



RELATÓRIO ANUAL DE 2018
IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 04/2016
Referente ao museu: Museu do Futebol

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório desta Organização Social de Cultura (OS), relativo ao exercício de 2018, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro, detalhando as ações do 4º trimestre, período de 1 de outubro a 31 de dezembro, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

No ano em que o Museu do Futebol completou sua primeira década de funcionamento, o IDBrasil celebrou a realização de seis exposições, duas na sede do Museu e quatro em importantes capitais brasileiras: Recife, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Outro ponto forte foi o atendimento a mais de 48 mil pessoas em visitas e ações educativas e mais de 70 eventos de Programação Cultural, com público de mais de 40 mil pessoas. Todas essas ações foram possíveis por meio de parcerias e verbas oriundas de patrocínios. Em 2018, o IDBrasil atuou no fortalecimento das suas relações institucionais, organização interna e, na janela de oportunidades pelo ano da Copa do Mundo FIFA; manteve foco na busca de patrocínios e parcerias e ampliação de seus públicos. Destacam-se a captação do total de R\$ 3.9 milhões, somados os recursos de leis de incentivo, bilheteria, aportes diretos e cessão onerosa de espaços. Buscando melhor governança, o IDBrasil também ampliou o número de participantes nos Conselhos de Administração e Consultivo, de modo a atender com maior diversidade as questões institucionais e dos equipamentos geridos.

O Museu do Futebol recebeu, no 4º trimestre, 91.317 visitantes presenciais, 381.363 pessoas ao longo do ano de 2018 - número que ultrapassa os resultados de público obtidos nos últimos três anos. Seguindo a política de gratuidade do Museu, em consonância com a Secretaria de Cultura, 55,1% desse público teve acesso gratuito ao equipamento. Além da visitação presencial, em sua sede, o Museu teve relevante alcance de público com as exposições itinerantes "Museu do Futebol na Área", "Visibilidade para o Futebol Feminino" e ações extra-muros, que alcançaram 242.760 pessoas, todos com visitação gratuita. Os aportes de recursos financeiros oriundos de patrocínios com recursos incentivados e as parcerias celebradas ao longo do ano foram essenciais para o alcance de 624.123 pessoas, um feito inédito na instituição.

A despeito do "fator Copa do Mundo", quando, historicamente, observa-se aumento na visitação do Museu, é importante ponderar os esforços realizados pelo IDBrasil para melhorar os índices de visitação presencial, tais como: o retorno, desde 06 de março, do horário realizado até o final de 2015, (de terça a domingo de 9h às 18h, encerrando a bilheteria às 17h), implicando aumento de uma hora diária no atendimento ao público; a ampliação do número de atividades de programação cultural e exposições, viabilizadas por patrocínios e parcerias; o incremento de parcerias para grupos atendidos pelo Núcleo Educativo; a ampliação do canal de vendas de ingressos pela internet e o investimento em divulgação e imprensa.

No **Programa de Gestão Executiva, Governança e Transparência**, além dos resultados de captação acima mencionados, destaca-se a inscrição de projetos em todas as oportunidades de leis de incentivo à cultura e ao esporte, nos níveis municipal, estadual e federal. Assim, para 2019, o leque de oportunidades de captação de recursos incentivados estará bastante amplo e diversificado. Os cinco projetos inscritos somam o total de R\$ 6.098.801,73 aprovados para captação e R\$ 1.095.874,36 em aprovação. Ao todo, em 2018, foram captados R\$ 975.000,00 em recursos por meio de leis de incentivo, sendo, R\$ 625.000,00 no final do exercício, o que abre a possibilidade de uma exposição temporária e atividades de programação cultural e educativa em 2019. As empresas que aportaram recursos na virada de 2017 para 2018 foram: Motorola, Globo, Via Varejo e Decathlon. E as que aportaram ao longo de 2018 e na virada 2018 para 2019 foram: Itaú, Verde Asset, Evonik e Pinheiro Neto Advogados. Ao longo do ano, o relacionamento com os parceiros foi bastante estreito, com a apresentação de relatórios com os resultados obtidos, participação em eventos e demais ações de relacionamento.

No **Programa de Acervo, Conservação, Documentação e Pesquisa** o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou, em 2018, 2.537 atendimentos, sendo 2.142 presenciais. Desse total, destacam-se os 696 atendimentos a pesquisadores, número que cresce a cada ano desde a abertura do CRFB em 2013. Os acessos ao banco de dados somaram 11.411 usuários únicos. O ano também foi dedicado à pesquisa e ao apoio ao desenvolvimento de conteúdo de seis exposições, sendo duas temporárias na sede e a adaptação dos conteúdos locais da exposição itinerante nas quatro cidades. Outra ação de destaque foi a organização e realização do "I Encontro da Rede de Pesquisa sobre Futebol e Mulheres na América Latina", fruto da parceria com universidades na Argentina, Brasil e Reino Unido, e do "3º Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol", este, um evento quadrienal, que reúne pesquisadores, professores e estudantes. Ao todo, registrou-se a participação de 1.374 pessoas em toda a programação, entre brasileiros e estrangeiros de mais de 10 países da América e Europa. O evento também obteve parcerias inéditas com o Sesc, Consulado Francês e Alemão. Quatro workshops que tematizaram direitos autorais, acervos digitais, e uso de acervos na internet foram ações promovidas pelo CRFB com o objetivo de ampliar o conhecimento para profissionais de museus, coleções, arquivos e bibliotecas.

Ademais, destaca-se a ampliação do acervo do Museu do Futebol, através da digitalização de 17 coleções, que somaram 918 itens, com destaque para o acervo relativo ao futebol de várzea. Outra realização do CRFB foi a negociação e renovação dos contratos de direitos autorais e de imagem vencidos no ano, um volume expressivo devido aos prazos iniciais de dez anos de validade. A equipe do CRFB atuou, com o apoio da Fundação Roberto Marinho, na decupagem e verificação de contratos de direitos autorais e de personalidade referentes ao conteúdo pertencente à exposição de longa duração do Museu da Língua Portuguesa, visando à sua reabertura em 2019.

O **Programa de Exposições e Programação Cultural** do Museu do Futebol, em 2018, produziu duas exposições temporárias, que foram patrocinadas por meio da Lei Rouanet. A primeira exposição, intitulada "A Primeira Estrela: O Brasil na Copa de 1958" foi concebida e produzida pela equipe do Museu. Seu período de exibição foi de 04 de junho até 09 de setembro e versou sobre a primeira conquista da Seleção Brasileira em Copas, no ano de 1958. A mostra exibiu acervos inéditos dos cineastas João Moreira Salles e Arthur Fontes, além do fotógrafo e jornalista Antonio Lucio. Um filme com a partida final da Copa, mixada com locuções originais de rádio, foi exibido numa instalação especial no túnel que dá acesso ao campo do Estádio do Pacaembu. A exposição foi patrocinada pelo Banco Itaú e teve o apoio da EPSON.

A segunda exposição temporária do ano, intitulada "Clássico é Clássico e Vice-Versa", foi inaugurada em 29 de setembro, com previsão de término no dia 03 de fevereiro de 2019. A exposição teve patrocínio do Grupo Globo. O tema escolhido foi a rivalidade entre clubes de futebol, com informações dos clássicos de todos os estados do país.

A Programação Cultural, como já informado acima, apresentou 76 eventos distribuídos ao longo de 165 dias, atingindo um total de 41.157 pessoas. No 4º trimestre, foram 20 eventos, durante 33 dias de atividades, e um público de 8.017 pessoas. Desde a abertura do Museu, foi o maior resultado de público já conquistado. A programação envolveu atividades consagradas, como o programa de Férias, debates, torneio de futebol de botão e o festival de cinema Cinefoot. Novidades foram os eventos em parceria com a Panini, empresa que licencia álbuns de figurinhas; ações com futebol virtual; e exibição de coral musical na Passarela. A programação educativa contou com reforço de apresentações musicais e teatrais para o público infantil.

Outra realização do Programa foi o evento "Se Joga na Praça", patrocinado pela Decathlon, via Lei Rouanet. Foram quatro dias de atividades esportivas relacionadas à saúde e bem estar, como aulas de Yoga, alongamento e zumba, além de circuitos de futebol e rugby e atividades recreativas. Vale ressaltar que a iniciativa visou a criação de ações na área externa da Praça e do Estádio, de modo a colaborar para que essas áreas públicas sejam mais frequentadas. O Museu vem apostando em ações desse tipo desde o ano de 2016 e a possibilidade do projeto com verba incentivada permitiu a realização de um evento de maior porte. Eventos semelhantes foram parte dos projetos inscritos para captação via Lei Federal e Estadual de incentivo ao Esporte.

Também em 2018, o Museu do Futebol iniciou uma série de ações com o intuito de repensar sua exposição de longa duração. Esse processo teve início a partir da escuta dos colaboradores do museu, dos profissionais que atuaram em sua criação, de outros que se destacam dentro do campo da museologia atualmente e representantes da sociedade civil, que participam da cultura do futebol. No dia 11 de dezembro, ocorreu o "Seminário para a Renovação da Exposição de Longa Duração", momento em que os convidados puderam debater e apresentar suas percepções sobre a exposição atual e as possibilidades para uma

nova proposta que irá compor o projeto conceitual que baseará uma nova exposição.

No ano de 2018, o **Programa Educativo** atendeu 48.871 pessoas, sendo 80% em visitas educativas agendadas. No 4º trimestre, o atendimento foi a 12.108 pessoas, 80% em visitas educativas agendadas.

Ao longo do ano, os educadores atenderam 26.181 alunos de escolas públicas e particulares. A parceria com a Secretaria Estadual da Educação permitiu atender a 2.721 alunos da rede pública de São Paulo no 1º semestre e 1.647 no 2º, quando foi retomada a parceria para provimento de ônibus por meio da Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE).

Jovens e adolescentes, em situação de vulnerabilidade social; pessoas com deficiência; idosos; turistas e público institucional totalizaram 13.030 visitantes em visitas agendadas. Destaque para a parceria, iniciada em julho, com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência que, quinzenalmente, enviou grupos de até 20 pessoas com deficiência para visitas educativas agendadas. Já o público espontâneo, atendido em visitas mediadas, bem como em oficinas, jogos e atividades educativas, oferecidos aos finais de semana, representou, em 2018, 9.591 visitantes.

O patrocínio da Via Varejo, aporte financeiro inédito para o Programa Educativo, possibilitou subsidiarmos o transporte e lanche para 1.626 pessoas, todas procedentes de instituições com carência de recursos para realizar uma visita ao museu.

As ações educativas extramuros, sejam para realizar jogos e atividades ou palestras e formações, abrangeram 1.707 pessoas, com os mais variados perfis. Com isso, o Educativo consolida mais uma frente de atuação, disseminando os conteúdos do acervo e realizando a formação de público.

O projeto “Deficiente Residente”, neste ano com foco na surdez, produziu dois vídeos com roteiros educativos totalmente em Libras e uma cartilha de visita, em formato de história em quadrinhos, em Libras e em português. Os resultados completaram os recursos disponíveis ao público de pessoas com deficiência, uma vez que não havia ainda roteiros em LIBRAS para surdos acessarem a exposição.

No **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, obtiveram-se, no 4º trimestre, 975 inserções de mídia espontânea (20% impressa, 74% online, 3% rádio e 3% TV), 56.743 visitantes no site e 2.605 novos seguidores nas mídias sociais.

Os resultados do 4º trimestre mantiveram o bom alcance de mídia de 2018, com 3.251 inserções de mídia (17% impressa, 74% online, 4% rádio e 5% TV). O ano encerrou com 329.057 visitantes no site e 22.704 novos seguidores nas redes sociais. Os perfis do Museu do Futebol nas redes sociais foram alimentados para a divulgação do equipamento e de conteúdos online afetos ao Museu. Como pontos de destaque, houve a transmissão online e

disponibilização dos vídeos na íntegra no YouTube de palestras, debates, encontros, workshops e outras atividades da programação cultural do Museu. Foram criadas também sete playlists no Spotify.

Foram fechadas no ano 13 parcerias de mídia com: Revista Piauí (SP); UOL (SP); Jornais O Diário de Pernambuco (PE) e O Tempo (MG); Rádio Clube (PE); Rádio Globo (RJ) e Rádio BH FM (MG); TV Globo em Recife, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre; e, as empresas de mobiliário urbano JCDecaux e Ótima (SP), totalizando 532 anúncios veiculados (12 anúncios impressos em revista, 17 anúncios impressos em jornal, 389 spots e chamadas promocionais em rádio, quatro vinhetas promocionais em TV e 110 cartazes impressos para mobiliário urbano). As parcerias em outros estados (PE, RJ, MG e POA) relacionam-se ao projeto da exposição itinerante “Museu do Futebol na Área”, realizada com recursos incentivados por meio da Lei Rouanet.

Outras parcerias foram firmadas com a English Live para bolsas de estudos de inglês aos funcionários da Organização Social (OS); a Epson, fornecedora de projetores para o museu e exposição itinerante e com a Universidade do Futebol, envolvendo profissionais para palestras na Programação Cultural do museu e bolsas de estudo para funcionários da OS em cursos ofertados. Firmou-se também parceria com a agência de publicidade Lew’Lara\TBWA, para a produção de campanha publicitária institucional para o museu durante a Copa do Mundo. Realizada sem onerar o contrato de gestão, uma vez que o serviço da agência foi pró-bono, foram criados cartazes em homenagens a jogadores que fizeram história na Seleção Brasileira em Copas do Mundo. Os cartazes ficaram exibidos nas linhas do metrô e CPTM durante a Copa, convidando o público a visitar o Museu. Em agosto, as homenagens aos jogadores foram feitas na sede do Museu, com a entrega de uma cópia dos cartazes aos homenageados.

Pelo **Programa de Integração ao SISEM-SP**, o Museu do Futebol realizou quatro ações voltadas ao acompanhamento do projeto de renovação da exposição de longa duração do Museu de Esportes de São José dos Campos (MESJC), assim, fortalecendo as ações empreendidas no âmbito da Rede de Memória do Esporte. Dessa maneira, foram realizadas e articuladas visitas, reuniões e oficinas de curadoria colaborativa, que visaram discussões acerca da elaboração de um novo layout para ocupação do museu, além de expografia e diretrizes de conteúdo.

