	Realizar cursos de capacitação para professores, educadores e profissionais de turismo	Número de cursos realizados	4º Trim.	02	02	100%
			Anual	10	10	100%
16	Realizar cursos de capacitação para professores, educadores e profissionais de turismo	Número de professores, educadores e profissionais de turismo capacitados	4º Trim.	30	70	233%
			Anual	150	271	181%
17	Realizar pesquisa de perfil e satisfação de público escolar e apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientações da SEC	Número de relatórios entregues	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	02	02	100%
18	Monitorar Índices de satisfação do público escolar de acordo com pesquisa Modelo SEC	Índice de satisfação (= ou > 80%)	4º Trim.	=>80%	98%	100%
			Anual	=>80%	98%	100%
19	Realizar visitas integradas para professores em parceria com museus e instituições culturais.	Número de visitas realizadas	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	04	05	125%
20	Pesquisa qualitativa sobre o conteúdo e expografia das exposições temporárias	Número de questionários aplicados	Anual	80	109	136%
21	Compilar dados de atendimento a visitantes de projetos especiais	Número de relatórios de atendimento	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	04	04	100%
22	Realizar programa Interessante e Interativo (Férias no Museu e datas comemorativas e feriados)	Número de atividades realizadas	4º Trim.	03	05	167%
			Anual	10	14	140%

Programa Educativo

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado	%
23	Realizar ações de capacitação (palestras, oficinas, cursos) em museus e espaços expositivos do litoral, interior e da RMSP	Número de ações realizadas	Anual	01	01	100%
24	Realizar exposições itinerantes em museus e espaços expositivos do litoral, interior e da RMSP	Número de exposições itinerantes realizadas	4º Trim.	--	01	-- %
			Anual	01	01	100%

Programa de Comunicação e Imprensa

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado	%
25	Criar e produzir catálogos impressos das exposições	Número de ações realizadas	4º Trim.	01	02	200%
			Anual	01	07	700%
26	Transcrever conteúdo de 04 páginas de programação cultural do site do Museu para inglês e espanhol	número de páginas de programação cultural transcritas para inglês e espanhol	4º Trim.	01	01	100%
			Anual	04	04	100%
27	Desenvolver peças digitais do Museu em canais de comunicação virtual ou impressa para divulgação, com prévia aprovação pela SEC.	Número de campanhas realizadas.	4º Trim.	05	10	200%
			Anual	20	32	160%
28	Manter contas e fanpages do Museu nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público (Facebook, Twitter, Instragam, etc)	Número absoluto de fãs e seguidores nas redes sociais	4º Trim.	4.250	14.878	350%
			Anual	20.000	219.319	1097%
29	Desenvolver e publicar nas mídias sociais atualizações/jogos/quiz sobre o acervo/temática do museu que estimule a divulgação do acervo/patrimônio	Número de atualizações/jogos/quiz publicados	4º Trim.	04	04	100%
			Anual	16	17	106%
30	Criar revista bilingue institucional para divulgação do Museu	Número de Revistas criadas e produzidas	Anual	01	01	100%
31	Gerenciar e manter canais de comunicação com o público (website, redes sociais)	Número de canais gerenciados	4º Trim.	04	04	100%
			Anual	04	04	100%

Programa de Financiamento e Fomento

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado	%
32	Captar recursos por meio de receita de bilheteria, cessão de espaços, contratos para exploração comercial de café e loja	Recurso captado = 2% do contrato de gestão	ANUAL	142.448	169.305	119%
33	Manter projetos aprovados ou prorrogados para captação por meio das leis de incentivo à cultura (Rouanet / PROAC / municipal	Número de projetos submetidos	4º Trim.	01	01	100%
			ANUAL	02	02	100%
34	Informar ações realizadas do Plano de Marketing e Mobilização de Recursos durante o exercício	Relatório das ações	4º Trim.	01	01	100%
			ANUAL	02	02	100%
35	Captar recursos por meio de projetos incentivados já aprovados (Rouanet, ProAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq) e doações	Recurso captado = 3% do contrato de gestão	ANUAL	213.672	4.761	2%

Maiores detalhes sobre as atividades e suas realizações no corpo do relatório e em seus anexos.



José Carlos Reis Margal de Barros
Diretor Executivo

QUADRO DE METAS TÉCNICAS: MUSEU DE ARTE SACRA DE SÃO PAULO

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA – 2017

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, a rotina de higienização das coleções do Museu de Arte Sacra de São Paulo bem como do acervo das exposições temporárias foi mantida às segundas-feiras, dia em que o Museu está fechado ao público visitante. Considerando que a salvaguarda das peças é uma das tarefas da Equipe Técnica, todos os procedimentos realizados durante 2017 foram documentados e fotografados.

Durante o ano de 2017, houve continuidade dos projetos de 2016 e avanços na Área Técnica do Museu de Arte Sacra de São Paulo, a saber:

- Conferência e atualização da catalogação de acervo;
- Mapeamento do acervo exposto e em reserva técnica;
- Utilização do BDA/SEC como instrumento de apoio aos pesquisadores, às curadorias e realizações de exposições;
- Realização de exposições e extroversão do acervo;
- Participação do Museu através da Ação Educativa em eventos temáticos e outros extramuros;
- Utilização das redes sociais como instrumento de extroversão e conhecimento do acervo;
- Visando o aprimoramento das habilidades e competências técnicas e conhecimentos específicos, a Equipe Técnica participou de encontros técnicos profissionais, cursos de formação e atualização.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
01	Realizar registro fotográfico das peças de acervo	Número de registros fotográficos do acervo inseridos no Banco de Dados do Acervo da SEC	1º Trim.	105	167
			2º Trim.	105	151
			3º Trim.	105	289
			4º Trim.	105	553
			ANUAL	420	1.160
			ICM %	100%	276%
02	Realizar pesquisa de origem e histórico do acervo	Número de atualizações de dados catalográficos no Banco de Dados da SEC	1º Trim.	30	168
			2º Trim.	30	162
			3º Trim.	30	292
			4º Trim.	30	606
			ANUAL	120	1.228
			ICM %	100%	1.023%
03	Adquirir livros que complementem a bibliografia de História da Arte disponível para pesquisa na biblioteca do Museu	Número de livros adquiridos	1º Trim.	10	10
			2º Trim.	10	10
			3º Trim.	10	10
			4º Trim.	10	10
			ANUAL	40	40
			ICM %	100%	100%

Meta 01: Foram realizadas **1.160** inserções de fotografias no BDA/SEC. A meta foi superada em **176 %** em decorrência dos trabalhos de atualização dos registros fotográficos. Foram inseridas fotografias de variados ângulos, bem como de detalhes importantes das peças que contém partes soltas, a fim de assegurar as informações sobre sua integridade física.

Meta 02: Foram realizadas **1.228** atualizações de dados referentes aos campos de origem e procedência no BDA/SEC. A meta foi superada em **923%** devido aos trabalhos de revisão da catalogação elencados na sequência:

(i) Cruzamento das informações registradas no BDA/SEC com a documentação contida nas pastas catalográficas do acervo (registros de entrada, fichas datilografadas, processos de doação etc.);

(ii) Padronização das informações referentes à origem e procedência contidas nos campos do BDA/SEC. A equipe técnica verificou que, muitas vezes, as informações sobre origem e procedência estavam dispersas e outros campos do BDA/SEC, tais como "Descrição", "Observações" na aba "Responsáveis", "Observações Gerais" etc.

(iii) Revisão / atualização dos registros dos acervos do MAS-SP solicitados para as exposições ao longo do ano.

Estima-se que esse cruzamento de dados se estenda ao longo de 2018, bem como, a padronização das informações contidas no BDA/SEC. Cumpre ressaltar que o BDA/SEC não possui o campo específico para *procedência*, dessa forma as informações referentes a este campo foram alocadas em "Observações Gerais".

Segue anexado Anexo I referente ao Arquivo *Excel* - origem e procedência.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL – 2017

A Equipe Técnica do Museu de Arte Sacra de São Paulo realizou atividades diversas referentes ao **Programa de Exposições e Programação Cultural** durante o ano de 2017. Foram apresentadas ao público onze exposições de curta duração dentro das dependências do Museu de Arte Sacra de São Paulo. Cabe mencionar que o Museu Arquidiocesano de Arte Sacra de Campinas, SP recebeu entre os dias 27 de outubro e 07 de dezembro de 2017 a exposição **Filhos de Deus**, proveniente do MAS-SP e organizada por sua Equipe Técnica. Composta por 22 registros fotográficos de Daniel Taveira, essa mostra foi incluída no programa de ações do Sistema Estadual de Museus (SISEM-SP).