Ao longo de 2018, o Museu do Futebol realizou exposições itinerantes no Estado de São Paulo e em quatro capitais brasileiras. O projeto “Visibilidade para o Futebol Feminino”, inscrito no banco de exposições no site do SISEM, percorreu centros culturais, em três cidades do interior do estado, além da capital, recebendo um total de 25.940 visitantes. Como parte das comemorações de dez anos do Museu do Futebol, a exposição “Museu do Futebol Na Área” levou a instituição, pela primeira vez, para uma circulação fora do Estado de São Paulo. Foram quatro capitais brasileiras ao longo de 2018, recebendo, no total, 214.801 visitantes. Foram 162 dias de exposição com entrada gratuita, gerando 53 empregos diretos, 170 indiretos e 477 inserções na mídia. Essa circulação começou em Recife (PE), cidade na qual a exposição

ficou em exibição no período de 24 de abril a 20 de maio, no Centro Cultural Cais do Sertão, tendo recebido 16.096 visitantes. Em seguida, o Museu do Futebol ocupou o Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) das cidades do Rio de Janeiro (RJ), recebendo 30.087 visitantes, no período de 13 de junho a 30 de julho; e, de Belo Horizonte (MG), com público de 160.983 pessoas, no período de 15 de agosto a 15 de outubro. A última cidade a receber a exposição, no 4º trimestre, foi Porto Alegre (RS), onde a mostra ficou em exibição no Museu da Comunicação Hipólito José da Costa e recebeu 7.635 visitantes, no período de 31 de outubro a 16 de dezembro.

Em 2018, as ações do **Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e Segurança** voltaram-se à manutenção dos equipamentos, instalações e suporte a todas as demais áreas do Museu. Foi possível ajustar e melhorar o sistema de ar climatizado, com a obtenção de economia no acondicionamento de motores; foi instalado revestimento térmico nas salas dos servidores, de modo a bloquear a transmissão de calor proveniente das arquibancadas do Estádio; foi modificado o sistema de nobreaks de modo a assegurar o funcionamento de todas as estações de trabalho da área administrativa; implantou-se o monitoramento remoto da central de alarmes e detecção de incêndio, melhorando o monitoramento dos equipamentos de incêndio, principalmente no período noturno; criou-se um quadro elétrico parcial móvel para atender as áreas de Eventos e Programação Cultural - com isto, evita-se o uso de extensões longas e diversas ligações pela linha, impedindo, também, que eventuais problemas cheguem ao quadro principal do museu.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS DO MUSEU DO FUTEBOL - ANO 2018

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA (2018)

Em relação às leis de incentivo fiscal, o trimestre foi marcado pela prospecção intensa para captação de recursos junto às empresas privadas; não obstante, o patrocínio obtido em 2018 foi inferior ao de 2017, mas ainda assim relevante para o desenvolvimento de ações ao longo de 2019. A considerar que o patrocínio de 2017 tinha como foco ações a serem desenvolvidas em 2018 – ano da Copa do Mundo.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
1	(PGTG) Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	1.1	Meta-Produto	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-	2
					2º Tri	1	-
					3º Tri	1	2
					4º tri	-	3
					META ANUAL	2	7
					ICM%	100%	350%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	21,7% de captação em relação ao repasse	1º Tri	432.380	508.733
					2º Tri	492.385	883.215
					3º Tri	505.316	1.237.447
					4º tri	470.946	1.290.236
					META ANUAL	1.901.027	3.919.630
					ICM%	100%	206,2%
3	(PGTG) Pesquisa de Público – índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	> ou = 80%	96,3%
					2º Tri	> ou = 80%	90,4%
					3º Tri	> ou = 80%	92,6%
					4º tri	> ou = 80%	94,3%
					META ANUAL	> ou = 80%	93,4%
					ICM%	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

Ação 1: Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais

Justificativa da mensuração 1.1: Quantidade de projetos inscritos

No 4º trimestre, foi inscrito o Plano Anual de Atividades do Museu do Futebol para 2019 nos programas de incentivo à cultura estadual (PROAC) e municipal (PRO-MAC). Além disso, o projeto "Se Joga na Praça: Atividades Esportivas no Museu do Futebol" foi reinscrito na Lei Paulista de Incentivo ao Esporte, visto que houve a abertura desse programa no período. A superação da meta relaciona-se, portanto, à nova oportunidade de uso de recursos municipais (PRO-MAC) e ao fato de o prazo do plano anual inscrito no PROAC ter se encerrado em dezembro de 2018, havendo a necessidade de providenciar uma nova inscrição. A OS compreende ser vital para a sustentabilidade do Museu do Futebol a diversificação de projetos e a ampliação das fontes de captação de recursos. Resumindo os resultados do ano, os projetos inscritos foram:

- Leis de incentivo à Cultura: 03 projetos, na lei municipal, estadual e federal;
- Leis de incentivo ao Esporte: 02 projetos, na lei estadual e federal
- Dois editais pontuais: Oi Futuro e FINEP/Cnpq

Ressaltamos que a superação da meta não onerou o Contrato de Gestão.

Ação 2: Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc.

Justificativa da mensuração 2.1: 21,7% de captação em relação ao repasse

Abaixo, quadro detalhado das captações realizadas em 2018:

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R\$)	2º TRIMESTRE (em R\$)	3º TRIMESTRE (em R\$)	4º TRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	282.363	386.139	506.126	362.157	1.536.784
Aluguéis	88.800	88.800	93.534	91.892	363.026
Cessão de Espaço - Eventos	131.480	345.918	203.220	200.100	880.718
Convênios/Patrocínios e Doações	6.090	2.030	418.663	626.298	1.053.081
Captações Diversas (Prest. Serv)	-	60.328	15.904	9.790	86.022
TOTAL Captação trimestral	508.733	883.215	1.237.447	1.290.236	3.919.630
Indicativo de meta de Captação no período	432.380	492.385	505.316	470.946	1.901.027
Índice de cumprimento da meta no período	117,7%	204,3%	286,2%	298,4%	206,2%
Meta Captação Anual (21,7% sobre o valor do repasse)	1.901.027	1.901.027	1.901.027	1.901.027	1.901.027
Índice de cumprimento da meta do Ano	26,8%	46,5%	65,1%	67,9%	206,2%

Diversos fatores contribuíram para a superação da meta de captação. Recursos captados de Lei Rouanet no final de 2017, e aplicados em 2018, viabilizaram a intensificação de ações voltadas ao público, a destacar duas exposições temporárias e uma exposição que itinerou por quatro capitais, a ampliação da grade de Programação Cultural incluindo a transmissão de jogos da Copa do Mundo no Museu, com participação dos torcedores dos diversos países, por intermédio de convites e envolvimento de vários Consulados.. Todas essas ações patrocinadas com recursos de Lei Rouanet, geraram um círculo virtuoso de mídia espontânea e aumento de público com consequente receita de bilheteria.

No 4º trimestre, o valor captado com a cessão de espaços foi de R\$ 200.100,00 com a realização de 18 eventos corporativos. Em 2018, a área de eventos atingiu valor de captação histórico, o maior desde a abertura do Museu do Futebol. Como apontado em relatórios anteriores, o resultado foi devido ao processo de melhoria no atendimento, na simplificação da venda e criação de material mais atrativo para prospecção de novos clientes. Um novo espaço (a Sala Jogo de Corpo onde está a atração Chute a Gol) passou a ser oferecido para locação após a Copa do Mundo. Ao todo, foram realizados 46 eventos corporativos, gerando a receita de R\$ 880.718,00.

Seguem abaixo algumas fotos de eventos corporativos realizados ao longo do ano.



Foto da ambientação para evento realizado pela Bureau Veritas em fevereiro de 2018



Foto da ambientação para evento realizado pela Globosat em outubro de 2018

Em relação aos patrocínios, no exercício de 2018, recebemos, através da Lei Rouanet, os valores abaixo discriminados:

PRONAC 177453 (Plano Anual 2018)	3º TRIMESTRE
Banco Itaú	R\$ 350.000,00

PRONAC 183885 (Plano Anual 2019)	4º TRIMESTRE
Banco Itaú	R\$ 300.000,00
Evonik	R\$ 198.000,00
Verde Asset	R\$ 75.000,00

Pela Lei Federal do Esporte, recebemos no 4º trimestre aporte de R\$ 52.000,00 da Pinheiro Neto Advogados para a o projeto "Com a bola toda: atividades esportivas no Museu do Futebol", a ser realizado em 2019.

Importante destacar que a superação da meta de captação é desejável, pois os recursos obtidos são todos investidos em incremento de ações culturais no Museu, ampliação do acesso à cultura e investimentos diversos no equipamento.

Ação 3: Pesquisa de público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico

Comentário da mensuração 3.1: % índice de satisfação (> ou = 80%)

O índice é calculado pelo consolidado trimestral da resposta à pergunta n. 6 "O que achou da exposição principal do Museu do Futebol".

Relatório consolidado da pesquisa de satisfação e perfil, extraído do sistema eletrônico no período de 1 de outubro a 31 de dezembro de 2018.

Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações entre 01/10/18 e 31/12/18
- avaliações da unidade de pesquisa: Museu do Futebol

1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?

- | | | |
|---|--|-------------|
| a) Sim, quero falar sobre a visita. | | 2.363 76,8% |
| b) Não, quero apenas deixar um comentário | | 712 23,2% |

3.075 respostas

2. É a sua primeira visita ao Museu do Futebol?

- | | | |
|--|--|-------------|
| a) Sim | | 1.979 84,5% |
| b) Não (Quantas vezes já nos visitou?) | | 363 15,5% |

2.342 respostas

3. Como você nos conheceu?

- | | | |
|---|--|-----------|
| a) Indicação de amigo / familiar | | 861 44,4% |
| b) Site do Museu | | 247 12,7% |
| c) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) | | 265 13,7% |
| d) Jornal/Revistas | | 85 4,4% |
| e) TV | | 252 13,0% |
| f) Rádio | | 29 1,5% |
| g) Guias e sites de turismo | | 85 4,4% |
| h) Agências de viagem | | 33 1,7% |
| i) Outros | | 366 18,9% |

Seleção múltipla permitida

1.938 respostas

4. Qual(is)?



Top 10 palavras	Frequência
1. escola	95 (25,3%)
2. globo	59 (15,7%)
3. passeio	25 (6,7%)
4. escolar	18 (4,8%)
5. google	12 (3,2%)
6. espn	8 (2,1%)
7. excursao	8 (2,1%)
8. internet	6 (1,6%)
9. amigos	6 (1,6%)
10. esporte	5 (1,3%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. passeio, escolar	12 (3,2%)
2. passeio, escola	8 (2,1%)
3. google, maps	4 (1,1%)
4. excursao, escolar	4 (1,1%)
5. globo, esporte	3 (0,8%)
6. rede, globo	3 (0,8%)

5. Quais os motivos da sua visita? Você pode escolher mais de uma alternativa.



Seleção múltipla permitida

2.185 respostas

6. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?



Média
4,66

2.168 respostas

7. Qual a probabilidade de você recomendar o Museu do Futebol?



NPS
77

2.151 respostas

8. O que poderia ser melhor para que você nos recomendasse?

poderia **nada** comida
grátis

Top 10 palavras	Frequência
1. nada	5 (12,8%)
2. poderia	3 (7,7%)
3. comida	3 (7,7%)
4. grátis	3 (7,7%)







Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. comida, grátis	3 (7,7%)

9. Como você se reconhece?

a) Homem		182 52,8%
b) Mulher		163 47,2%

345 respostas

10. Qual a sua idade?

a) Até 18 anos		730 34,4%
b) Entre 18 e 25 anos		392 18,4%
c) Entre 25 e 35 anos		454 21,4%
d) Entre 35 e 45 anos		308 14,5%
e) Entre 45 e 55 anos		162 7,6%
f) Acima de 55 anos		79 3,7%

2.125 respostas

11. Onde você mora?

a) Município de São Paulo		803 38,1%
b) Outro município do Estado de São Paulo (Qual?)		408 19,4%
c) Outro Estado (Qual?)		773 36,7%
d) Outro país (Qual?)		121 5,7%

2.105 respostas

12. Qual a sua escolaridade?

a) Fundamental (completo ou incompleto)		517 24,9%
b) Médio incompleto (completo ou incompleto)		339 16,3%
c) Superior incompleto (completo ou incompleto)		708 34,0%
d) Pós-graduação/Mestrado/Doutorado		516 24,8%

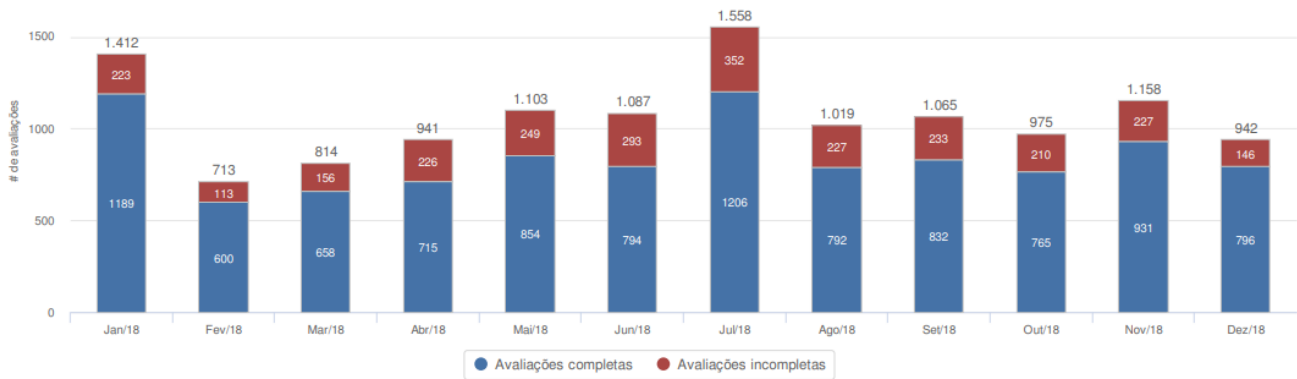
2.080 respostas

Relatório de Participação

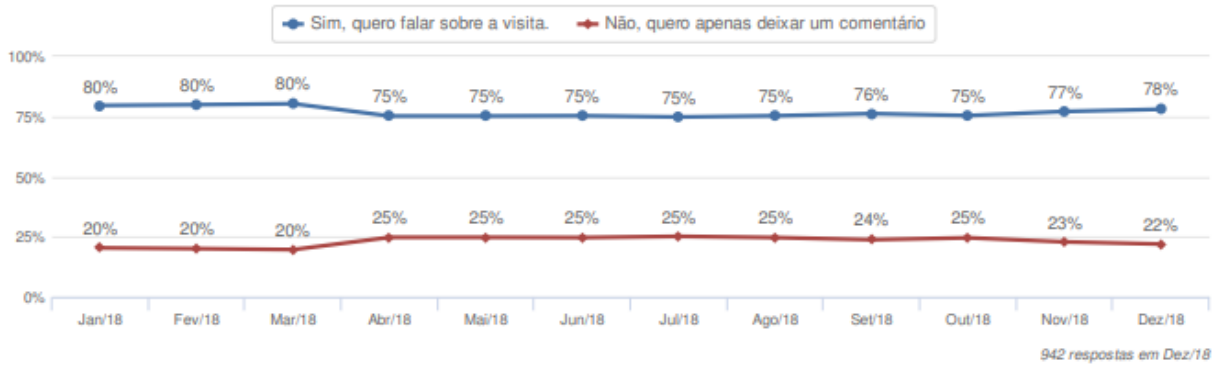
Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

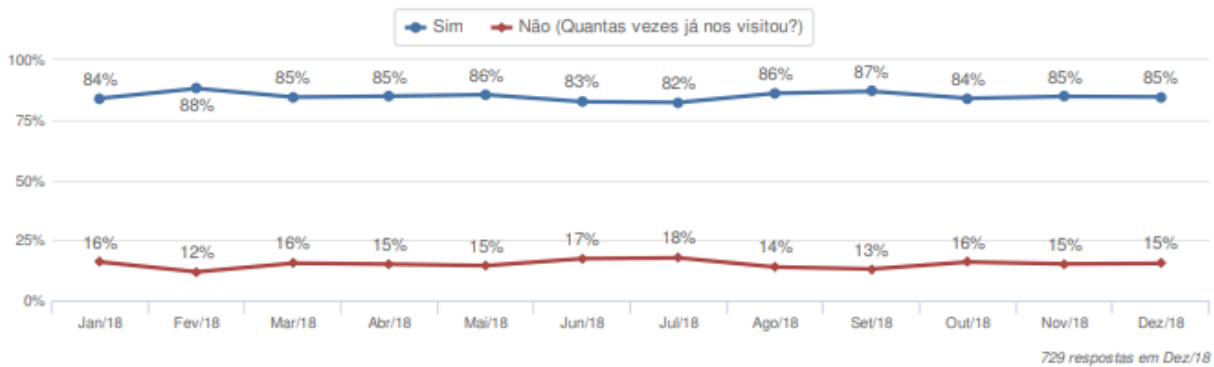
- avaliações da unidade de pesquisa: Museu do Futebol



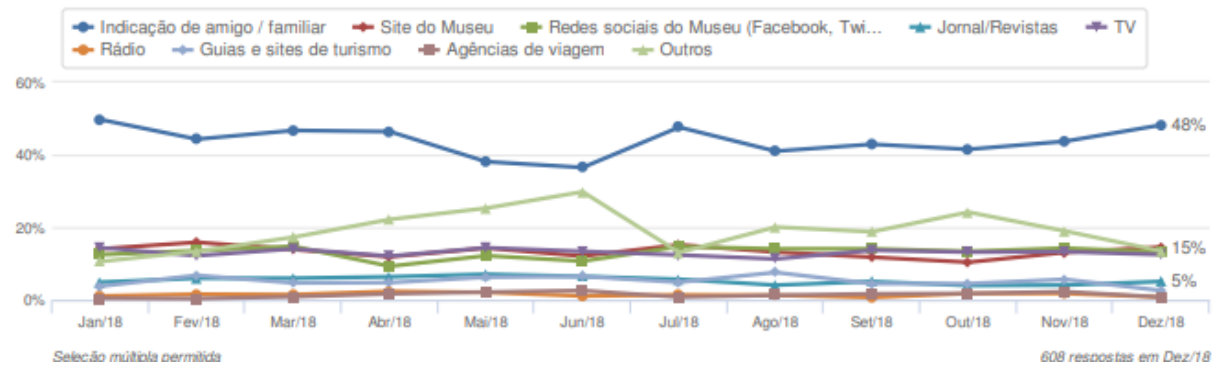
1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?



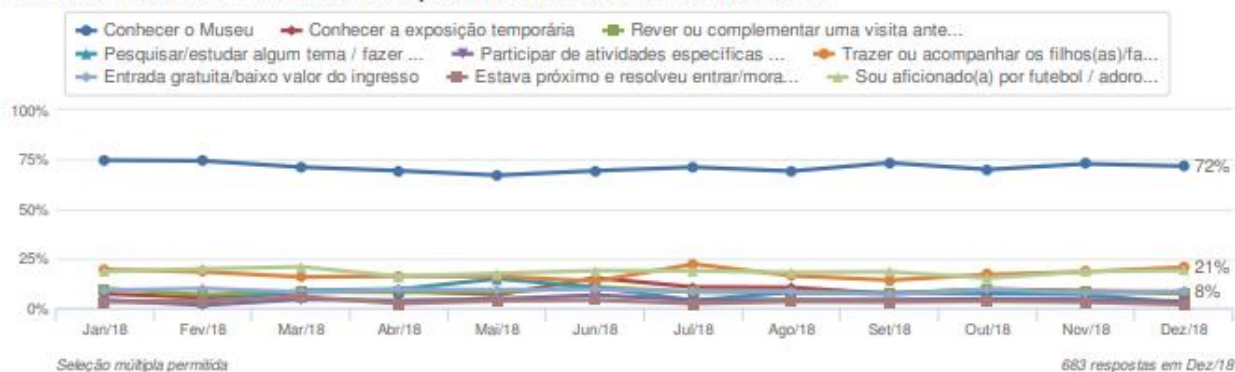
2. É a sua primeira visita ao Museu do Futebol?



3. Como você nos conheceu?



5. Quais os motivos da sua visita? Você pode escolher mais de uma alternativa.



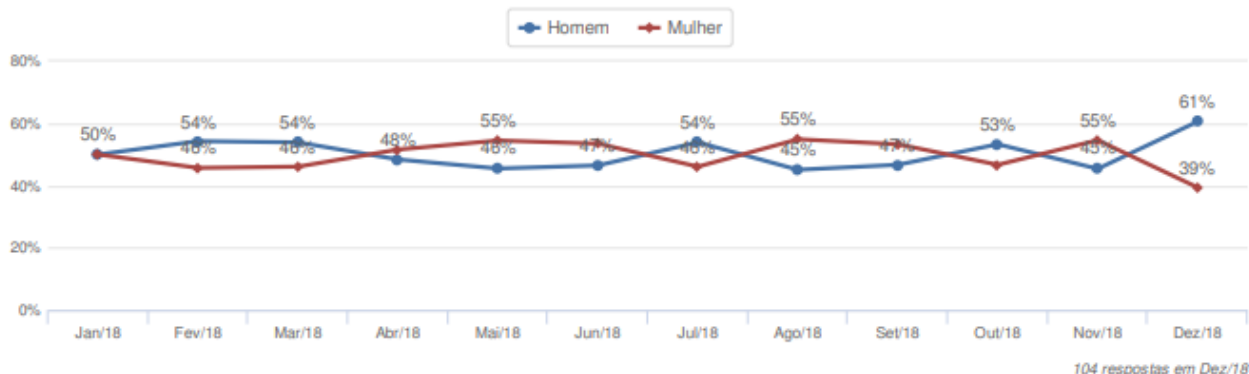
6. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?



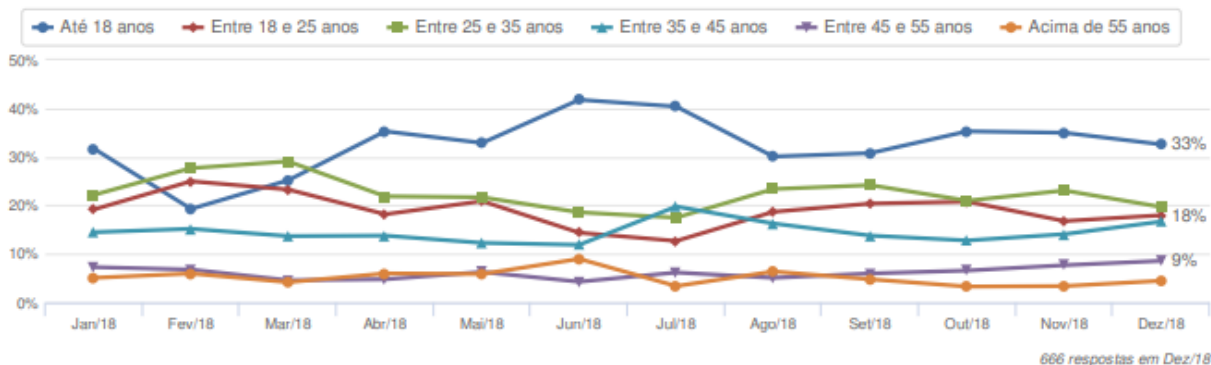
7. Qual a probabilidade de você recomendar o Museu do Futebol?



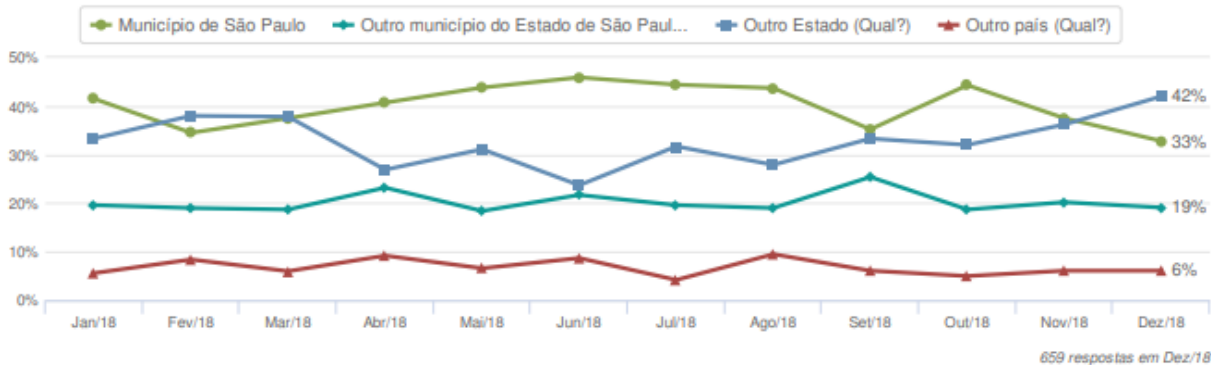
9. Como você se reconhece?



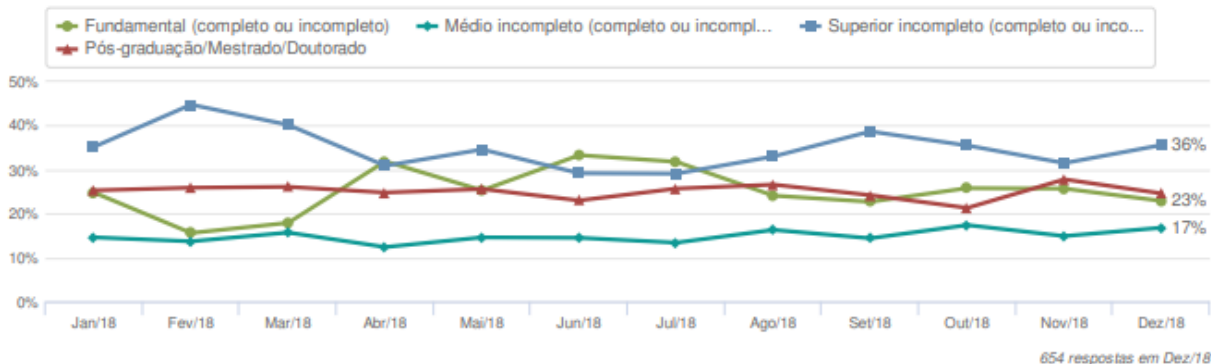
10. Qual a sua idade?



11. Onde você mora?

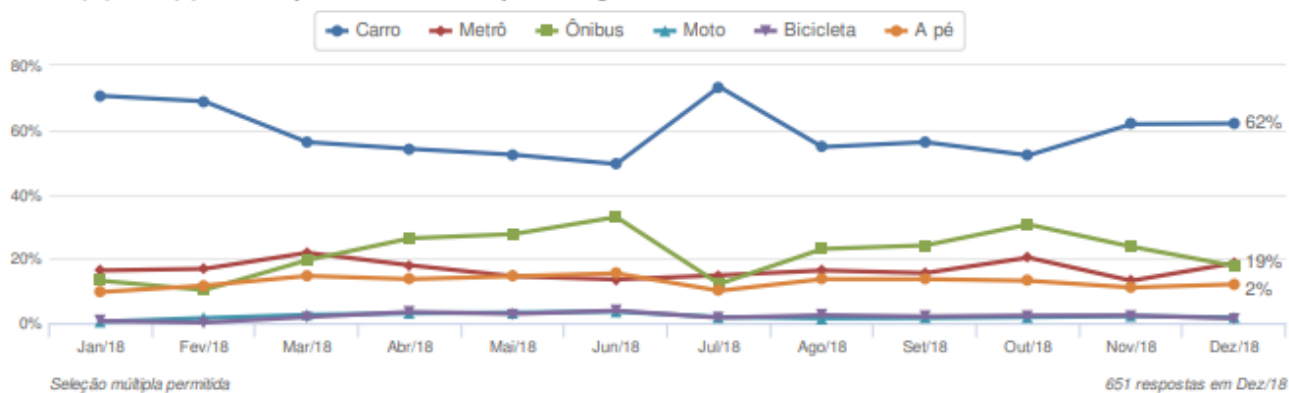


12. Qual a sua escolaridade?



654 respostas em Dez/18

13. Qual(is) meio(s) de transporte você utilizou para chegar ao Museu?



PROGRAMA DE ACERVO (2018)

Neste trimestre, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro recebeu e atendeu 692 pessoas, sendo 603 presenciais (das quais, 161 pesquisadores), além de 89 atendimentos remotos. O banco de dados teve 803 acessos, 52% a menos que no trimestre passado, decorrência da interrupção do uso da ferramenta de anúncios na internet Google AdWords.

Dentre as ações realizadas pelo CRFB, no 4º trimestre, destacam-se a publicação dos artigos na plataforma Medium, que trouxeram temas relacionados à exposição temporária, colaborando no aprofundamento de conteúdos acerca dos clássicos de futebol e ampliando um material que subsidia a criação de conteúdos por parte da Comunicação do Museu. Ressalta-se também a realização de três workshops, que trouxeram debates acerca de acervos digitais, direitos autorais e conservação de livros modernos, dinamizando os temas abordados e potencializando a possibilidade de engajamento de determinados tipos de público, conforme pormenorizado no detalhamento abaixo.

Em relação à organização da memória institucional, foi elaborado o Plano de Classificação e o Manual do Arquivo Histórico, tendo sido aplicado para a criação do Banco de Mídias, trabalho que envolveu a triagem de cerca de 60 mil arquivos digitais, e incluiu sua organização, renomeação e inclusão de metadados. Importante mencionar também a ampliação do acervo, realizada através da digitalização de coleções, que trouxe ao Museu neste ano 918 itens novos, em que se destaca o aumento na representatividade do futebol de várzea no acervo do equipamento.