Com o propósito de propagar a arte presepista, o Museu de Arte Sacra de São Paulo, em parceria com a Prefeitura de Caçapava, por meio da Secretaria de Cultura, Esportes e Lazer promoveu, a partir do dia 18 de dezembro de 2017 a 02 de fevereiro de 2018, a exposição **Natividade – Artes em Presépios**, na E.E. Ruy Barbosa, localizada na cidade de Caçapava, SP. Essa mostra apresentou 14 conjuntos presepistas do acervo MAS-SP (anexo 7).

Todas as exposições requereram planejamento, processos de organização e ações diversificadas. A cada exposição de curta duração, a expografia das áreas expositivas de longa duração, com peças do acervo MAS-SP, era analisada e, em certos casos, as peças eram remanejadas.

Para garantir a eficiência do **Programa de Exposições e Programação Cultural – 2017**, a Equipe Técnica realizou trabalhos em equipe com técnicos ligados à instituição, com colaboradores e profissionais qualificados. Dessa maneira, as ações de selecionar, pesquisar, documentar, organizar, preservar, salvaguardar, exibir e difundir as exposições que aconteceram em 2017 foram conduzidas positivamente.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
04	Realizar exposições temporárias a partir da política de exposições do museu com obras do Museu e de terceiros	Número de exposições temporárias temáticas realizadas	1º Trim	01	01
			2º Trim	-	03
			3º Trim	-	03
			4º Trim	01	03
			ANUAL	02	10
			ICM %	100%	500%
05	Realizar exposições virtuais de acervo e temáticas	Número de exposições virtuais realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	01	01
			3º Trim	-	-
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
06	Realizar eventos periódicos: - Tardes Musicais, aos sábados	Número de eventos realizados	1º Trim	03	03
			2º Trim	03	03
			3º Trim	03	03
			4º Trim	03	03
			ANUAL	12	12
			ICM %	100%	100%
07	Receber visitantes nas dependências do Museu	Número de visitantes recebidos	1º Trim	6.800	10.968
			2º Trim	12.800	13.924
			3º Trim	12.000	14.411
			4º Trim	8.400	15.340
			ANUAL	40.000	54.643
			ICM %	100%	137%
08	Realizar programas temáticos: . Aniversário da cidade; Semana de Museus; Virada Cultural; Primavera de Museus; Mês da Consciência Negra; Férias no Museu (08 dias (jan/jul)).	Número de programas temáticos realizados	1º Trim	02	02
			2º Trim	02	02
			3º Trim	01	02
			4º Trim	01	01
			ANUAL	06	01
			ICM %	100%	117%
09	Elaborar relatório com consolidação das informações coletadas no totem eletrônico contendo análise e indicação das ações de aprimoramento da gestão e do atendimento	Relatório entregue	1º Trim	-	-
			2º Trim	01	01
			3º Trim	-	-
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
10	Acompanhamento e conservação das obras em exibição no espaço expositivo de longa duração	Relatório descritivo das ações	1º Trim	-	-
			2º Trim	01	01
			3º Trim	-	-
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
11	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e apresentar relatório conforme orientações da SEC	Nº de relatórios entregues	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
12	Monitorar índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	= > 80%	98%
			2º Trim	= > 80%	98%
			3º Trim	= > 80%	99%
			4º Trim	= > 80%	99%
			ANUAL	= > 80%	99%
			ICM %	100%	100%

Meta 04: Ao decorrer do exercício foram realizadas 07 exposições temporárias: "Os Filhos de Deus", "Silêncio", "Doutores e Doutoradas da Igreja", "Religiosidade em Israel Através de Lentes Drusas", "Barro com Fé", "Aparecida do Brasil" e "Trezentos Anos de Devolução Popular", e neste 4º Trimestre mais 03 exposições: "Relíquias - a Transcendência da Alma", "Esperança" e "Os Artesões e seus Presépios"; distribuídas nos diversos espaços, superando assim o pactuado na meta. Esta superação foi possível através da realização de parcerias, nas quais os parceiros arcaram com grande porcentagem dos custos e redistribuição de recursos dentre dos limites orçamentários pactuados no Contrato de Gestão, sem causar prejuízos a realização das outras metas pactuadas. A realização de diversas exposições, além de ter contribuído no alcance e superação do número de visitantes, atende à perspectiva da Secretaria em promover seus espaços, em diversas áreas, possibilitando acesso a todos os tipos de públicos e divulgando os equipamentos através de mostras e atividades que destaquem principalmente suas características e especificidades.

Meta 07: Esta meta ao longo do exercício foi superada trimestre a trimestre, face as diversas atividades desenvolvidas pelos programas de trabalho, muitas vezes superando as pactuadas, mas sem prejuízo ao acordado no Contrato de Gestão e sempre dentro dos limites financeiros estipulados no Orçamento.

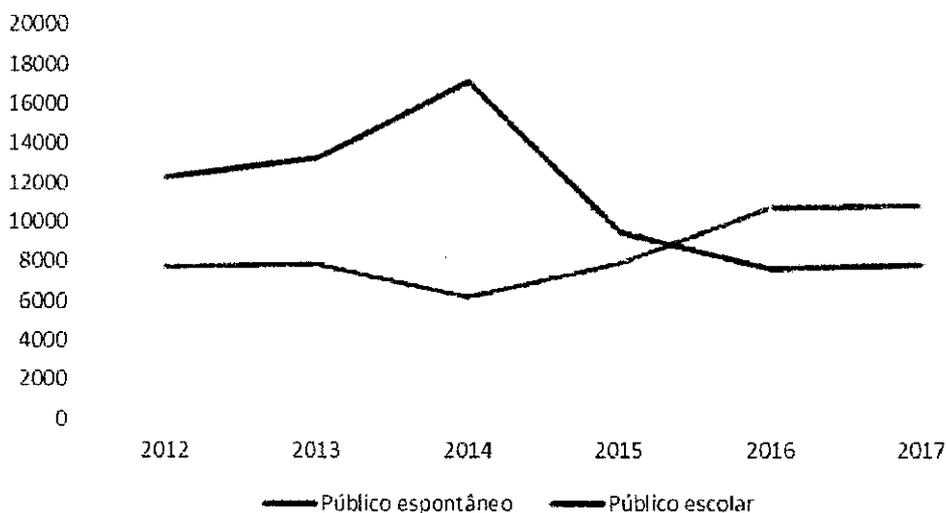
Meta 08: Ao longo do ano de 2017 foram realizados sete programas temáticos, a saber: Férias no Museu (edições de janeiro e julho), Aniversário de São Paulo (janeiro), Semana de Museus (maio), Virada Cultural (maio), Primavera de Museus (setembro) e Consciência Negra (novembro), o que representa a superação da meta pactuada em 16%. A superação da meta deve-se à não-coincidência das datas das ações propostas enquanto parte do Mês dos Museus e da Virada Cultural, ambas realizadas no mês de maio. Como a oficina proposta na Virada Cultural é parte das ações de rotina do Programa Educativo a superação da meta não onerou os recursos previstos para o desenvolvimento de programas temáticos. No quarto trimestre foi realizado um programa temático para celebrar a Consciência Negra no dia 25 de novembro. Composto por uma ação educativa que consistiu em um café temático em que os participantes foram convidados a investigar as relações com o sagrado nas religiões de matriz afro-brasileiras e na religião católica a partir da degustação de alimentos disseminados entre os diferentes grupos, praticantes ou não de determinado culto, cujo o preparo e a partilha surgiram enquanto maneiras de se relacionar com o sagrado. Ao término desse piquenique que aconteceu no jardim externo do Museu, os participantes realizaram uma visita ao presépio napolitano em que foram instigados a perceber as representações do alimentar-se seja enquanto indício de vícios ou virtudes ou de hábitos de diferentes grupos étnicos. Para encerrar essa programação comemorativa propôs-se uma roda de coco de senzala, coordenada pelo Mestre Zé Negão, ação integrante da série "Tardes Musicais". Mestre Zé Negão é reconhecido pelo Ministério da Cultura como griô de tradição oral, atualmente faz parte do Laboratório de Intervenção Artística (Laia), na comunidade João Paulo II, em Camaragibe (PE). O coco de senzala resgata canções entoadas pelos escravos quando, diante de uma boa safra, recebiam autorização dos senhores para festejar.

PROGRAMA EDUCATIVO – 2017

No ano de 2017 todas as metas do Programa Educativo que preveem o atendimento de público foram superadas acima do previsto no plano de trabalho: atendimento de estudantes em visitas educativas (20% acima), recepção de público espontâneo em visitas mediadas e oficinas (68% acima) e capacitação de professores, educadores e profissionais de Turismo (81% acima).

A partir da análise da série histórica de visitantes recebidos em ações educativas no Museu de Arte Sacra que compreende o período de 2012 a 2017, podemos perceber que a partir do ano de 2016 houve uma inversão no perfil do público majoritariamente recebido, isto é, nesse ano o público espontâneo passou a ser maior que o escolar, tendência que se manteve no ano de 2017.