Ainda, merece destaque a atuação da equipe do CRFB na decupagem do acervo existente do Museu da Língua Portuguesa. Foram realizados minutagem, identificação e detalhamento de conteúdos audiovisuais e fotográficos das salas Grande Galeria, Palavras

Cruzadas/Lanternas, Beco das Palavras/Mesa de Etimologia e Praça da Língua. A construção dessas decupagens incluiu a verificação dos contratos de direitos autorais e de personalidade presentes em cada um dos conteúdos, tendo como resultado do trabalho da equipe o mapeamento das lacunas dos direitos. Este trabalho conta com o apoio do jurídico da Fundação Roberto Marinho.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
7	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos	7.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	
					2º Tri	2	1
					3º Tri	2	-
					4º tri	-	3
					META ANUAL	4	4
					ICM%	100%	100%
		7.2	Meta-Resultado	Número mínimo de profissionais atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	20	21
					3º Tri	20	-
					4º tri	-	67
					META ANUAL	40	88
					ICM%	100%	100%
8	(PA) Publicação de artigos no site do Museu	8.1	Meta-Resultado	Número de artigos publicados	1º Tri	2	2
					2º Tri	3	3
					3º Tri	3	3
					4º tri	2	2
					META ANUAL	10	10
					ICM%	100%	100%
9	(PA) Submissão de artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	9.1	Meta-Produto	Número de artigos submetidos à publicação	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º tri	1	1
					META ANUAL	2	2
					ICM%	100%	100%
10	(PA) Coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	10.1	Meta-Produto	Número mínimo de itens digitalizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	50	765
					4º tri	50	153
					META ANUAL	100	918
					ICM%	100%	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
11	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	11.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
12	(PA) Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol	12.1	Meta-Produto	Número de publicações	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Ação 7: Realização de workshops (oficinas) técnicos

Justificativa da mensuração 7.1: Quantidade de encontros realizados

Justificativa da mensuração 7.2: Número mínimo de profissionais atendidos

Conforme justificado no relatório anterior, o Museu do Futebol concluiu ser pertinente a realização das atividades neste trimestre. Sendo assim, entre outubro e dezembro, o CRFB promoveu três workshops, somando ao todo quatro, conforme previsto neste plano de trabalho, com um total de 67 participantes.

Um dos eventos do 4º trimestre tratou sobre os 20 anos da criação da Lei de Direitos Autorais, colocando em perspectiva os debates em torno dos acervos culturais, abordando o caso dos museus do Futebol e da Língua Portuguesa. Outro, tratou sobre dois assuntos pertinentes à disponibilização de acervos de instituições culturais na internet, enfocando os temas domínio público e licenças abertas, mais especificamente, as licenças Creative Commons. O terceiro, por sua vez, tratou sobre acervos bibliográficos, atendendo a uma demanda dos grupos com os quais o CRFB tem contato, devido ao mapeamento de coleções, bem como de profissionais que buscam o Centro para orientações acerca do tema, haja vista a existência de uma biblioteca no museu. Entendemos a realização de um evento com este tema como uma possibilidade de experimentar com esse público o real interesse e possibilidades de

engajamento, bem como lançar mão da oportunidade para divulgar a Biblioteca e Mideateca, dinamizando suas atividades e a oferta de eventos, e articulando seu público e parceiros.

Além disso, vislumbra-se a importância de buscar uma complementaridade aos debates em relação aos acervos digitais, considerando que grande parte deles é produzida a partir de itens físicos. No caso do Museu do Futebol, particularmente, trata-se, ainda, de uma possibilidade de promover a orientação aos cuidados de coleções materiais, as quais não necessariamente são incorporadas ao acervo da instituição e permanecerão sob os cuidados de seus proprietários. Os resultados desse evento serão avaliados a fim de reverberar no planejamento da oferta da programação cultural do Museu para 2019.

		
<p>20 anos da Lei de Direitos Autorais</p>	<p>Reparos em livros de bibliotecas modernas</p>	<p>Domínio público e licenças abertas</p>

Workshop "20 Anos da Lei de Direitos Autorais: quais os avanços para os acervos digitais?"

Data: 24 de outubro de 2018

Local: Auditório do Museu do Futebol

Número de participantes: 29

Especialistas convidados: Mariana Valente e Claudio Lins de Vasconcelos

No mês de outubro, a Lei de Direitos Autorais completou 20 anos e serviu de mote para um workshop que buscou elucidar tanto os caminhos da elaboração dessa lei, frente a legislações anteriores no Brasil, quando compreender avanços legais para proteção e uso dos acervos digitais. Partindo do caso dos museus do Futebol e da Língua Portuguesa, criados há mais dez anos e concebidos para o uso de acervos fruto de reproduções digitais e de natodigitais, foram discutidos os desafios enfrentados na implantação e manutenção de projetos dessa natureza quanto a direitos autorais, e os limites da legislação para a criação e uso de acervos digitais.

Workshop "Bibliotecas Modernas: Reparos e Afins"

Data: 27 de outubro de 2018:

Local: Biblioteca e Mideateca do CRFB

Número de participantes: 32

Especialista convidada: Marlene Laky, conservadora-restauradora do acervo bibliográfico do Museu Casa Guilherme de Almeida.

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), através de suas ações de pesquisa e documentação, teve contato com diversas instituições e pessoas, que possuem livros em suas coleções e que receberam de nossa equipe orientações básicas para sua conservação. Como proposta de continuidade de ações voltadas à orientação e capacitação das pessoas que lidam com tais coleções, o workshop “ofereceu subsídios para a conservação de acervos bibliográficos tradicionais em papel, tipo de acervo ainda muito presente, tanto em coleções pessoais quanto em museus e instituições culturais e de pesquisa. Foram abordados procedimentos de simples execução, que podem ser feitos a partir de recursos simples, como o uso de fita adesiva e papel japonês.

Workshop “Domínio público, licenças abertas e Creative Commons: acervos digitais na internet”

Data: 4 de dezembro de 2018

Local: Biblioteca e Mideoteca do CRFB

Número de participantes: 36

Especialistas convidadas: Mariana Valente e Juliana Monteiro

O workshop tratou de forma prática sobre como disponibilizar obras de seus acervos na internet, a partir da Lei de Direitos Autorais e outros instrumentos existentes. Assim, discutiu-se o conceito de domínio público, as limitações e exceções aos direitos de autor e o licenciamento aberto, a partir das licenças Creative Commons.

Ação 8: Publicação de artigos no site do Museu

Comentário da mensuração 8.1: Número de artigos publicados

Neste trimestre, conforme as ações de planejamento do núcleo, que envolvem dar mais visibilidade às coleções e ao trabalho desenvolvido, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro publicou dois artigos na conta que dispõe na plataforma de compartilhamento de textos chamada Medium, totalizando a meta prevista no Plano de Trabalho que previu a publicação de dez artigos. Na referida plataforma, foi criada uma página do Museu do Futebol, onde todos os textos são indexados, incluindo os escritos pelo Núcleo Educativo, que também dispõe de uma conta: <https://medium.com/museu-do-futebol>.

Um dos artigos publicados foi preparado a partir de um tema relacionado à exposição temporária “Clássico é Clássico e Vice-Versa”, de autoria do bibliotecário Ademir Takara. O segundo traz o perfil do acervo bibliográfico do Museu de autoria da assistente de documentação Dóris Régis..

Nome do artigo: Conheça o perfil do acervo da Biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro

Link:<https://medium.com/museu-do-futebol/perfil-do-acervo-bibliogr%C3%A1fico-do-centro-de-refer%C3%A2ncia-do-futebol-brasileiro-d517d3dc74fb>

Resumo: nestes cinco anos de existência, a Biblioteca e Mideoteca do CRFB recebeu mais de

Ação 9: Submissão de artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)

Comentário da mensuração 9.1: Número de artigos submetidos à publicação

Neste período, foi submetido um artigo escrito pelo bibliotecário Ademir Takara a uma publicação online de nome "Futebol Café". Trata-se de um site de artigos relacionados ao tema futebol, pertencente a Bruno Rodrigues, jornalista especializado no esporte. O artigo aborda publicações sobre a Copa Libertadores da América e foi lançado, oportunamente, no fim de semana em que ocorreu a final do campeonato. Segue abaixo o texto na íntegra:

Nome do artigo: Libertando os livros

Resumo: aproveitando o Superclássico pela Libertadores, biblioteca do Museu do Futebol recomenda quatro livros sobre o torneio.

Link: <https://medium.com/futebol-cafe/C3%A9/libertando-os-livros-331008842ce0>



Guias oficiais da Conmebol sobre a Copa Libertadores
(Crédito: Centro de Referência do Futebol Brasileiro/Museu do Futebol)

Por Ademir Takara, do Centro de Referência do Futebol Brasileiro

A Copa Libertadores da América pode não ter a mídia global e os valores bilionários da sua nêmesis, a UEFA Champions League, mas não há sombra de dúvida que atualmente é a competição de clubes mais popular entre a torcida brasileira.

Porém, nem sempre foi assim. Na verdade uma rápida pesquisa bibliográfica indica que o primeiro livro brasileiro dedicado à história da Libertadores é de 1999: "O Brasil na Taça

Libertadores e no Mundial Interclubes”, do historiador Antônio Carlos Napoleão.

Ou seja, somente depois de 40 edições da Copa Libertadores é que um brasileiro teve a ideia de contar a história da competição. Na verdade contar uma parte. O foco do livro, como diz o título, é a campanha dos times brasileiros, mais especificamente dos campeões. Aí vale a pena ressaltar o detalhe do ano da publicação: 1999. Com o Palmeiras campeão, o Brasil, pela primeira vez, encerrava uma década como maior vencedor da competição, com seis títulos entre 1990 e 1999.

Parecia um momento auspicioso. A impressão que o país do futebol também se tornaria o país da Libertadores. O tempo (e o Boca Juniors) mostrou que não era bem por aí.



Livro da Conmebol traz à lembrança das conquistas de Boca e River na Copa Libertadores (Crédito: Centro de Referência do Futebol Brasileiro/Museu do Futebol)

Mas voltemos ao livro do Napoleão, dividido em duas partes, a primeira é sobre a competição sul-americana e a segunda sobre a antiga Copa Intercontinental (que não será comentada neste artigo, uma vez que o foco é a Libertadores). A obra começa muito bem com a história do torneio, remontando aos primeiros confrontos entre clubes argentinos e uruguaios, passando pela pioneira Taça América Del Sur, em 1948, organizada pelo Colo-Colo, do Chile. Contou com a presença de seis clubes campeões nacionais e do Vasco da Gama representante do Brasil por ser o campeão do Rio de Janeiro, então capital federal.

Apresenta ainda o detalhamento da competição e as fichas de todos os jogos do Vasco, campeão invicto e fazendo jus ao apelido de Expresso da Vitória.

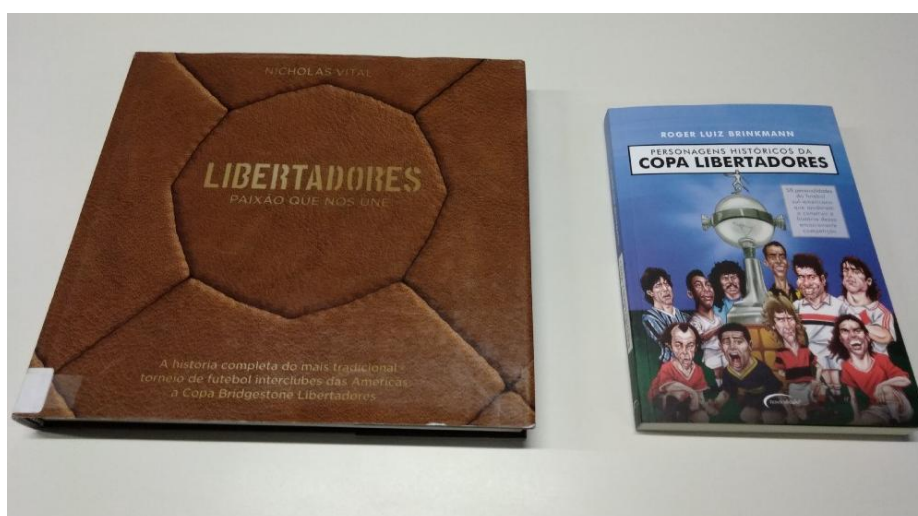
Na sequência relata como foi o processo de criação da Copa Libertadores da América. A partir disso o foco é exclusivamente na participação dos clubes brasileiros, em especial as campanhas dos campeões. Se por um lado é uma pena omitir totalmente informações de outros grandes esquadrões sul-americanos, por outro (e principal motivo para a existência da obra) cada conquista é narrada de maneira clara, objetiva e muito agradável. E ainda por cima, para os entusiastas, fichas completas de cada jogo do campeão.

Em 2010, foi publicado “Libertadores, Mundial Interclubes e muito mais”, de Caio Flávio Leal Bastos. Diferentemente do trabalho de Napoleão, Bastos fez um trabalho mais lúdico, indicado

para quem estiver começando a se interessar pelas competições internacionais. No caso a Libertadores ocupa cerca de um terço do espaço, pois a obra também comenta outras competições internacionais da Conmebol e outras confederações. O autor também foca nos clubes brasileiros, mas abre espaço para grandes esquadões estrangeiros no capítulo "Libertadores que me marcaram".

Uma curiosidade: o autor, embora gaúcho, deixa bem claro sua simpatia por dois alvinegros, Corinthians e Atlético Mineiro, e ele escreveu que ambos poderiam igualar-se aos rivais, isto é, ganhar a Libertadores. O que aconteceu pouco tempo depois em 2012 e 2013, respectivamente.

Aliás, se o livro de Napoleão fechou uma década de supremacia brasileira, o livro de Bastos abriu a segunda década de supremacia, com o Brasil ficando quatro vezes consecutivamente com o título entre 2010 e 2013. E em 2014 Nicholas Vital lançou o excelente "Libertadores: paixão que nos une: a história completa do mais tradicional torneio de futebol interclubes das Américas: a Copa Bridgestone Libertadores".



Livros estão à disposição na biblioteca do Museu do Futebol
(Crédito: Centro de Referência do Futebol Brasileiro/Museu do Futebol)

Contou com o apoio da patrocinadora do torneio, o que também facilitou o acesso ao fantástico acervo fotográfico da revista argentina El Gráfico. E Vital soube aproveitar muito bem a chance. Além das mais de 180 fotos conseguidas junto aos portenhos (mais de 300 no total), o jornalista pôde, enfim, contar as histórias de cada um dos campeões da competição, de 1960 a 2013.

Aliás, uma edição luxuosa, com capa dura, formato de livro de arte (tamanho 29 X 27cm), bilíngue, português e espanhol, e com os 168 distintivos de todos os clubes que jogaram na Libertadores no período. O lançamento foi feito no Museu do Futebol, no Estádio do Pacaembu.