Comparativo públicos atendidos em ações educativas no Museu de Arte Sacra de São Paulo



Tal dado leva-nos à uma reflexão sobre os fatores que explicam essa inversão já que impacta diretamente na concepção do projeto educativo do museu. No que tange ao público escolar é importante salientar que a descontinuidade de políticas públicas promovidas pelas secretarias estadual e municipal de Educação e Cultura trata-se do principal fator para a redução significativa desse público.

Cabe aqui mencionar que o *Programa Cultura é Currículo*, que subsidiava o transporte e o lanche para que alunos da rede estadual de Educação frequentassem instituições culturais foi encerrado no ano de 2015, momento em que há uma paridade no número do público escolar e do público espontâneo atendidos em visitas educativas no Museu de Arte Sacra. Já o *Programa Recreio nas Férias*, que ofertava o transporte para que os alunos dos Centro de Educação Unificados da Prefeitura visitassem instituições culturais nos meses de férias escolares, teve seu fim no ano de 2017.

Com o intuito de minimizar os impactos gerados pela supressão dessas políticas, criou-se o *Projeto Educar em Conjunto* por meio do qual os educadores do Museu de Arte Sacra realizam ações educativas continuadas com escolas localizadas em seu entorno. No ano de 2017 esse projeto estendeu-se também para professores e educadores participantes de cursos e ações educativas no museu que manifestaram interesse em realizar ações sistemáticas com o intuito de qualificar a experiência educativa promovida a partir do contato com o acervo salvaguardado ora por meio da realização de ações extramuros que envolvem a comunidade escolar ora a partir de visitas temáticas no próprio espaço do museu, desenvolvidas especialmente em razão das parcerias firmadas com as unidades de ensino. Essas ações realizadas tanto no espaço do Museu como da Escola, nesse ano contabilizam 18% do total do público escolar atendido.

Entretanto sabe-se que tal iniciativa pontual não possui a mesma abrangência de políticas públicas, por isso deve-se ter cautela em celebrar a superação da meta relativa ao atendimento do público escolar. Nesse sentido, entende-se também a tendência de equiparação das visitas educativas realizadas para estudantes de escolas públicas e particulares, que nesse ano representaram respectivamente 55% e 45%.

Por outro lado, a ampliação exponencial do número de visitantes espontâneos deve-se à uma confluência de fatores: a abertura de uma nova área expositiva do Museu de Arte Sacra na estação

Tiradentes do Metrô, o condicionamento da abertura da sala que abriga o presépio napolitano a presença impreterível de um educador, os esforços promovidos internamente para o atendimento de novos públicos (público virtual e pessoas até então entendidas como não-público de museus: pessoas em situação de vulnerabilidade social, bebês e suas famílias e pessoas com deficiência), a consolidação das atividades ofertadas enquanto parte do *Programa Interessante e Interativo* para o público adulto que visita o museu em seu momento de lazer e até mesmo a redução do quadro de funcionários da instituição que acarretou na mudança das estratégias de atendimento de públicos recebidos aos finais de semana (substituição da oferta de visitas educativas com duração de 1h30min por acolhimentos com duração de 20 a 30 min).

É importante que se reflita sobre em que medida a massificação dos atendimentos ao público espontâneo a partir da atuação do educador enquanto orientador de público a fim de dar conta do novo cenário, dada a redução sistemática de investimentos nas áreas da educação e da cultura, não é prejudicial à um projeto educativo que privilegie o contato com a cultura material a partir de experiências que almejam a autonomia do indivíduo, enquanto sujeito ativo e crítico.

A realização de ações em parceria com outros museus, pertencentes ou não ao quadro de museus da Secretaria de Estado da Cultura, a participação ativa das atividades promovidas no âmbito dos fóruns criados para troca de experiências entre educadores de museus (Comitê Educativo – sistematizado pela Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico e Rede de Educadores de Museus de São Paulo, autogerida por profissionais que atuam ou se interessam por essa área) e a criação de ações que promovem a aproximação dos educadores do Museu com a comunidade do entorno devem ser aqui apontadas como norteadoras do Programa Educativo no ano de 2017.

Acreditamos que nesse momento pouco favorável a cena cultural e educacional, em razão da crise político-social global e nacional, o diálogo com diferentes instituições, pessoas e públicos é fundamental para que possamos fortalecer as práticas educativas desenvolvidas no museu às luzes da conscientização de seu papel social frente às questões latentes na contemporaneidade.

Por fim, vale a pena mencionar que para além de atuar junto ao público que visita o Museu de Arte Sacra de São Paulo, a Ação Educativa consolida um trabalho pioneiro junto ao público virtual por meio do microblog Twitter. Findo o ano de 2017, o perfil do @MuseuArteSacra trata-se de um dos museus que possui o maior número de seguidores no país, mais de 180 mil pessoas. Mais do que um dado estatístico, o grande número de pessoas que acompanham o perfil deve ser compreendido a partir da realização de um trabalho educativo diário que por meio da utilização de hashtags desenvolvidas por nós ou pela apropriação daquelas existentes na rede propõe ao internauta conhecer o acervo do museu de maneira divertida com a leveza cara às redes sociais, mas sempre levando em conta a finalidade da interação promovida, isto é, a sensibilização do olhar do visitante para a cultura material salvaguardada pela instituição.

Nesse trimestre entre as postagens que alcançaram uma maior visibilidade entre nossos seguidores estão uma fotografia aérea da chácara conventual urbana em que se localiza o museu, uma postagem de um galo feito em aniagem, parte de um presépio, utilizada para desejar feliz ano novo ao público virtual e o detalhe de uma fotografia antiga a partir da qual propusemos um quiz aos nossos seguidores, respectivamente com 9.850, 7.392 e 7.322 visualizações.



Museu de Arte Sacra

@MuseuArteSacra

Começamos a semana com um #QuizMAS. Você consegue encontrar o elemento na fotografia que pode ser visto no acervo do @MuseuArteSacra? #ObradaSemana



12:23 · 14 de nov. de 2017

3 Retweets 33 Curtidas



Postagem do #QuizMAS que obteve um alto índice de visualização e interação entre os seguidores do perfil

No quarto trimestre o perfil do @MuseuArteSacra obteve 13.441 novos seguidores. Encerramos o ano de 2017 com 181.802 seguidores, sendo que 94% residem no Brasil, 2% na Espanha e entre as porcentagens restantes destacam-se os residentes no México, Portugal e nos Estados Unidos. A maior parcela de nossos seguidores possui entre 18 e 24 anos (43%). Na sequência aparecem os usuários de 13 a 17 anos (27%) e 25 a 34 anos (21%). Completam o perfil de seguidores aqueles que afirmaram ter entre 35 e 44 anos (6%), 45 a 54 anos (2%) e com menos de 1% cada, as pessoas entre 55 e 64 anos e acima de 65 anos.

Notadamente sabe-se que essa rede social é preferida pelos jovens, sendo assim em nosso perfil privilegia-se o uso de uma linguagem informal cara ao universo das redes sociais. A maior parcela do público é do sexo feminino, 60%, ante os 40% que indicam ser do sexo masculino. Aqueles que residem nos estados da região sudeste representam a maioria do público virtual, a saber: paulistas (30%), cariocas (15%) e mineiros (9%). Ainda surgem com porcentagens significativas os moradores de Pernambuco (5%), Goiás (4%), Rio Grande do Sul (4%) e Santa Catarina (4%).

Em relação ao cumprimento das metas destacamos:

Meta 15: No último trimestre, conforme previsto no Plano de Trabalho, foram organizados dois cursos de capacitação para professores e profissionais de Turismo. O primeiro deles, destinado aos professores, ocorreu no sábado 28/10, sob a temática "Arte-Educação e Inclusão". Esse encontro já fora ofertado no primeiro semestre e sua replicação deve-se à intensa procura por parte do público, dada à latência das discussões sobre acessibilidade em sala de aula. Já o segundo curso intitulado "A Coleção de Presépios do MAS", destinado aos profissionais de Turismo, ocorreu no dia 14/12 a fim de explicitar as potencialidades de se trabalhar o acervo de presépios do Museu de Arte Sacra de São Paulo enquanto parte dos roteiros natalinos da cidade. Vale dizer que neste ano para além da exposição permanente do Presépio Napolitano de São Paulo, houve duas exposições temporárias de presépios, a saber: "Esperança", instalada em uma das salas de exposição temporária do museu e com acervo próprio da instituição e outra, na sala expositiva da plataforma do metrô Tiradentes, intitulada "Os artesãos e seus presépios", em parceria com a Subsecretaria do Trabalho Artesanal nas Comunidades (SUTACO) que exibiu obras de artesãos da capital, região metropolitana e interior do Estado.

Meta 17: Conforme previsto no Plano de Trabalho seguem anexos os relatórios referentes às pesquisas de público aplicadas ao público escolar (professor e estudantes) no segundo semestre de 2017.