Em 2014 foi lançada a segunda edição, com a inclusão do campeão daquele ano, o San Lorenzo, do papa Francisco.

E neste ano de 2018, se a Copa Libertadores não continuará no Brasil, pelo menos poderemos comemorar a ousadia de Roger Brinkmann, que com o seu livro “Personagens históricos da Copa Libertadores”, conseguiu seguir o exemplo de Vital, contando ano a ano cada uma das edições da competição de 1960 a 2017. Mas conseguiu mudar o olhar: o escritor elegeu um personagem para cada conquista.

Assim sendo, se o torcedor brasileiro sabe a importância de um Pelé para o Santos em 1962, Zico para o Flamengo em 1981, Telê Santana para o São Paulo de 1993 ou São Marcos para o Palmeiras de 1999, também terá a oportunidade de saber o peso de um Osvaldo Zubeldía para o tricampeão Estudantes de 1970, Luís Artime para o Nacional de Montevidéu em 1971, Bochini para o Independiente tetracampeão consecutivo em 1975, Ever Almeida para o Olímpia de 1979 ou Higuita para o Nacional de Medellín de 1988.

Bônus

Para os fanáticos, infelizmente, os livros de Nicholas Vital e Roger Brinkmann não trazem as fichas de jogos. Nem mesmo finais. Mas... quem tiver muita paciência pode tentar ver a versão digital do livro oficial da Conmebol “Copa Libertadores de América 1960–2010” tomos I e II, no site da entidade. Simplesmente todas as fichas de todos os jogos da competição. Para quem não tiver muita paciência, aí o caminho é ir até a Biblioteca do CRFB, de terça a sábado, das 10:30 às 17:00, no Museu do Futebol, consultar a versão impressa.

Ação 10: Coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital

Justificativa da mensuração 10.1: Número mínimo de itens digitalizados

Neste 4º trimestre, foram digitalizados 153 itens, somando o total de 918 em 2018. O conjunto perfaz 2.769 arquivos digitais devido ao fato de serem digitalizados os versos de fotografias, livros de atas, que contém muitas páginas, e documentos de grandes proporções serem reproduzidos por partes. Os itens são organizados em coleções e catalogados. Segue abaixo um resumo do tema das coleções:

Campo de Marte: como parte do projeto “Histórias da Várzea: o Campo de Marte”, foram digitalizados acervos de cinco dos sete clubes que têm mando de jogo no local. O material retrata desde o futebol propriamente dito, às festas, reuniões e outros esportes, além da paisagem local – cenas que reforçam a importância do futebol em termos culturais e de sociabilidade. Neste trimestre, especificamente, digitalizou-se o acervo do Pitangueira Futebol Clube e finalizou-se a digitalização do acervo pertencente a Geraldo Piccirillo, do time Dragões da Casa Verde (vale dizer que no relatório do trimestre passado já havia sido mencionado o início da digitalização desta coleção).

José Malheiro: engenheiro que integrou a equipe da construção do Estádio do Pacaembu, junto ao escritório Severo & Villares. Sua filha ofereceu ao Museu os acervos fotográficos do pai (já falecido) para digitalização. Tratam-se de fotos do estádio já construído, incluindo algumas que retratam a presença de autoridades reunidas em torno da inauguração do mesmo.

Roberto Saponari: estudioso sobre futebol ofereceu ao Museu itens do seu acervo, o qual reuniu através das pesquisas que realiza. Trata-se, em termos gerais, de ingressos de Copas do Mundo e pôsteres de times, como Clube Atlético Juventus e São Paulo F.C.

Fernando Galuppo: pesquisador sobre futebol e colaborador da S.E. Palmeiras compartilhou com o Museu do Futebol três pôsteres sobre campeonatos de futebol de mulheres.

Digitalização – 4º trimestre de 2018		
Acervo	Nº de itens digitalizados	Nº de arquivos digitais gerados
COL 30 - Campo de Marte/Geraldo Piccirillo	112	240
COL35 - Jose Malheiro	19	26
COL36 - Roberto Saponari	16	51
COL37 - Pitangueira	3	496
COL38 - Fernando Galuppo	3	15
TOTAL	153	828

Ação 11: Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)

Comentário da mensuração 11.1: Número de parcerias estabelecidas

Em 2018, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro realizou uma nova parceria, voltada à colaboração para a publicação de dois livros e duas exposições, cuja pesquisa e produção está sendo feita pelo Clube Athletico Paulistano. O CRFB foi procurado pela responsável pelo memorial do referido clube, com o representante da empresa que está realizando as etapas para a viabilização do material. Vale destacar que esta parceria reforça a Rede de Memória do Esporte, sendo o Paulistano um clube atuante na rede.

Por fim, cabe dizer que essa parceria trará ao Centro, além de visibilidade, novas referências (em especial de personalidades e acervos) dos temas que serão abordados. Segue resumo dos projetos abaixo:



Projeto visa uma exposição e uma publicação de livro em homenagem ao Club Athletico Paulistano, um dos primeiros clubes de futebol no Brasil e um dos maiores campeões paulistas, cujos fundadores estiveram bastante relacionados à cena cultural e política paulistana, tendo participado ativamente, por exemplo, da Revolução de 1932.



Projeto visa uma exposição e uma publicação de livro sobre a triunfante viagem de um time brasileiro à Europa em 1925. Tal viagem foi realizada pelo Club Athletico Paulistano e teve como objetivo a divulgação e mundialização do futebol brasileiro. A rota dessa viagem será reconstituída pelos pesquisadores.

Segue abaixo a carta de anuência apresentada pelo Museu do Futebol:

TERMO DE ANUÊNCIA

O Museu do Futebol, equipamento da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, administrado pela organização social de cultura IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, inscrita no CNPJ/MF sob o nº nº 10.233.223/0001-52, com sede na praça Charles Miller, s/n, São Paulo - SP, CEP 01234-010, neste ato representada pela Diretora Técnica Daniela do Amaral Alfonsi, declara para os devidos fins que apoia e concorda com a execução dos projetos **Muito Prazer, Futebol Brasileiro** e **O Glorioso Club Athletico Paulistano** desenvolvidos pela empresa **BARRO DE CHÃO EDITORA, PRODUÇÕES E SERVIÇOS LTDA – ME**, sociedade empresária limitada, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 18.526.698/0001-49, com sede na Rua Haddock Lobo, nº 403, Cerqueira César, São Paulo - SP, CEP 01414001. Os citados projetos incluem a produção de um livro de grande porte para cada um, bem como a realização de exposições que terão lugar na sede do Club Athletico Paulistano.

O Museu declara, ainda, que cooperará tecnicamente com todas as necessidades que estiverem ao alcance realizar, reconhecendo o projeto como iniciativa benvinda aos esforços de pesquisa, preservação e divulgação da história do futebol paulista e brasileiro.

Por fim, ressalta-se que é de comum acordo entre as partes, no âmbito das ações de cooperação nos projetos acima citados, que a aplicação da logomarca institucional do Museu do Futebol, bem como todo o material de comunicação atrelado à promoção e divulgação dos projetos, deverão ser previamente aprovados pelo Museu.

São Paulo, 11 de setembro de 2018.


Daniela Alfonsi

Diretora Técnica do Museu do Futebol

Ação 12: Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol

Comentário da mensuração 12.1: Número de publicações

Dando continuidade às ações voltadas à organização, registro e publicização da memória institucional do Museu do Futebol, iniciadas no ano anterior, com a catalogação dirigida às ações de Programação Cultural, foram planejadas e executadas duas grandes ações neste ano.





















































A experiência da organização e catalogação ocorrida em 2017 demonstrou a necessidade da criação de parâmetros para a sistematização global dos arquivos do Museu do Futebol e apontou como uma das maiores necessidades, dentre os arquivos da instituição, a organização dos materiais fotográficos, sonoros e audiovisuais que se encontravam esparsos e multiplicados na rede do Museu, e que constituem a maior tipologia de arquivos deste acervo.

Dessa maneira, foi elaborado o Plano de Classificação e o Manual do Arquivo Histórico do Museu do Futebol, em que foram determinados os fluxos dos arquivos e padronizadas nomenclaturas e estruturas de pastas, físicas e digitais, para a guarda permanente desse acervo. Com base nisso, foi eleita como primeira etapa a organização do que passamos a denominar de Banco de Mídias – que originalmente havia sido pensado como “banco de imagens”, e acabou sendo ampliado para contemplar arquivos sonoros e audiovisuais, dada a sua quantidade e relevância (estes arquivos estão ligados especialmente ao registro das atividades internas realizadas pelo Museu produzidas, por exemplo, em reuniões e montagens de exposição). Contemplou-se os arquivos produzidos pelas atividades educativas, exposições, programação cultural e de pesquisa e documentação, incluindo atendimento, de 2008 a 2017.

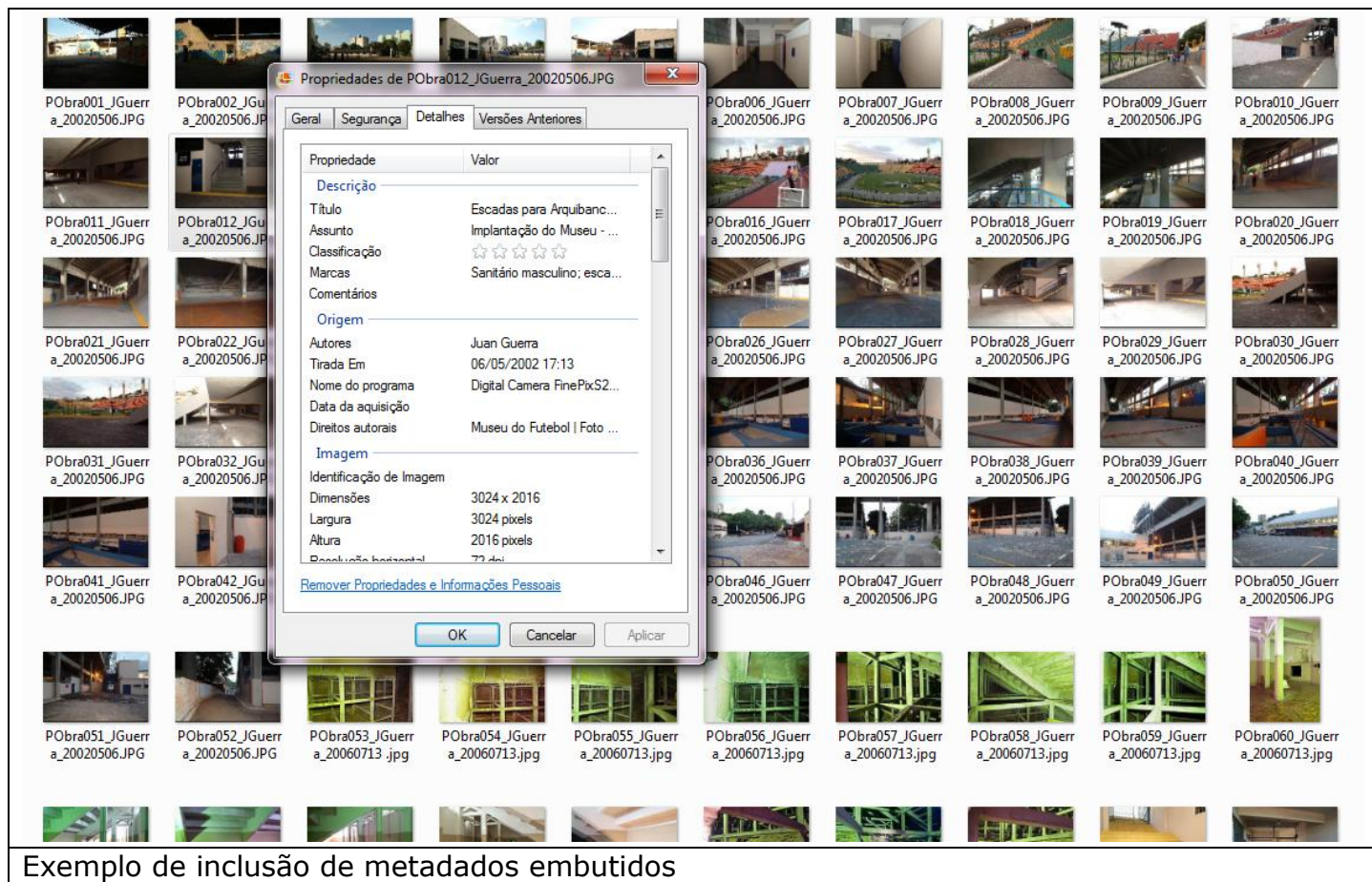
Para a realização do trabalho, foram avaliados aproximadamente 60 mil arquivos digitais. Além da avaliação e triagem de arquivos, foi realizada a renomeação dos mesmos, bem como a inclusão de metadados embudados – que ajuda tanto na busca dos arquivos na rede, quanto na cadeia de informações reproduzida através do compartilhamento desses arquivos com terceiros e na própria internet.

A partir de 2019, as ações e atualizações relativas à memória institucional, que é um trabalho contínuo e inerente aos processos da instituição, serão relatadas nas “Rotinas e Obrigações”. Vale dizer que, nesses processos, a catalogação e disponibilização através do banco de dados também está em perspectiva.

Segue abaixo exemplos da estruturação do Banco de Mídias.

 ELD_GA001_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA002_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA003_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA004_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA005_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA006_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA007_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA008_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA009_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA010_RFr nco_20090217.jpg
 ELD_GA011_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA012_RFr nco_20090303.jpg	 ELD_GA013_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA014_LBog ado_20090929.jpg	 ELD_GA015_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA016_LBog ado_20090928.JPG G	 ELD_GA017_LBog ado_20090928 .JPG	 ELD_GA018_LBog ado_20090928.JPG G	 ELD_GA019_LBog ado_20090928.JPG G	 ELD_GA020_LBog ado_20090928 .JPG
 ELD_GA021_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA022_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA023_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA024_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA025_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA026_LBog ado_20090929.JPG G	 ELD_GA027_RFr nco_20090217 .jpg	 ELD_GA028_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA029_RFr nco_20090217.jpg	 ELD_GA030_RFr nco_20090217.jpg
 ELD_GA031_RFr nco_20090217.jpg									
 EXT_OLIMP001_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP002_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP003_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP004_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP005_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP006_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP007_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP008_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP009_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP010_P Uras_20160709.jp g
 EXT_OLIMP011_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP012_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP013_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP014_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP015_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP016_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP017_P Uras_20160709.jp g	 EXT_OLIMP018_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP019_P Uras_20160709 .jpg	 EXT_OLIMP020_P Uras_20160709 .jpg
 EXT_OLIMP021_P Uras_20160709 .jpg									

Exemplo de organização – exposição de longa duração e temporária



PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2018)

No 4º trimestre, foi dado início ao projeto de renovação da Exposição de Longa Duração, ação pendente do exercício 2017. Conforme pactuado, uma das ações foi a realização do "Seminário para a Renovação da Exposição de Longa Duração", que reuniu profissionais que atuaram na concepção e implantação do Museu e outros que se destacam dentro do campo da museologia atualmente, além de representantes da sociedade civil. Também foi realizada uma série de entrevistas com os colaboradores do Museu, que puderam apresentar suas opiniões e comentários sobre a exposição principal. O resultado desse trabalho foi consolidado no "Projeto Conceitual para a Renovação da Exposição do Museu do Futebol". Ainda como parte deste processo foi constituído o "Comitê de Acompanhamento do Projeto de Renovação da Exposição de Longa Duração do Museu do Futebol".