Meta 18: No segundo semestre foram aplicados 95 questionários ao público escolar, dos quais 65 respondentes eram professores e 30 estudantes do Ensino Fundamental Ciclo II. Aplicadas as fórmulas para o cálculo do índice de satisfação, conforme diretrizes do Comitê Educativo da UPPM, obtivemos os seguintes índices 99,38% e 97,27%, respectivamente entre os professores e os estudantes. Considerando-se a média ponderada simples, obtivemos um índice de satisfação do público escolar de 98,32% no segundo semestre de 2017. Sendo-se assim encerramos o ano com um percentual de aprovação superior à 80%, conforme previsto na meta anual.

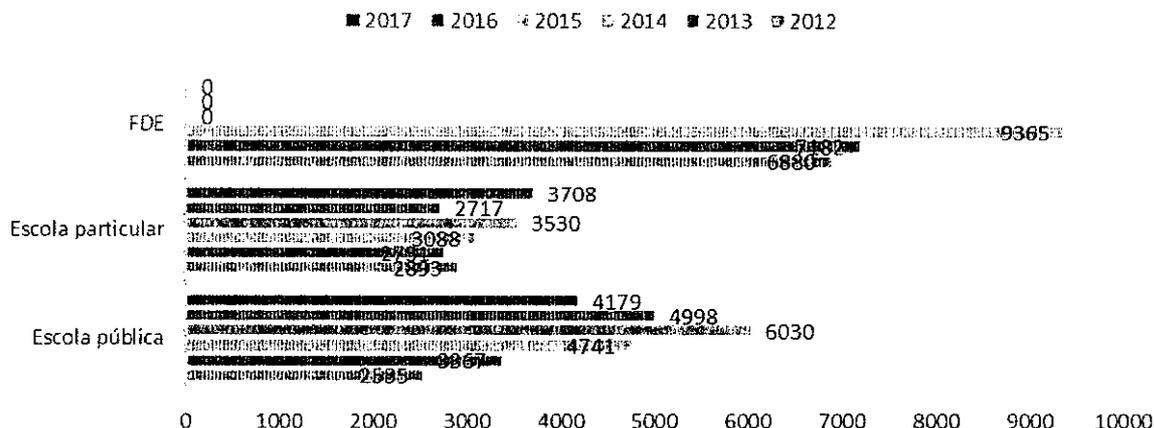
Meta 21: Conforme pactuado no Plano de Trabalho segue anexo o relatório referente à ação "Primeiros Passos no Museu", atividade desenvolvida para bebês e crianças até 2 anos de idade durante o mês das Crianças e Virada Inclusiva.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
13	Realizar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	Número de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas mediadas	1º Trim	660	725
			2º Trim	2.376	3.026
			3º Trim	2.112	1.812
			4º Trim	1.452	2.324
			ANUAL	6.600	7.887
			ICM %	100%	120%
14	Realizar visitas mediadas a público espontâneo	Número de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º Trim	1.950	2.174
			2º Trim	1.650	2.714
			3º Trim	1.650	2.750
			4º Trim	1.250	3.262
			ANUAL	6.500	10.900
			ICM %	100%	168%
15	Realizar cursos de capacitação para professores, educadores e profissionais de turismo	Número de cursos realizados	1º Trim	02	03
			2º Trim	03	03
			3º Trim	03	03
			4º Trim	02	02
			ANUAL	10	10
			ICM %	100%	100%
16	Realizar cursos de capacitação para professores, educadores e profissionais de turismo	Número de professores, educadores e profissionais de turismo capacitados	1º Trim	30	63
			2º Trim	45	46
			3º Trim	45	92
			4º Trim	30	70
			ANUAL	150	271
			ICM %	100%	181%

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
17	Realizar pesquisa de perfil e satisfação de público escolar e apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientações da SEC	Número de relatórios entregues	1º Trim	-	-
			2º Trim	01	01
			3º Trim	-	-
			4º Trim	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
18	Monitorar Índices de satisfação do público escolar de acordo com pesquisa Modelo SEC	Índice de satisfação (= ou > 80%)	1º Trim	-	-
			2º Trim	=ou>80%	98%
			3º Trim	-	-
			4º Trim	=ou>80%	98%
			ANUAL	=ou>80%	98%
			ICM %	100%	100%
19	Realizar visitas integradas para professores em parceria com museus e instituições culturais.	Número de visitas realizadas	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	-
			3º Trim	01	03
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	05
			ICM %	100%	125%
20	Pesquisa qualitativa sobre o conteúdo e expografia das exposições temporárias	Número de questionários aplicados	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	-	109
			4º Trim	80	-
			ANUAL	80	109
			ICM %	100%	136%
21	Compilar dados de atendimento a visitantes de projetos especiais	Número de relatórios de atendimento	1º Trim	01	01
			2º Trim	01	01
			3º Trim	01	01
			4º Trim	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
22	Realizar programa Interessante e Interativo (Férias no Museu e datas comemorativas e feriados)	Número de atividades realizadas	1º Trim	02	02
			2º Trim	02	03
			3º Trim	03	04
			4º Trim	03	05
			ANUAL	10	14
			ICM %	100%	140%

Meta 13: No quarto trimestre foram recebidos em visitas educativas 2.324 estudantes de escolas públicas e particulares. À despeito da descontinuidade do *Programa Recreio nas Férias*, política pública da esfera municipal da Educação que promovia à visita dos alunos aos museus durante os meses de férias escolares (janeiro e julho), foram atendidos ao longo do ano de 2017 um total de 7.887 estudantes em visitas educativas ao Museu de Arte Sacra, o que representa a superação da meta prevista no plano de trabalho anual em 20%. Do total de estudantes, 53% frequentam a rede pública de ensino e 47% a rede particular. Se observarmos a série histórica de alunos atendidos em visitas educativas no Museu, constata-se que se trata do ano em que houve a maior equidade entre o percentual de alunos das redes pública e particular de ensino desde 2012. Tal dado alerta-nos para uma tendência de equiparação ou até mesmo superação do número de alunos da rede particular atendidos em visita educativas, caso o poder público permaneça com uma política de descontinuidade dos projetos que propiciam a realização de visitas dos estudantes das redes estadual e municipal aos museus. Dito de outra forma, a superação da meta neste ano deve-se aos esforços individuais da Ação Educativa que ampliou e consolidou as parcerias desenvolvidas com escolas do entorno, por meio do *Projeto Educar em Conjunto*, que prevê a realização de ações continuadas com a comunidade escolar. Entretanto tal iniciativa pontual não pode ser equiparada à força de uma política pública no campo da Educação ou no da Cultura.

SÉRIE HISTÓRICA - ATENDIMENTO PÚBLICO ESCOLAR



Meta 14: No último trimestre foram atendidos 3.262 visitantes espontâneos em ações educativas. Em 2017 esse número alcançou a marca de 10.900 pessoas, o que representa a superação da meta pactuada em 68% do acordado no plano de trabalho. Do total de visitantes aqui identificados, a maior porcentagem representa o público que participou de visitas mediadas ao presépio napolitano (35%), seguidos por grupos não-escolares que agendam acolhimentos aos finais de semana (25%) e os atendidos pelo educador volante, profissional que permanece em pontos estratégicos da exposição a fim de atender um único visitante ou pequenos grupos (20%). Por fim, também são contabilizados aqui os públicos-alvo das ações de acessibilidade e inclusão sociocultural (6%), aqueles atendidos na sala localizada na plataforma do metrô Tiradentes (6%), os participantes de oficinas promovidas enquanto parte do Programa Interessante e Interativo, dedicadas ao público que visita o museu em momentos de lazer aos finais de semana e feriados (4%), aqueles atendidos em ações educativas extramuros (2%) e participantes do Cine Debate Infância e Juventude (2%). Vale dizer que a superação dessa meta em uma porcentagem muito além da prevista no plano de trabalho deve-se à conjuntura atual da instituição, que devido à redução do quadro de funcionários passou a adotar o procedimento de que o educador passe a exercer funções caras aos orientadores de público, dentre as quais os atendimentos na sala de exposição do metrô Tiradentes e do próprio presépio napolitano, cuja abertura ficou restrita à dois períodos ao dia, condicionada a presença obrigatória desse profissional. Sendo assim, essa ampliação deve ser vista com cautela, já que privilegia atividades próprias dos orientadores de público em detrimento das ações especializadas desenvolvidas para o público espontâneo pelos educadores a saber: visitas educativas e oficinas.