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
15	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute	15.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	1
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
16	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	16.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes recebidos	1º Tri	58.000	66.456
					2º Tri	72.000	104.291
					3º Tri	75.000	119.299
					4º tri	67.000	91.317
					META ANUAL	272.000	381.363
					ICM%	100%	100%
17	(PEPC) Implantação de comitê curatorial para elaboração de projeto de renovação da exposição de longa duração (ação pendente do exercício de 2017)	17.1	Meta-Resultado	Comitê curatorial implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
18	(PEPC) Seminário com especialistas sobre o tema "Ciência do Esporte" (ação pendente do exercício de 2017)	18.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
19	(PEPC) Pré-projeto cenográfico e/ou de conteúdo e/ou tecnologia para a renovação da exposição – visando inscrição em Lei de Incentivo	19.1	Meta-Produto	Pré-projeto elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%

DETALHAMENTO E ANEXO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação15: Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute

Comentário da mensuração 15.1: Quantidade de exposições

A exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute foi criada no 2º trimestre, conforme informado no relatório do período.

Ação16: Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol

Comentário da mensuração 16.1: Número mínimo de visitantes recebidos

Como citado na nota 2.1 a conjugação de diversos fatores contribuiu para o aumento de público do Museu em 2018. No trimestre, destacando-se a exposição temporária “Clássico é Clássico e Vice-Versa”, que entrou em cartaz em 29 de setembro, seguindo até 3 de fevereiro de 2019; e, a realização de 20 eventos. Dentre os eventos, ressaltamos as atividades em comemoração aos dez anos do Museu, ações com boa repercussão de mídia espontânea, sem ônus para o contrato de gestão.

Ação17: Implantação de comitê curatorial para elaboração de projeto de renovação da exposição de longa duração (ação pendente do exercício de 2017)

Comentário da mensuração 17.1: Comitê curatorial implantado

Com o intuito de contribuir com o desenvolvimento do “Projeto de Renovação da Exposição de Longa Duração do Museu do Futebol”, foi constituído um comitê, que atuará junto à equipe do Museu no processo de elaboração e viabilização do referido projeto. O “Comitê de Acompanhamento do Projeto de Renovação da Exposição de Longa Duração do Museu do Futebol” é formado por pessoas das mais diversas áreas e será responsável, também, pela articulação com outras instituições e/ou profissionais que possam contribuir com a concepção ou viabilização do projeto e na sua formatação - para captação de recursos que viabilizem sua implantação. Abaixo, os profissionais que fazem parte deste comitê:

1. Ligia Ferreira, docente da Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP);
2. Aline Pellegrino, ex-jogadora e Coordenadora de Futebol Feminino da Federação Paulista de Futebol;
3. Claudio Lins de Vanscoceles, advogado e especialista em Direito Autoral;
4. Áurea Vieira, Gerente de Relações Internacionais do SESC-SP;
5. Sheila Walbe Ornstein, arquiteta e docente da Universidade de São Paulo (USP);
6. Ruy Castro, escritor e jornalista;
7. Mauro Silva, ex-jogador da Seleção Brasileira, campeão do mundo na Copa de 1994.

Ação 18: Seminário com especialistas sobre o tema "Ciência do Esporte" (ação pendente do exercício de 2017)

Comentário da mensuração 18.1: Quantidade de eventos realizados

Ao completar dez anos, em 2018, o Museu do Futebol iniciou uma série de ações, com o intuito de repensar a sua exposição de longa duração. Esse processo teve início a partir da escuta dos colaboradores do Museu; dos profissionais que atuaram em sua criação e de outros que se destacam dentro do campo da museologia atualmente; e, de representantes da sociedade civil, que participam da cultura do futebol.

Como parte deste processo, foi realizado, no dia 11 de dezembro de 2018, o "Seminário para a Renovação da Exposição de Longa Duração", momento em que os convidados(as) puderam debater e apresentar suas percepções sobre a exposição atual e as possibilidades para uma nova proposta conceitual, que servirá de referência para o desenvolvimento da nova exposição de longa duração do Museu.

Salientamos que, conforme acordado em reunião no dia 30 de novembro de 2018 e formalizado por meio do Ofício DE_028/18, de 06 de dezembro de 2018, a realização do "Seminário para a Renovação da Exposição de Longa Duração" atende a meta 18 do Plano de Trabalho 2018 do Museu do Futebol, em substituição ao "Seminário com Especialistas sobre o Tema "Ciência e Esporte".



Imagens do seminário

"Estamos num momento de fazer uma revisão da exposição de longa duração. Não que essa exposição tenha se mantido inalterada durante os dez anos, porque outras inserções já foram feitas, como o reconhecimento da trajetória da mulher no esporte do futebol. Isso já está aqui nessa exposição, mas é sempre bom fazer uma revisitação do tema. Então, esse trabalho de abrir ao público já é uma prática bastante saudável desse Museu".

Regina Ponte, Coordenadora da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM)

"Reforçar essa vocação do Museu como ferramenta de educação, eu acho que é sempre um desafio. Quando a gente se depara com os números, a gente vê que o atinge, sim, um público que vai além do público de torcedor, mas ainda é muito ligado ao público ligado ao futebol. (...) E isso nos provoca a pensar sobre a temática e como é que a gente vai trabalhar essa temática para os próximos dez anos. Como que a gente efetivamente vai conseguir dialogar com outros públicos? E esse grupo e todos os outros que vierem pela frente são muito bem-vindos para a gente ouvir, para a gente debater, para a gente, juntos, construir essa narrativa".

Deca Farroco, Gerente de Patrimônio e Cultura da Fundação Roberto Marinho

Ação19: Pré-projeto cenográfico e/ou de conteúdo e/ou tecnologia para a renovação da exposição – visando inscrição em Lei de Incentivo

Comentário da mensuração 19.1: Pré-projeto elaborado

Conforme acordado em reunião no dia 30 de novembro de 2018 e formalizado por meio do Ofício DE_028/18, de 6 de dezembro de 2018, a realização do “Projeto Conceitual para a Renovação da Exposição”, atende a meta 19 do Plano de Trabalho 2018 do Museu do Futebol, em substituição ao “Pré-Projeto cenográfico e/ou de conteúdo e/ou de tecnologia para a renovação da exposição – visando inscrição em Lei de Incentivo”.

Anexo II – Projeto Conceitual de Renovação da Exposição de Longa Duração do Museu do Futebol

PROGRAMA EDUCATIVO (2018)

No 4º trimestre de 2018, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 12.108 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. Do total de atendimentos do Educativo, 80% do público (9.629 visitantes) foram oriundos de visitas educativas agendadas.

Como resultados do projeto educativo “Deficiente Residente”, foram desenvolvidos dois vídeos em Libras (Língua Brasileira de Sinais), com o objetivo de apresentar o Museu como um espaço acessível também aos surdos; e o terceiro volume da série “Museu do Futebol para Todos”, uma cartilha de visitação, desta vez em formato de história em quadrinhos, em Libras e em português.

Neste período, o Educativo realizou também duas ações extramuros, em um abrigo que recebe crianças em situação de abandono e vulnerabilidade social. A pesquisa de perfil e satisfação (modelo SEC) confirmou a excelência do atendimento dos estudantes e professores nas visitas mediadas pela equipe de educadores.

Engajamento	Perfil	Capacidade de Atendimento	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo educativo no 4º.Trimestre/2018
Visitas agendadas	Público Escolar	7.239	6.712	93%	55%
Visitas agendadas	Público Específico	7.921	2.917	37%	25%
Engajamento	Perfil	Perspectiva de Atendimento	Total realizado	% de realização	-
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Estádio do Pacaembu e ao Museu	Público Espontâneo	> = 300	816	100%	7%
Atividades educativas aos finais de semana/feriados	Público Espontâneo	> = 520	1006	100%	8%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Museu	Público Espontâneo	> = 144	657	100%	5%
Total de público atendido pelo Núcleo Educativo			12.108	-	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
22	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-resultado	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo de 37% da capacidade de atendimento de 36.192 vagas)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º Tri	1.100	2.933
					2º Tri	5.500	8.815
					3º Tri	5.500	7.721
					4º tri	2.500	6.712
					META ANUAL	14.600	26.181
ICM%	100%	100%					
23	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: surdos	23.1	Meta-produto	Número de novas atividades/roteiros criados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	3	3
					META ANUAL	3	3
ICM%	100%	100%					
24	(PE) Visitas educativas para público específico	24.1	Meta-resultado	Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	2.600	2.880
					2º trimestre	3.100	2.969
					3º trimestre	3.100	4.264
					4º trimestre	1.800	2.917
					META ANUAL	10.600	13.030
					ICM %	100%	100%
25	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, etc.)	25.1	Meta-produto	Quantidade de ações extramuros realizadas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	-	-
					2º trimestre	2	2
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	2	2
					META ANUAL	4	4
					ICM %	100%	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
26	(PE) Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar - modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação	26.1	Meta-produto	Número de pesquisas realizadas	1º trimestre	-	-
					2º trimestre	1	1
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	1	1
					META ANUAL	2	2
					ICM %	100%	100%
					ICM %	100%	100%
		26.2	Meta-resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º trimestre	-	-
					2º trimestre	>= 80%	98,77%
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	>= 80%	99,44%
					META ANUAL	>= 80%	99,11%
					ICM %	100%	100%
					ICM %	100%	100%
27	(PE) Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu	27.1	Meta-produto	Número de visitas oferecidas	1º trimestre	20	29
					2º trimestre	20	26
					3º trimestre	20	28
					4º trimestre	20	38
					META ANUAL	80	121
					ICM %	100%	151%
					ICM %	100%	151%
		27.2	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes	1º trimestre	300	546
					2º trimestre	300	700
					3º trimestre	300	658
					4º trimestre	300	816
					META ANUAL	1.200	2.720
					ICM %	100%	100%
					ICM %	100%	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
28	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	28.1	Meta-produto	Quantidade de atividades oferecidas	1º trimestre	26	49
					2º trimestre	26	33
					3º trimestre	26	42
					4º trimestre	26	37
					META ANUAL	104	161
					ICM %	100%	155%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		28.2	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	1º trimestre	520	1.112
					2º trimestre	520	956
					3º trimestre	520	1.534
					4º trimestre	520	1.006
					META ANUAL	2.080	4.608
					ICM %	100%	100%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
29	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	29.1	Meta-produto	Número mínimo de visitas	1º trimestre	24	30
					2º trimestre	24	25
					3º trimestre	24	40
					4º trimestre	24	46
					META ANUAL	96	141
					ICM %	100%	100%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		29.2	Meta-resultado	Número mínimo de público atendido	1º trimestre	144	370
					2º trimestre	144	350
					3º trimestre	144	886
					4º trimestre	144	657
					META ANUAL	576	2.263
					ICM %	100%	100%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
30	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	30.1	Meta-produto	Número de encontros (4h/cada)	1º trimestre	2	4
					2º trimestre	-	-
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	-	-
					META ANUAL	2	4
					ICM %	100%	200%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	20	69			
		2º trimestre	-	-			
		3º trimestre	-	-			
		4º trimestre	-	-			
		META ANUAL	20	69			
		ICM %	100%	100%			

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 22: Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Justificativa da mensuração 22.1: Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas

A meta estabelecia um mínimo de atendimento a estudantes, de modo que a sua superação é desejada. O resultado do ano é fruto das parcerias com a Secretaria Estadual de Educação e Fundação para o Desenvolvimento da Educação, além do aumento da equipe em dois educadores entre maio e dezembro. Ao longo de todo ano de 2018, os alunos oriundos de escolas públicas compuseram mais de 56% do total de público atendido pelo Educativo em visitas mediadas agendadas, totalizando 22.094 visitantes. Os alunos oriundos de escolas particulares e universidades compõem pouco mais de 10% do total de público atendido pelo Educativo em visitas mediadas agendadas, totalizando 4.087 visitantes. Não houve impacto orçamentário, uma vez que a contratação destes educadores temporários se deu com verba incentivada por patrocínio.

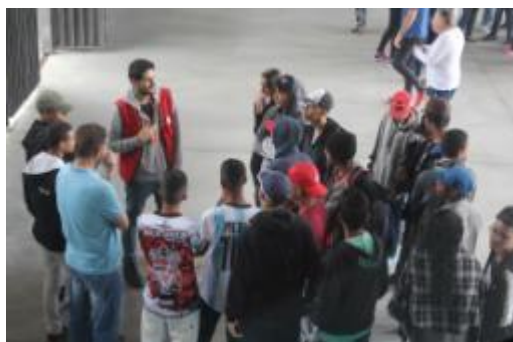
Tabela 1. Demonstração de vagas disponibilizadas (público escolar)

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)				
Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
22	7.239	7.239	6.712	93%

* público atendido

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)					
Ação 22	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Outubro	1561	1447	134	29	3.171
Novembro	1085	1.195	132	42	2.454
Dezembro	574	463	0	50	1.087
Total realizado	3.220	3.105	266	121	6.712
Resultado Realizado	6.712				
Resultado mínimo previsto	2.500				
ICM (trimestre)	268%				



Os educadores Jamil Neto e Leandro Watanabe realizam visita com grupo escolar

Ação 23: Projeto Deficiente Residente – 2º temporada: surdos

Comentário da mensuração 23.1: Número de novas atividades/roteiros criados O projeto Deficiente Residente

✓ Breve retrospecto

Em continuidade à 2ª temporada do projeto educativo *Deficiente Residente*, o Núcleo Educativo trabalhou neste ano com foco na surdez. Esta edição recupera alguns aprendizados já vivenciados em 2012, quando da primeira temporada, ao revisitar a surdez. Com uma equipe renovada e diferente daquela de 2012, a edição de 2018 acabou por servir de introdução para os educadores e orientadores a respeito do universo surdo.

A primeira sensibilização neste caminho ocorreu com a palestra de Sueli Ramalho, a convite do Núcleo, em 03 de maio. Surda de nascença e oriunda de uma família surda, Sueli foi o pontapé inicial do projeto ao compartilhar com a equipe do Museu os desafios da pessoa surda em um mundo ouvinte e desconhecedor de Libras.



Sueli Ramalho leciona palestra para a equipe do museu sobre os desafios da surdez

Como professora universitária de Letras (Português-Libras), Sueli foi a ponte essencial para a indicação de um residente surdo. O perfil requerido para tanto era de uma pessoa surda que não dominasse a leitura labial, de modo a gerar para a equipe o desafio da comunicação gestual universal e, posteriormente, o conhecimento de Libras. Com base neste perfil, Sueli indicou o seu aluno Fernando Emerson de Araújo Costa.

✓ O residente

Fernando Emerson tem 25 anos e é surdo desde os quatro, quando acometido de uma grave febre. Tem como seus principais hobbies a cultura, em geral, sendo frequentador de museus, teatros e cinema. Atua como instrutor de Libras em trabalhos temporários. Além disso, participa constantemente de batalhas de poesias para surdos e ouvintes, chamadas *Slam do Corpo*, das quais já foi campeão de algumas edições. Morador do Butantã, Fernando se declara são-paulino por influência de seu pai.

Desde o início, Fernando mostrou-se muito aberto para a comunicação, seja ela em Libras ou mesmo em gestos. Sempre ressaltou a importância da visualidade para o surdo de modo que o que é percebido pelos olhos é absorvido como informação. Nesse sentido, o desafio com Fernando se deu no âmbito de pensar em um espaço acessível ao surdo e também ao ouvinte. Para tanto, houve uma via de mão dupla na sua convivência com a equipe, de maneira que o conhecimento do mundo ouvinte também fez parte de sua jornada com a equipe do Museu.

✓ A residência

Iniciada em 12/06/2018, a residência teve como planejamento inicial a duração de cinco meses. No entanto, o desenvolvimento dos trabalhos e a convivência com Fernando imprimiu outra velocidade ao projeto. Com a necessidade de estruturar os videolibras para o Museu, acabamos por estender o contrato de Fernando em mais um mês. Sua residência, no total, durou seis meses e foi estruturada da seguinte forma:

- Dias da semana: terças e quintas-feiras;
- Horário: das 10h às 16h;
- Terças com a equipe de Orientação;
- Quintas com a equipe de Educação.

A rotina de Fernando com a equipe foi a mais diversificada possível. Após uma rodada de apresentações, em um primeiro momento, Fernando passou a conhecer o trabalho da equipe de Orientação, ficando nos postos de atendimento dos orientadores e realizando o atendimento conjuntamente com a equipe. Já com os educadores, sua rotina teve início com discussões sobre como mediar o conteúdo do acervo de forma acessível ao público surdo.

Aos poucos, Fernando começou a trazer conteúdos em Libras, partindo da temática da Copa do Mundo, em plena efervescência, com uma cartilha com os nomes dos países em Libras. Em paralelo a isso, passou a trabalhar o alfabeto em Libras e os numerais, juntamente com a equipe de educadores e orientadores.

Em um segundo momento, após ter conhecido os postos de trabalho dos orientadores, Fernando passou a trazer dicas e sinais em Libras que pudessem ser úteis aos orientadores em seus respectivos postos. Já com os educadores, trabalhou a linguagem corporal e o desenvolvimento de expressões faciais. O pressuposto disso estava na ideia de que, para a comunicação com o surdo, fosse possível utilizar de outros recursos comunicacionais, como o próprio corpo, por exemplo, além da Libras.

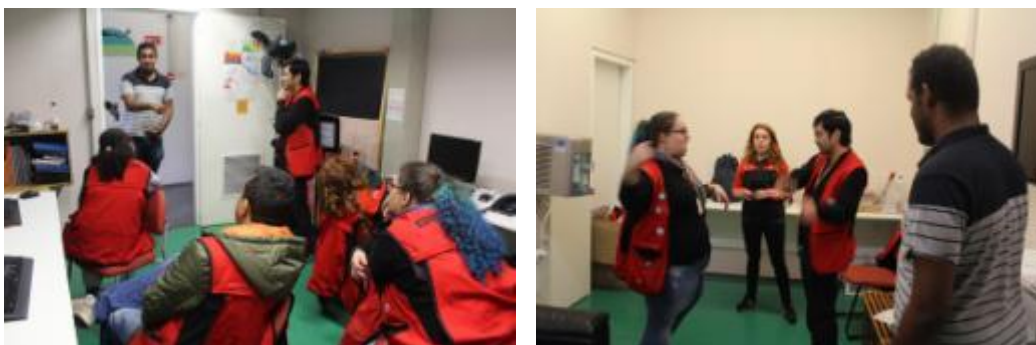


O residente Fernando Emerson com a equipe de orientadores

Já em um terceiro momento, Fernando trabalhou com a equipe de orientadores informações básicas sobre as salas; e, também, dicas de como atender um visitante surdo, caso ele passe mal no espaço expositivo. Em paralelo a isso, Fernando seguiu trazendo conteúdos em Libras para educadores e orientadores.

Em meados de julho, demos início aos estudos sobre a cartilha que seria desenvolvida e à estruturação do que seria o videolibras. Assim sendo, foram criados dois grupos de trabalho: um focado para o vídeo e outro focado para a cartilha.

Associadamente a isso, Fernando seguiu trabalhando com educadores e orientadores trazendo aspectos da cultura surda e, principalmente, utilizando dinâmicas e jogos para o aprendizado de Libras. Tal metodologia lúdica mostrou o esforço do residente em apresentar a Libras com leveza e tranquilidade para a equipe. O atendimento ao público no espaço expositivo e pesquisas sobre a cultura surda passaram a ser recorrentes no cotidiano do residente.



O residente Fernando Emerson com a equipe de educadores

As impressões da convivência com Fernando foram registradas em relatórios pela equipe de educadores.

Em seus relatos, a equipe aponta para as dificuldades relacionadas à transposição do português para Libras, ainda que contando com a possibilidade de se utilizar a linguagem corporal para tanto. Aponta também a preocupação de Fernando com salas escuras, o que dificulta a visualização da comunicação para visitantes surdos. Além disso, no que diz respeito à ergonomia, Fernando trouxe sugestões de ampliar a vibração das salas que trazem essa proposta, como é o caso da sala Rito de Passagem e Exaltação. A equipe ressalta ainda as principais palavras ensinadas por Fernando, tais como "Pelé", "Neymar", "Taça", "Estádio", "Campo", "Arquibancada".

Destacamos abaixo alguns relatórios desenvolvidos pela equipe de educadores nos quais são apontadas as questões acima.

✓ Relatórios

Data: 14/06/2018

Nome (s): Cláudia Stocco, Diego Sales, Leandro Watanabe e Laís de Oliveira

Residente: Fernando Emerson

Local: espaço expositivo do Museu e lounge

Redator: Cláudia Stocco

Perguntas norteadoras para realização do relatório: qual foi a dinâmica do dia? Como foi a dinâmica do dia? Quais foram os aprendizados do dia? Quais são as palavras-chave?

O primeiro encontro com o residente Fernando, aconteceu no dia 14. Após uma breve apresentação entre os educadores e o residente, foi decidido fazer um percurso até a metade do Museu, com o intuito de levantar algumas observações e possibilidades de sinais para aplicar com grupos de surdos.

Alguns destaques importantes que ocorreram durante a visita foram as sugestões de lugares estratégicos [para fazer Libras] nas salas escuras e pontos sensoriais, como as laterais de ferro do Rito de Passagem, sinais em Libras específicos para sala – nome de jogadores, seleções, times nacionais, entre outros – e sobre variados tipos de surdos que podem visitar o Museu, com diferentes idades e compreensão da língua de sinais e da língua portuguesa, no que pode influenciar na sua mediação.

Depois dessa visita, todos os educadores se encontraram com o Fernando no lounge, para uma conversa mais detalhada sobre a vida pessoal do residente e de como seria desenvolvido o projeto. Na conversa, Fernando já apresentou algumas configurações de mãos e deu sinais em Libras, que representam o nome para alguns educadores que não possuíam.

Palavras-chave: surdo, níveis, sinais.

Data: 28/06/2018

Nome / Redator: Lais de Oliveira

Local: espaço expositivo

Residente: Fernando Emerson (Surdez)

Perguntas norteadoras para realização do relatório: Qual foi a dinâmica do dia? Como foi a dinâmica do dia? Quais foram os aprendizados do dia? Quais são as palavras-chave?

Nesta quinta-feira, o residente Fernando Emerson e eu realizamos uma visita pelo espaço expositivo do Museu para que ele me ensinasse a linguagem brasileira de sinais (LIBRAS), visando o atendimento do público espontâneo surdo.

Começamos com sinais básicos de abordagem e atendimento, como dar boas vindas e explicar que lugar é este em que estamos localizados. No início da conversa, o Fernando perguntou como eu tinha conhecimento da LIBRAS; respondi que já tinha visto em outros lugares e aprendi alguns sinais. Fomos para a sala da Grande Área e ele mostrou alguns sinais para identificar os principais pontos do Estádio do Pacaembu. Em um primeiro momento, entendi que deveria seguir uma ordem. Porém, não há necessidade de estabelecer uma única ordem, podemos falar do nosso jeito, desde que fique claro pra pessoa surda do que estamos falando.

Chegando na sala dos Anjos Barrocos, ele explicou sobre a luminosidade das salas e quais seriam os pontos de luz mais adequados para conversar com o público. Conforme ele me ensinava novos sinais, tentava repeti-los para memorizar. A cada novo sinal, o residente perguntava se eu estava entendendo; e, informava que poderia usar outras formas de me

comunicar com público. O mesmo aconteceu na sala da Exaltação; perguntei se seria válido sinalizar que, ao colocar a mão no totem da Exaltação, seria possível sentir a vibração. Ele me respondeu que poderia dizer, mas a vibração do totem é muito fraca.

Na sala das Origens, ele ensinou como explicar a diferença de tempo e o início do futebol para os surdos, quando tentei explicar com as LIBRAS, ele entrevistou e disse que eu poderia fazer uma interpretação para contar a história, pois isso deixaria mais fácil para o público visualizar o que aconteceu na história. No final da visita, ficamos na Sala das Copas, onde ele me explicou que não preciso contar toda a história das Copas, que devo destacar os acontecimentos mais importantes.

Por se tratar de um novo idioma, e uma linguagem diferente, compreendo que a Libras é uma forma magnífica de se comunicar, e que necessita de dedicação e atenção, até mesmo com a própria postura, pois pode-se perder o contexto do que se está falando, quando não se apresenta uma expressão facial ou quando se tem alguma distração.

Data: 05/07/2018

Nome (s): Angélica Angelo, Julia Paccanaro Rosa, Rodrigo Luzzi

Residente: Fernando Emerson

Local: lounge

Redator: Júlia Paccanaro Rosa

Perguntas norteadoras para realização do relatório: qual foi a dinâmica do dia? Como foi a dinâmica do dia? Quais foram os aprendizados do dia? Quais são as palavras-chave?

Neste dia, Fernando ensinou aos educadores ouvintes o alfabeto e os numerais em Libras, com auxílio de uma tabela que entregou a cada um. Fernando era o primeiro a fazer cada sinal e então os demais educadores o reproduziam, sendo corrigidos por Fernando quando necessário.

Em seguida, o residente pediu para que cada educador fizesse o sinal de uma letra, em ordem, até completar o alfabeto duas vezes, de modo a auxiliar a fixação deste conteúdo; e então, pediu que cada um dissesse seu nome e seu sinal.

Fernando se utilizou de um baralho em que cada carta contém uma configuração de mão diferente para propor uma brincadeira: cada educador recebia uma carta e tentava lembrar o maior número de palavras que podem ser ditas a partir daquele sinal.

Angélica contou sobre as dificuldades que sentiu ao receber uma turma de alunos que tinha apenas um surdo e Fernando aproveitou para aconselhar que quando possível, façamos uma visita bastante lúdica ao mediarmos para crianças surdas, e, que nos utilizemos de imagens correspondentes a sinais relevantes, como por exemplo, ao fazer o sinal de algum time, mostrar seu escudo. Explicou também que é necessário ter sensibilidade para perceber o nível

de entendimento que cada surdo tem e nivelar a mediação com seu entendimento.

Ao término da atividade, Fernando acompanhou os demais educadores até a porta do estádio, onde aconteceria o jogo de futebol de amputados, e, uma vez que havia outras pessoas surdas e uma intérprete, foi uma oportunidade de utilizar o que haviam acabado de aprender em breves conversas.

Palavras-chave: alfabeto; numerais; sinais; aprendizado.

Data: 19/07/2018

Nome (s): Angélica dos Santos Angelo

Residente: Fernando Emerson

Local: lounge

Redator: Angélica

Hoje, o Fernando nos mostrou imagens com expressões faciais e pediu para que as imitássemos. Na sequência, ele solicitou que, a partir de algumas imagens, contássemos uma história usando expressões faciais e corporais. Apesar de parecer algo simples, na prática, este foi um bom exercício para explorar outras formas da comunicação.

Tentei contar a origem da palavra torcedor e pontuar as diferenças entre as vestimentas utilizadas no passado e no contexto atual. Uma das principais dificuldades encontradas foi que o Fernando pediu a simulação da mediação para um público infantil e com isso foi ainda mais necessário o uso das expressões.

OBSERVAÇÃO: Como crianças pequenas devem não ter tido contato com Libras, o uso da expressão corporal é essencial para que ocorra a comunicação.

O Fernando pontuou que os adultos conseguem entender melhor os nossos gestos, mas que o ideal é mudarmos de estratégia conforme o público, para que todos possam nos entender. Ele salientou que é importante o uso das imagens na mediação, pois os surdos são muito visuais. A Débora e a Laís também contaram histórias e foi interessante observar o gestual das meninas, pois por meio da observação é possível analisar como o nosso corpo fala e como cada expressão pode ser interpretada.

✓ Fechamento

Tanto com a equipe de educadores e orientadores, o fechamento do projeto se deu em uma reunião com as equipes na qual Fernando trouxe uma avaliação geral do comprometimento da equipe com as propostas trazidas por ele. Pontuou também o fato do Museu estar acessível no atendimento às pessoas surdas. Agradeceu muito a oportunidade que lhe foi dada aqui no Museu.