Meta 16: No último trimestre participaram dos encontros de formação 70 pessoas, dos quais 60 são professores e apenas 10 profissionais de turismo. No ano de 2017 participaram desses encontros, promovidos pela Ação Educativa, 271 profissionais. Dos quais 77% são professores, 13% profissionais formados ou em formação vinculados ao setor do Turismo e 9% de educadores de museus e instituições culturais. A presença majoritária de professores deve-se à maior oferta de ações para esse público, à fidelização dos professores que participam de ações promovidas pelo Educativo, à indicação de novos participantes por parte do público fidelizado e às parcerias realizadas com outros museus, seja no âmbito da Secretaria de Estado de Cultura como fora dele (museus particulares e universitários). Também nesse ano a atuação mais próxima junto à Rede de Educadores de Museus de São Paulo fez com que educadores de outras instituições participassem de ações promovidas especialmente para a formação daqueles que já atuam no setor museal. A

consolidação das ações promovidas para esses públicos bem como a realização de novas parcerias e a participação ativa na REM-SP explicam-nos os porquês da superação da meta anual pactuada em 81% do previsto.

Meta 19: No último trimestre foi realizada uma visita integrada em parceria com a Pinacoteca de São Paulo intitulada "A construção das identidades paulistas", no domingo 29 de outubro. Da qual participaram 15 professores. O ciclo para qual lecionam os participantes nessa ação foi bem equilibrado: Ensino Fundamental Ciclo I, Ensino Fundamental II e Ensino Médio, todos com 24%. Já o restante dos participantes distribuiu-se da seguinte forma: profissionais de áreas afins que não estão em sala de aula (14%), Ensino Superior (9%) e professores de Ensino Técnico (5%). A meta anual compactuada no plano de trabalho foi superada em 25%. A superação da meta deve-se à nova parceria com o Museu Afro Brasil, com que se realizou uma visita integrada no mês de agosto. Entendemos que as discussões fomentadas nas reuniões mensais do Comitê Educativo, gerido pela UPPM, são fundamentais para a construção de parcerias entres os museus integrantes da Secretaria de Estado da Cultura, o que neste momento delicado para o setor cultural propicia não só um intercâmbio entre os educadores dos diferentes museus, mas também potencializa as ações organizadas junto ao público, nesse caso especificamente os professores. Sendo assim, a superação da meta é extremamente positiva, já que não onerou os recursos do programa e sobretudo fortifica-o internamente e externamente já que possibilita sua consolidação junto ao público escolar.



Acolhimento do grupo de professores na Pinacoteca



Proposta poética, teia de memórias, construídas a partir da visita integrada

Meta 22: No quarto trimestre foram realizadas cinco atividades enquanto parte do Programa Interessante e Interativo. A saber: "Oficina de Serigrafia" e "Primeiros Passos no Museu", atividades ofertadas enquanto parte da Programação do Mês das Crianças, aos sábados durante o mês de outubro; "Sabores do Sagrado" café temático e visita comemorativa ao mês da Consciência Negra, realizado no sábado 25/11 e "Primeiros Passos no Museu", atividade ofertada nos dias 1, 2 e 3/12, em razão da Virada Inclusiva, que celebra o dia internacional da pessoa com deficiência. E, por fim, "Território Vivo: uma deriva do Museu de Arte Sacra até o Teatro de Contêiner", nos dias 7 e 9/12 enquanto parte da campanha Sonhar o Mundo. Ao longo do ano de 2017 foram realizadas 14 atividades atreladas a esse programa educativo destinado à concepção e aplicação de estratégias de mediação para o público espontâneo que visita o Museu de Arte Sacra em momentos de lazer, o que representa a superação da meta pactuada no plano de trabalho em 40% do previsto. Tal superação

deve-se à consolidação de novas datas comemorativas nos calendários das pastas das secretarias de Cultura municipal e estadual: a "Jornada do Patrimônio", promovida para celebrar o Dia Nacional do Patrimônio, no mês de agosto pelo município e "Sonhar o Mundo", campanha promovida pela Secretaria de Estado da Cultura para celebrar o Dia Internacional dos Direitos Humanos em dezembro. Além disso, a não-coincidência das datas da Virada Cultural e da Semana de Museus, no mês de maio, bem como a realização de uma atividade experimental para bebês no Mês das Crianças, explicitam os porquês da superação da meta anual acordada.

Outubro

1. Mês das Crianças – Oficina de Serigrafia

Nos dias 14, 21 e 28 de outubro, às 14h, promoveram-se oficinas de serigrafia destinadas ao público infanto-juvenil em razão do Mês das Crianças. Tal ação explorou o universo das estampas encontradas nas esculturas e objetos tridimensionais do acervo a partir de uma visita, seguida de uma oficina de serigrafia na qual as crianças, juntamente com seus pais, estamparam camisetas e tecidos a partir da técnica de impressão de desenhos através de um caixilho em tela. Dos participantes, oito eram crianças e os demais adultos responsáveis. Predominaram as crianças na faixa de 9 a 10 anos de idade, 62,5%, seguidas por aquelas entre 5 e 6 anos, 25% e finalmente por aquelas entre 7 e 8 anos, 12,5%.



Mãe e filha trabalham na matriz da imagem a ser reproduzida



Grupo de participantes posa com os trabalhos produzidos na Oficina de Serigrafia

2. Mês das Crianças – Primeiros Passos no Museu

No sábado 7 de outubro organizou-se uma atividade experimental voltada para bebês e crianças até 3 anos. A atividade intitulada "Primeiros Passos no Museu" propõe uma série de instalações, concebidas pelos educadores do museu, a partir das quais os pais eram convidados a introduzir os bebês ao universo do Museu de Arte Sacra por meio de estímulos aos diferentes sentidos (tato, audição, visão, olfato e paladar). Participaram da ação 27 pessoas, das quais nove eram bebês e os demais acompanhantes. Entre os bebês, 45% tinham 13 a 15 meses; 33% tinham 16 a 18 meses e o restante, 22%, tinham mais de 24 meses. Todos estavam acompanhados pelas mães, oito além da figura materna estavam com o pai e apenas um bebê também estava acompanhado pela avó.



Casal auxilia bebê a descobrir diferentes texturas durante ação Primeiros Passos

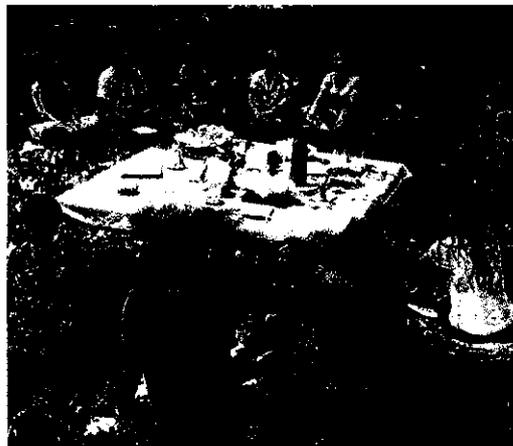


Famílias com bebês caminham pelo Museu de Arte Sacra

Novembro

3. Sabores do Sagrado

No sábado 25 de novembro foi organizado um café temático, seguido de uma visita ao acervo do Museu de Arte Sacra intitulado "Sabores do Sagrado" em alusão às comemorações do dia da Consciência Negra. A ideia da ação era apresentar algumas manifestações de fé de religiões afro-brasileiras e do cristianismo relacionadas à alimentação. Para tal, convidou-se os participantes para um piquenique no jardim externo do museu, onde poderiam degustar tais alimentos. Na sequência, realizou-se uma visita ao Presépio Napolitano, onde se discutiu a ideia do comer, enquanto vício e/ou virtude a partir da observação de cenas do presépio em que são retratados hábitos alimentares dos diversos grupos étnicos ali representados. Participaram da ação 17 pessoas, das quais 35% afirmaram ter entre 25 e 39 anos. Outras faixas etárias bem representadas na ação são 60 anos ou mais e entre 50 e 59 anos, respectivamente 18% e 17%. Por fim, aparecem os participantes mais jovens, de 18 a 24 anos, 12% e aqueles que afirmaram ter entre 40 e 49 anos, 6%. Houve aqueles que optaram pela não identificação da idade, 12%.

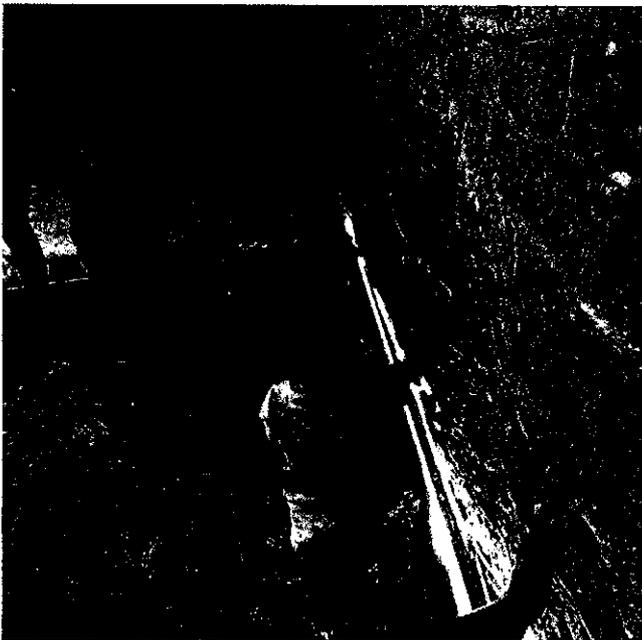


Café Temático Sabores do Sagrado, realizado no jardim externo do museu

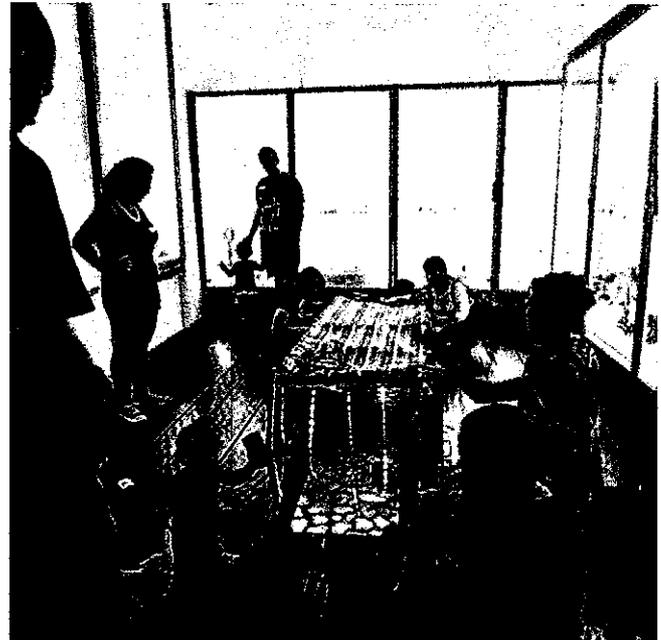
Dezembro

4. Virada Inclusiva- Primeiros Passos no Museu

Devido ao êxito da primeira aplicação da atividade para bebês e crianças até 3 anos, intitulada "Primeiros Passos no Museu", optou-se por oferecê-la novamente enquanto parte da programação da Virada Inclusiva em três datas 01,02 e 03/12. Em outubro, quando tal atividade foi aplicada pela primeira vez, uma técnica da Laramara, Associação Brasileira de Assistência ao Deficiente Visual, acompanhou a visita e nos pediu que a realizássemos para um grupo de bebês com deficiência assistidos por essa instituição, o que ocorreu no dia 24/10. Uma vez verificada a pertinência da ação para todos os públicos, com ou sem deficiência a atividade foi replicada. Dessa vez participaram da ação 55 pessoas, das quais 19 eram bebês. Dentre os bebês apenas um tinha deficiência (Síndrome de Down).



Bebê investiga a textura da parede de pau-a-pique



Pais e filhos exploram a luminosidade dos objetos na sala cofre do Museu

5. Território Vivo: uma deriva do Museu de Arte Sacra até o Teatro de Contêiner Mungunzá

Em dezembro enquanto parte da campanha "Sonhar o Mundo", organizada pela Secretaria de Estado da Cultura em prol dos Direitos Humanos, propusemos uma discussão sobre o direito à cidade. Para tal foram coletados 18 depoimentos de pessoas que moram e/ou trabalham no território Luz/ Bom Retiro, onde está instalado o Museu de Arte Sacra de São Paulo. A ideia é que a partir desses informantes fosse construído um roteiro de uma caminhada, uma deriva como no universo do teatro, a fim de percebermos os diferentes olhares para o bairro e para seus habitantes desde os mais conhecidos até aqueles que acabam invisibilizados em virtude das atividades que desenvolvem ou local em que moram. Entendemos a ação como o início de um contato mais próximo entre o Museu, que deixou a segurança de seus muros, para aproximar-se da comunidade do seu entorno. A parceria com os atores do Teatro de Contêiner Mungunzá nos estimulou a propor uma deriva pelo território, maneira de pararmos para perceber os rostos familiares com os quais nos deparamos cotidianamente, mas até então com histórias desconhecidas.

Nos dias 7 e 9 de dezembro propusemos compartilhar essas descobertas de lugares e sobretudo de pessoas com o público interessado na discussão sobre o direito a cidade a

partir de uma caminhada: ora se valendo do passo apressado do transeunte, ora da tranquilidade do *voyeur*. No caminho, intervenções de lambe-lambe com frases extraídas dos depoimentos dos informantes, fragmentos disparadores de estranhamentos e conversas. Participaram da ação 21 pessoas, das quais a maior parte afirmou ter entre 40 e 49 anos, 19%. Também aparecem bem representados os adultos de 25 a 29 anos e de 30 a 39 anos, ambos com 14%. Completam o quadro de participantes, os adolescentes de 15 a 17 anos, 9%, os adultos entre 50 e 59 anos, 10% e, em menores porcentagens, os jovens de 18 a 24 anos e os idosos com 60 anos ou mais, ambos representados em 5%. Houve aqueles que não identificaram a faixa etária a qual pertencem, 24%.



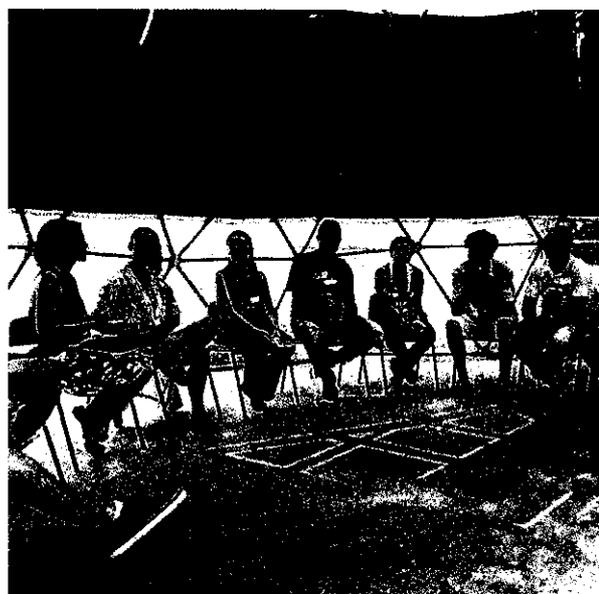
Intervenções de lambe-lambe foram distribuídas longo do caminho para disparar conversas



Pausa em um pequeno armazém na pouco conhecida ao Vila Sá Barbosa, vizinha ao Museu de Arte Sacra



Participantes caminham no Jardim da Luz



Roda de conversa encerra a ação no Teatro de

Contêiner Mungunzá

PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP – 2017

As ações em apoio ao SISEM-SP, foram realizadas de acordo com as possibilidades dos equipamentos parceiros e dentro do cronograma acertado com a Secretaria de Estado da Cultura, todas com grande aceitação dos públicos visitantes e participantes. Neste exercício atendemos o Complexo Cultural do Porto de Santos, na cidade de Santos no Litoral Sul e o Museu Arquidiocesano de Arte Sacra de Campinas, na cidade de Campinas no Interior do Estado.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
23	Realizar ações de capacitação (palestras, oficinas, cursos) em museus e espaços expositivos do litoral, interior e da RMSP	Número de ações realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	01	01
			4º Trim	-	-
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
24	Realizar exposições itinerantes em museus e espaços expositivos do litoral, interior e da RMSP	Número de exposições itinerantes realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	01	-
			4º Trim	-	01
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%

Meta 24: Em cumprimento a meta pactuada originalmente para o 3º Trimestre, prorrogada para este 4º, o Museu Arquidiocesano de Arte Sacra de Campinas, SP recebeu entre os dias 27 de outubro e 07 de dezembro de 2017 a exposição **Filhos de Deus**, composta por 22 registros fotográficos de Daniel Taveira.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA – 2017

Dentre as ações apresentadas estão o gráfico visitantes do site (página virtual), métricas dos perfis do museu nas redes sociais (Facebook, Twitter e Instagram), peças digitais de divulgação das atividades, peças impressas da programação do museu, catálogos das últimas exposições, exposição virtual e destaques de imprensa.

Em relação ao público virtual (sítio eletrônico), os resultados do trimestre apontam uma leve queda diária em torno de 50 visitas, isso deve-se ao fato de que dezembro costuma ter menor acesso em razão das festas de final de ano, conforme apresentado no Gráfico I, bem como o Gráfico II mostra que o público que retorna ao site é maior que o de novos visitantes.

Quanto às Redes Sociais, atualmente, com mais de 65 mil seguidores, tivemos um pequeno aumento no alcance de publicações em relação ao trimestre anterior, com cerca de 5 mil pessoas a mais acompanhando as postagens da página. A Tabela 1, bem como os Gráficos 3 e 4, exibem mais informações. As estatísticas e métricas do Twitter do MAS, demonstram que atualmente é o canal com maior número de seguidores, tendo este mais de 190 mil. O Instagram foi o canal que teve maior crescimento em comparação aos demais, pois seu número de seguidores teve um aumento de mais de 100%, passando de pouco mais de 2.000 para quase 4.900 seguidores. Sabemos que ainda não é um número muito expressivo, mas estamos trabalhando para atingir esse público de maneira mais cativante. Sobre os materiais digitais de divulgação, apresentamos as newsletters do trimestre, atividade rotineira, as quais disparadas mensalmente informando a programação do museu para o mês.

Os destaques de mídia são exibidos com os principais veículos de comunicação que falaram sobre o Museu e suas atividades no período, incluindo anúncio na revista bilingue Inside Chapel, o qual nós fizemos gratuitamente a partir de uma parceria com a editora da revista.

Finalizamos o último trimestre do ano com saldo positivo, considerando que alguns números cresceram e outros se mativeram na média. Conhecemos a necessidade de continuar trabalhando constantemente em prol do crescimento da instituição, quais canais requerem mais atenção, quais estão estáveis e quais precisam de renovação. Pensando nisso a Comunicação do Museu de Arte Sacra continuará trabalhando para atender, cada vez mais e da melhor forma, as expectativas de todos os envolvidos, tanto o seu público quanto os seus gestores e colaboradores, a fim de expandir o equipamento, participando ativamente das ações criadas pela SEC, interagindo e ouvindo as propostas e sugestões do público, inovando nas atividades e entretenimento oferecidos, afim de proporcionar um ambiente físico e virtual rico em informação e cultura. A Sala Metrô Tiradentes é uma das comprovações de que o MAS procura sempre uma forma de facilitar o acesso à cultura, colocando dentro de um espaço de locomoção e fácil acesso arte ao alcance de todos.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
25	Criar e produzir catálogos impressos das exposições programadas	Número de catálogos impressos criados e produzidos	1º Trim.	-	01
			2º Trim.	-	02
			3º Trim.	-	02
			4º Trim.	01	02
			ANUAL	01	07
			ICM %	100%	700%
26	Transcrever conteúdo de 04 páginas de programação cultural do site do Museu para inglês e espanhol	número de páginas de programação cultural transcritas para inglês e espanhol	1º Trim.	01	01
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.	01	01
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%
27	Desenvolver peças digitais do Museu em canais de comunicação virtual ou impressa para divulgação, com prévia aprovação pela SEC.	Número de campanhas realizadas.	1º Trim.	05	06
			2º Trim.	05	08
			3º Trim.	05	08
			4º Trim.	05	10
			ANUAL	20	32
			ICM %	100%	160%
28	Manter contas e fanpages do Museu nas mídias sociais para ampliar a visibilidade do museu e o relacionamento com o público (Facebook, Twitter, Instragam, etc)	Número absoluto de fãs e seguidores nas redes sociais	1º Trim.	5.750	69.028
			2º Trim.	5.750	121.028
			3º Trim.	4.250	14.385
			4º Trim.	4.250	14.878
			ANUAL	20.000	219.319
			ICM %	100%	1.097%
29	Desenvolver e publicar nas mídias sociais atualizações/jogos/quiz sobre o acervo/temática do museu que estimule a divulgação do acervo/patrimônio	Número de atualizações/jogos/quiz publicados	1º Trim.	04	04
			2º Trim.	04	05
			3º Trim.	04	04
			4º Trim.	04	04
			ANUAL	16	17
			ICM %	100%	106%
30	Criar revista bilingue institucional para divulgação do Museu	Número de Revistas criadas e produzidas	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	01	01
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	01	01
			ICM %	100%	100%
31	Gerenciar e manter canais de comunicação com o público (website, redes sociais)	Número de canais gerenciados	1º Trim.	04	04
			2º Trim.	04	04
			3º Trim.	04	04
			4º Trim.	04	04
			ANUAL	04	04
			ICM %	100%	100%

Meta 25: A meta considerava produzir apenas 01 (um) catálogo no trimestre, mas em virtude da realização da mostras "Relíquia" houve a produção de um catálogo a mais, porém o custo para tal

foi o menor possível para, ou seja, não comprometerá o cumprimento desta ação nem interferirá no orçamento.

Meta 27: Esta meta previa a produção de 05 (cinco) peças digitais, porém devido à abertura de duas exposições no trimestre e das atividades do mês de setembro e dezembro, incluindo a campanha #SonharOMundo, ação estabelecida pela SEC, foi necessário produzir outros itens para atender as mesmas, o que não compromete os demais períodos pois estas são realizadas internamente, sem recursos financeiros adicionais.

Meta 28: Esta meta pactuada era de 4.250 novos seguidores somados nas três contas do MAS nas redes sociais, porém este é um número difícil de se prever ou controlar, pois o mesmo depende de muitos fatores, entre eles o interesse no que é publicado, as atividades do período, ações, campanhas etc. Por essa razão, essa meta costuma ser superada, sendo, geralmente, o Twitter o principal responsável, porém este trimestre tivemos a surpresa de o Instagram ter seu número de seguidores dobrado, a qual podemos atribuir a maior movimentação da rede, inclusive pela campanha #MuseumSelfieDay, o que acarretando em uma superação muito além da prevista. O Twitter, por ser uma rede de rápida informação, atrai a atenção de um número muito maior de pessoas que os demais canais (Facebook, Instagram), mas não há como garantir que esse número se mantenha, por essa razão ainda trabalhamos com a previsão baseada nas médias dos demais canais (Instagram e Facebook).

Meta 29: Diariamente são feitas atualizações no perfil do @MuseuArteSacra no microblog Twitter, com a publicação da hashtag #ObradaSemana, enquanto rotina do Programa Educativo, que tem como uma de suas linhas de ação, intitulada "Recursos Tecnológicos", a interação com o público virtual. No período correspondente ao quarto trimestre do ano de 2017, as postagens mais visualizadas no perfil do @MuseuArteSacra no Twitter são aquelas relacionadas ao projeto contínuo descrito anteriormente. Entre elas cabe ressaltar as postagens do dia 24 de outubro, cujo tema foi a chácara conventual em que está instalado o @MuseuArteSacra e do dia 31 de dezembro em que apresentamos um galo, parte de um presépio popular, para desejar feliz ano novo aos seguidores do perfil. Tratam-se daquelas que alcançaram o maior número de visualizações no trimestre 9.850 e 7.392, respectivamente.



Quizzes: Foram publicados nove quizzes valendo-se da hashtag #QuizMAS no último trimestre, nas seguintes datas: 05/09, 19/09, 26/09, 17/10, 31/10, 14/11, 28/11, 01/12 e 26/12. Três deles

partiam da seguinte pergunta: "Qual o personagem representado?" e solicitavam ao internauta que partir da observação de um detalhe de uma escultura ou pintura adivinhassem a questão proposta. Outros três partiram da seguinte questão: "Em que país foi feito esse presépio?" a fim de que os seguidores investigassem a origem plural do acervo de presépios, exposto na exposição temporária "Esperança". Por fim houve três quizzes que partiam de questões distintas: "De que objeto estamos falando?", "Qual a ordem religiosa representada?" e "Encontre a #ObradaSemana". Os três partiam do princípio da observação de uma imagem aliada à uma dica a fim de que o público pudesse refletir sobre o objeto observado, respectivamente um diploma de certificação de uma relíquia, o fragmento de uma escultura de Santo Inácio de Loyola e uma fotografia antiga da Av. Tiradentes, em que o Seminário Episcopal aparece entre a copa das árvores.

Sendo assim, ao longo do ano foram desenvolvidas 24 ações, entre a criação de quizzes e a participação ativa de campanhas internacionais, o que representa a superação da meta compactuada em 50%.

Entendemos que essa superação se dá em razão da especificidade do perfil do @MuseuArteSacra, o único entre os equipamentos da Secretaria da Cultura gerenciado pela Ação Educativa. Desta maneira, são feitas atualizações diárias do perfil, como mencionado anteriormente pela hashtag #ObradaSemana, além da promoção de quizzes e participação de campanhas internacionais (#MuseumSelfie, #Museum101, #Dayoffacts, #MuseumWeek, #52Museums e #WorldEmojiDay).

QUADRO DE METAS ADMINISTRATIVAS: MUSEU DE ARTE SACRA DE SÃO PAULO

PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO – 2017

O controle e combate a pragas continua sendo realizado junto a empresa SM SANEAMENTO AMBIENTAL LTDA, onde foram realizadas bimestralmente dedetizações em ambos os espaços do Museu.

Para captação junto as Leis de Incentivo, mantivemos aprovado o projeto de elaboração, edição e publicação do Livro de Arte "Instituto Jorge e Odaléia Brando Barbosa", PRONAC nº 151407.

Foi finalizada a auditoria Interna Independente junto a empresa Grant Thornton Associados, com a publicação do Relatório de Auditoria e deste do quadro resume comparativo de Metas no Diário Oficial do dia 27 de Fevereiro.

Ao final do exercício de 2017, foi assinado o 6º Termo de Aditamento ao Contrato de Gestão 07/2013, com a finalidade de aporte de recursos no valor de R\$ 832.938,00 (oitocentos e trinta e dois mil, novecentos e trinta e oito reais), para realização do projeto de "Reforma e Adequação das Instalações Elétricas do Museu de Arte Sacra de São Paulo". Os trabalhos tiveram início em janeiro de 2018, e encontram-se em fase inicial, com previsão de término em meados de abril deste ano.

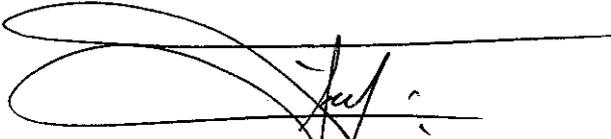
Os esforços para realização das metas previstas não sofreram solução de continuidade e a prioridade segue sendo o aperfeiçoamento dos funcionários, onde a capacitação da equipe responsável pelas atividades do Museu, não só em seu desenvolvimento, mas em sua criação, acompanhamento e conclusão, continua como meta da Diretoria, provando-se eficaz na resolução e na prevenção de problemas, tanto no atendimento ao público, quanto na prestação de contas de suas atividades. A interação das equipes, que se constitui em ponto de equilíbrio entre os diversos setores, busca a compreensão das atribuições a atividades de todos, bem como a rotina de cada área, e neste trimestre destacamos a ação de interação entre funcionários realizada nos dias 08 e 09 de novembro, quando os 43 (quarenta e três) funcionários e colaboradores divididos em 02 (duas) turmas mistas, para uma visita integrada a Basílica de Aparecida na cidade de Aparecida, aproveitando a exposição em comemoração aos 300 Anos da Basílica realizada no Museu.

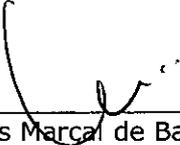
Nº	Ação	Indicador de Resultados	Período	Meta	Realizado
32	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços e contratos de restaurante, café, loja, livraria, estacionamento.	Recurso captado = 2% do contrato de gestão	ANUAL	142.448	169.305
			ICM %	100%	119%
33	Manter projetos aprovados ou prorrogados para captação por meio das leis de incentivo à cultura (Rouanet / PROAC / municipal)	Número de projetos submetidos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
34	Informar ações realizadas do Plano de Marketing e Mobilização de Recursos durante o exercício	Relatório das ações	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	01	01
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	01	01
			ANUAL	02	02
			ICM %	100%	100%
35	Captar recursos por meio de projetos incentivados (Rouanet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc.) e doações	Recurso captado = 3% do contrato de gestão	ANUAL	213.672	4.761
			ICM %	100%	2%

Meta 35: Mesmo com 04 (quatro) projetos aprovados ao longo do exercício junto ao PROAC, PRONAC e afins ("Três Franciscos", "livro Jorge e Odaléia Brando Barbosa", "Edificações Paulistas" e "Projeto de Reforma Emergencial Elétrica"), a falta de oportunidades financeiras não possibilitou a

captação de recursos para suas realizações, gerando um acordo entre a SAMAS e a Secretaria para a realização do "Projeto de Reforma Elétrica", via termo aditamento e aporte de recursos no Contrato de Gestão. O Plano de Ações de Marketing e Captação de Recursos está atualizado e contará com novas frentes de ações no próximo exercício dentro das análises realizadas ao decorrer deste ano, em busca de novas fontes de geração de rendas e captação de recursos.

São Paulo, 28 de Fevereiro de 2018.


Luiz Henrique Marcondes Neves
Diretor de Planejamento e Gestão


Jose Carlos Marcal de Barros
Diretor Executivo

QUADRO DE METAS CONDICIONADAS: MUSEU DE ARTE SACRA DE SÃO PAULO

(MC) PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA – 2017

1) Objetivos

As Metas Condicionadas objetivam:

- Desenvolver ações que dependam de captação adicional de recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado para serem efetivadas.

2) Estratégia de ação: Elaborar projetos e realizar gestões para captar recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado que efetivem as metas pretendidas.

3) Público Alvo: Apoiadores, patrocinadores.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Meta	Valor
36	Submeter projetos de pesquisa a editais de apoio e fomento para busca de apoio financeiro, técnico-acadêmico e material (FAPESP, CNPQ, FINEP e afins)	Número de projetos submetidos	01	15.000
37	Estabelecer parcerias nacionais e internacionais para intercâmbio técnico, científico e artístico	Número de novas parcerias estabelecidas	03	90.000
38	Dar sequência ao programa Pesquisador Convidado para intercâmbio de informações científicas, históricas e artísticas	Número de pesquisadores convidados	02	60.000

(MC) PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMA CULTURAL – 2017

1) Objetivos

As Metas Condicionadas objetivam:

- Desenvolver ações que dependam de captação adicional de recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado para serem efetivadas.
- Ampliar o universo das exposições temporárias com a exibição de coleções particulares trazendo novas tipologias a público.
- Realizar exposições temporárias que proporcionem diálogos entre a arte contemporânea e o acervo, com objetivo de atrair novos públicos.

2) Estratégia de ação: Elaborar projetos e realizar gestões para captar recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado que efetivem as metas pretendidas.

3) Público Alvo: Apoiadores, patrocinadores.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Meta	Valor
39	Realizar exposição temporária com acervo de terceiros a respeito de temas que tangenciam a missão do Museu	Número de exposições realizadas	02	560.000

(MC) PROGRAMA EDUCATIVO – 2017

1) Objetivos

As Metas Condicionadas objetivam:

- Desenvolver ações que dependam de captação adicional de recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado para serem efetivadas.

2) Estratégia de ação: Elaborar projetos e realizar gestões para captar recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado que efetivem as metas pretendidas.

3) Público Alvo: Apoiadores, patrocinadores.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Meta	Valor
40	Produzir maquete tátil da chácara conventual e do edifício do Mosteiro da Luz em escala ampliada	Maquetes, legendas em dupla leitura (tinta ampliada e Braille) e caixas para transporte confeccionadas.	02	110.000
41	Produzir maquete tátil do espaço expositivo do Museu de Arte Sacra, Sala da Taipa e elemento arquitetônico (Janela+Conversadeira)	Maquetes, legendas em dupla leitura (tinta ampliada e Braille) e caixas para transporte confeccionadas.	03	51.520
42	Desenvolver um aplicativo para smartphones (Android 4.2 e superiores e iOS 8 e superiores) e tablets com conteúdos para difusão do acervo do Museu a partir de recursos de acessibilidade: tradução para línguas inglês, espanhol, audiodescrição para cegos e videoguia em Libras para surdos e instalar ibeacons (sensores de transmissão de dados via bluetooth) em espaços expositivos e junto às obras pré-selecionadas	Aplicativo desenvolvido e sensores instalados no Museu de Arte Sacra de São Paulo	01	35.000
43	Criar um jogo virtual para difusão do acervo e bastidores do Museu de Arte Sacra abrigado no site institucional do Museu que permita o compartilhamento de seus resultados nas redes sociais (Twitter e Facebook)	Jogo desenvolvido e disponibilizado no site institucional do Museu	01	35.000
44	Conceber conteúdos e layout de roteiros temáticos sobre o Acervo do MAS-SP destinado aos professores.	Número de roteiros temáticos impressos (tiragem 10.000)	01	50.000

(MC) PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA – 2017

1) Objetivos

As Metas Condicionadas objetivam:

- Desenvolver ações que dependam de captação adicional de recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado para serem efetivadas.

2) Estratégia de ação: Elaborar projetos e realizar gestões para captar recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado que efetivem as metas pretendidas.

3) Público Alvo: Apoiadores, patrocinadores.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Meta	Valor
45	Produzir peças em Braille sobre as exposições programadas	Número de peças produzidas	04	100.000

(MC) PROGRAMA DE FINANCIAMENTO E FOMENTO – 2017

1) Objetivos

As Metas Condicionadas objetivam:

- Desenvolver ações que dependam de captação adicional de recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado para serem efetivadas.

2) Estratégia de ação: Elaborar projetos e realizar gestões para captar recursos, patrocínios, doações ou novos aportes por parte do Estado que efetivem as metas pretendidas.

3) Público Alvo: Apoiadores, patrocinadores.

Nº	Ação	Indicador de Resultados	Meta	Valor
46	Produzir e imprimir novo material gráfico de apoio à atividade de captação de recursos	Número de peças produzidas e impressas	5	50.000

Neste Trimestre, não houve a realização de nenhuma "Meta Condicionada".