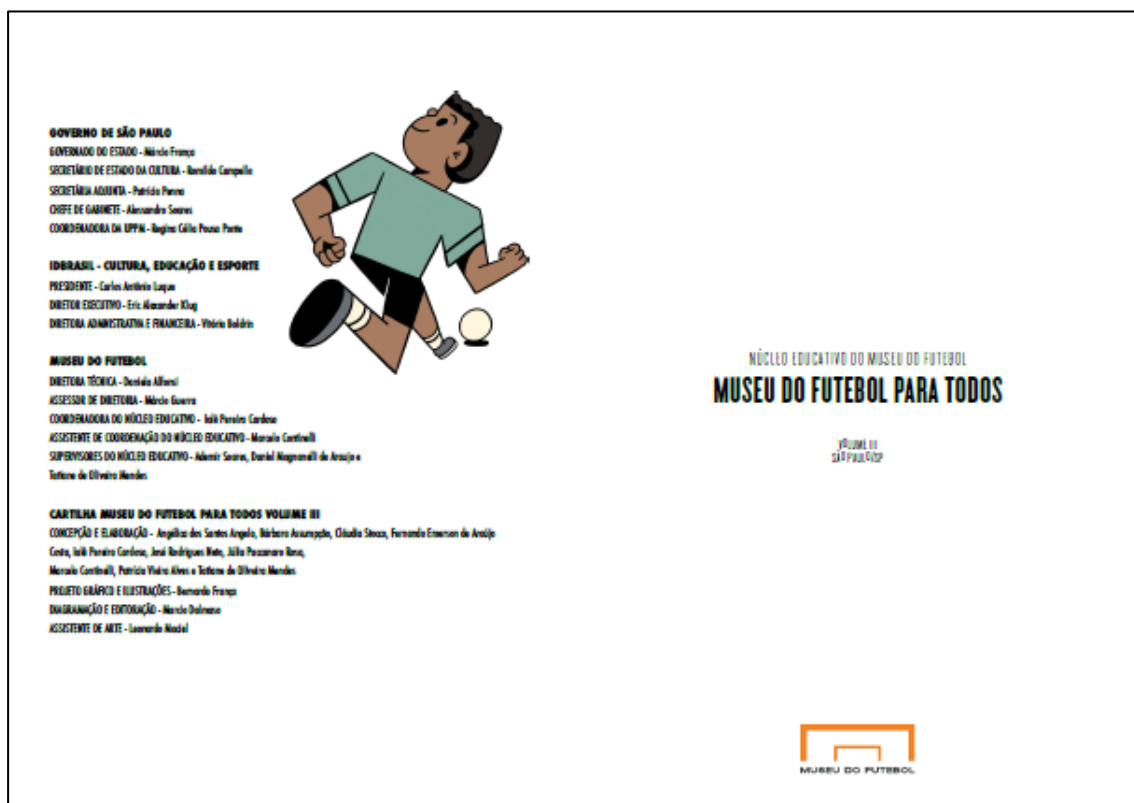
O residente Fernando Emerson durante fechamento com a equipe de educadores

Museu do Futebol para Todos – volume 3

Como um dos resultados da residência do Fernando no Educativo, demos seguimento à série “Museu do Futebol para Todos”. No ano anterior, com a residente Estela, a proposta da cartilha era apresentar o Museu para pessoas com deficiência intelectual, incluindo a Síndrome de Down. Para este ano, seguimos com a mesma proposta. Desta vez, a ideia é apresentar o Museu para o público surdo. Para tanto, sabendo da importância da visualidade para o surdo, optamos por desenvolver esta cartilha em formato de história em quadrinhos, algo inédito nas produções do Educativo.

Com o formato de HQ, transformamos nosso residente em um personagem que realiza uma visita ao Museu. Com isso, pudemos trazer a Libras junto com o português e oferecer um material acessível para o público surdo, ao mesmo tempo em que o público ouvinte também pode desfrutar desse material e, inclusive, aprender alguns sinais em Libras disponíveis na cartilha.

Abaixo a cartilha diagramada:



ALFABETO E NUMERAIS EM LIBRAS



APRESENTAÇÃO





MUSEU DO FUTEBOL

Localizada numa área de 6.900 m² no eixo das ampliações, na entrada principal de um dos mais antigos estádios brasileiros, o Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho - o Pacembu, foi inaugurado em 29 de setembro de 2008 e é um dos museus mais visitados de país.

Concebido e realizado pela Fundação Roberto Marinho, pela Prefeitura de São Paulo e pelo Governo do Estado, tem como missão investigar, preservar e comunicar o futebol como expressão cultural no Brasil, em diálogo com todos os públicos, para investigar e inspirar ideias sobre futebol. É um museu, portanto, aberto ao convívio de todos os públicos, amando ao ato de esporte mais popular do planeta.

Apresenta ao público uma exposição principal, distribuída em 15 salas temáticas, que narra de forma lúdica e interativa, como o futebol chegou ao Brasil

e se tornou parte da nossa história e nossa cultura. Cria e desenvolve exposições temporárias, itinerantes e diversificada programação cultural.

O Museu tem como um de seus pilares a acessibilidade e o inclusão. Foi o primeiro museu do Secretariado de Cultura do Estado de São Paulo, e também do fundador Roberto Marinho, planejado para ser totalmente acessível, disposto de recursos variados, tanto de acessibilidade física (rampas rolantes, elevadores, piso tátil), codificação de cores quanto de acessibilidade comunicacional (audioguia em inglês, espanhol e para surdos, maquetes táteis, materiais sensoriais etc.).

O Museu busca e mantém o aprimoramento e adaptação de sua exposição, conteúdos, linguagens e, principalmente, o atendimento humano e aberto às diferenças.

PAMF PROGRAMA DE ACESSIBILIDADE DO MUSEU DO FUTEBOL

Para nós, acessibilidade é garantir que o maior número de pessoas, independentemente de suas condições físicas, sensoriais e intelectuais, possam viver sua experiência no Museu do Futebol.

Para isso, temos o Programa de Acessibilidade que conta com recursos físicos e comunicacionais, além de profissionais qualificados para atender aos mais diferentes públicos: brasileiros e estrangeiros, de diversas idades, sociais, pessoas com deficiência física, intelectual e múltipla deficiência, crianças, jovens, idosos e idosos.

Na nossa exposição principal, há espaços táteis, audioguia e outros para que ninguém fique de fora de aprender e viver.

É, para ampliar e incluir diferentes perfis de público, a Núcleo Educativo do Museu do Futebol desenvolve estratégias pedagógicas acessíveis que trabalham com o senso comum, facilitando e expandindo o entendimento e o diálogo com todos.

Para conhecer nosso Programa de Acessibilidade, visite um e-mail para educ@mfutebol.org.br e queira uma visita tátil.

PROJETO DEFICIENTE RESIDENTE

Idealizado e desenvolvido pela Núcleo Educativo do Museu desde 2010, o projeto tem como foco a inclusão de pessoas com deficiência visando atuar no nível comportamental, transformando e qualificando o atendimento ao visitante.

O projeto consiste na residência planejada e monitorada de pessoas com deficiência dentro do Museu durante um período determinado. A convivência com os residentes resulta na transformação atitudinal da equipe, criação e desenvolvimento de adaptações, estratégias e de recursos lúdico-pedagógicos acessíveis, tais como oficinas e jogos educativos orientados ao público.

A experiência criada foi também compartilhada em artigos, num vídeo-documentário e em ações de formação para educadores.

Em reconhecimento ao seu caráter inovador e transformador, o projeto recebeu, em 2012, o Prêmio Darcy Ribeiro, conferido pelo MEC; em 2013, o II Prêmio Internacional de Educação em Museus - sendo o único projeto brasileiro laureado; e, em 2014, foi finalista na categoria governamental do IV Prêmio de Ações Inclusivas para Pessoas com Deficiência, promovido pelo Secretário de Estado dos Direitos da Pessoa com Deficiência de São Paulo.



- 1. ACESSÍVEL
- 2. SALA DE EXPOSIÇÃO DE TEMPORÁRIAS
- 3. BILHETERIA DO MUSEU
- 4. PAINEL 1914: O esporte mudou de continente e foi trazido do México ao Brasil por Prince Charles Wilson
- 5. VISITA À ARQUITETURA DO ESTÁDIO E DO MUSEU e sua localização em uma cidade supercongestionada
- 6. CAFE: Educação e História respondendo em tátil
- 7. SINAIS
- 8. LUGA
- 9. CAFE: RESTAURANTE
- 10. GRANDE ÁREA: Uma sala de leitura e reprodução fotográfica de imagens que narra a história do futebol
- 11. BAIXADA DO DESEMPREGO: As bases visuais acessíveis pelo "o tátil do trabalho"
- 12. PR. M. SOLA: Toque e olfato com pé de uma criança. Olhar, sentir e tocar através do "toque tátil" que facilita e produzindo novas conexões
- 13. A LUZ BARROCO: Crianças, que interagem e tátil com o jogo, podem usar como referência para o futebol
- 14. SOLA: Qual é o seu nível de conhecimento que você tem sobre o futebol? Descubra o nível de 20 perguntas sobre o futebol
- 15. MUSEU: Uma homenagem aos jogadores brasileiros que, pela ordem de idade, criaram o conceito do futebol
- 16. EDUCADOR: O encontro das histórias, histórias de quem tátil, histórias de quem tátil, histórias de quem tátil
- 17. CRIANÇA DO MUNDO: Uma homenagem aos jogadores brasileiros que, pela ordem de idade, criaram o conceito do futebol
- 18. CRIANÇA DO MUNDO: Uma homenagem aos jogadores brasileiros que, pela ordem de idade, criaram o conceito do futebol
- 19. CRIANÇA DO MUNDO: Uma homenagem aos jogadores brasileiros que, pela ordem de idade, criaram o conceito do futebol
- 20. CRIANÇA DO MUNDO: Uma homenagem aos jogadores brasileiros que, pela ordem de idade, criaram o conceito do futebol

Muito Além do Futebol em Libras

Como parte integrante de um museu acessível, o videolibras era, até então, uma deficiência do Museu do Futebol. Contando com um residente surdo, a produção de um videolibras foi um dos objetivos centrais do projeto, de modo a oferecer ao público surdo um instrumento convidativo e acessível em Libras.

✓ Visitas técnicas

Partindo do roteiro inicial, desenvolvido para o vídeo "Muito Além do Futebol", publicado na ocasião da Semana de Museus neste ano, formou-se um grupo de trabalho que se dedicou, conjuntamente com Fernando, a adaptar o roteiro deste vídeo, de modo a trazer conteúdos relevantes para a comunidade surda e, claro, totalmente em Libras. Para tanto, foram realizadas algumas incursões em equipamentos culturais que já possuíam esta ferramenta para entender, juntamente com estas instituições, os aspectos fundamentais de um videolibras. Assim sendo, foram realizadas visitas técnicas no Catavento, Tomie Ohtake e Museu de Arte Moderna de São Paulo. Para cada visita foram elaborados relatórios, os quais seguem abaixo.

CATAVENTO

Data: 17/08/2018

Equipe: Daniel Magnanelli, Débora de Oliveira, Flávia Violim e Leandro Watanabe.

Perguntas para as visitas técnicas:

Qual o formato do videoguia? (hardwares específicos, tablets, QRCode etc)

- O aparelho é um celular android com capa lacrada e bateria extra (por isso o aparelho era mais grosso).
- Bateria tem autonomia de mais de 1 dia com 45% com carregamento via p2. O descanso de tela é ativado apenas com 30min de inatividade.
- Todos os vídeos eram gravados em cartão microsd, sem necessidade de wifi (catavento não possui acesso externo ao conteúdo do videoguia).
- Todos os aplicativos foram desativados e removidos da tela inicial, apenas o atalho para o VLC fica presente, assim que abre tem a lista com os vídeos com número de identificação e o título compondo eixo e obra.
- Os vídeos eram curtos, a maior parte não chegava a 1min mas alguns chegavam a 3 e 4min. Na minha opinião 2min é o máximo sem ser cansativo.

- Eram cerca de 28 vídeos totalizando 712mb. Codec h264 e formato mp4 sendo o maior vídeo com cerca de 68mb. Apesar de ter espaço interno de HD foram gravados em cartão.
- Formato HD 720x1080, não possui informação se era interlaced ou progressive (indiferente para vídeos sem muito movimento).
- Apenas uma observação, a educadora chegou a dizer que se houvesse sinal de internet aberta para os visitantes o QR Code seria uma boa opção e daria certa comodidade aos visitantes de usarem os seus próprios telefones celulares considerando que, pelo alto custo, eles têm apenas 3 aparelhos e não ficaria restrito a poucas pessoas.
- Neste suporte, o que observamos de componente externo, é o cordão que pode ser colocado ao redor do pescoço, isto, facilita a comunicação entre os surdos, deixando as mãos livres para uma interação com outros indivíduos.
- O tamanho do aparelho possibilita uma boa visualização da intérprete de Libras, porém, o tamanho da legenda em Língua Portuguesa era pequeno.
- Para o vídeo guia do Museu do Futebol, podemos pensar em uma legenda com uma fonte maior, mas que não se sobreponha a figura do surdo e da sua sinalização.

Quem produziu o videoguia? Houve alguma participação de pessoas surdas? Em caso de positivo, qual participação?

- Foi produzido por uma empresa vinculada à Dorina Nowill com participação de um deficiente auditivo na construção do roteiro. A Carol disse não estar presente quando projetaram o conteúdo. Pelo que disseram, qualquer modificação de conteúdo é bem burocrática e custosa.
- A pessoa que aparece no vídeo é uma intérprete, mas como o Leandro disse, na construção do roteiro, houve a participação de um deficiente auditivo.
- O hardware, manutenção e inserção de novos conteúdos são feitos pela Neocultura, que fica no Rio de Janeiro; possui um alto custo. Para abrir o equipamento e permitir que a instituição faça o gerenciamento dos conteúdos, a empresa cobra um valor alto de treinamento. O vídeo foi produzido por uma empresa que era vinculada à Dorina Nowill e que, durante o processo, deixou de existir, criando alguns problemas burocráticos na hora de realizar o pagamento do serviço.
- A empresa que produziu já foi citada, a intérprete era ouvinte e não existe o registro e também a identificação da pessoa surda no videoguia. Por uma questão de representação do público surdo e da sua língua como identidade, a presença do surdo

no desenvolvimento direto do videoguia é essencial para uma clareza no discurso em língua de sinais.

Qual o objetivo do videoguia para a instituição?

O objetivo é dar autonomia para o visitante espontâneo e auxiliar em caso de grupos para informações específicas, pois o Catavento não possui intérprete da casa. A Carol disse saber Libras, mas não consegue dar uma visita com essas informações específicas. Além de acessibilizar o acesso aos conteúdos do Museu, também vemos como uma forma de captar públicos diferentes para a visitação em um espaço expositivo.

Qual o conteúdo do videoguia? Introdução das salas, conteúdos específicos, mediação etc.

- Os vídeos tinham como conteúdo as informações específicas da obra, além de algumas curiosidades para mediação. Não eram todos os vídeos que possuíam mediação e somente alguns recortes da exposição possuíam videoguia. Tinham um foco maior em obras menos interativas.
- Os educadores e o responsável da área antes da Carol entrar no departamento montaram um roteiro onde haviam estímulos visuais e táteis e áreas bem interativas, então, não falam de todas as coisas, principalmente atrações que trabalham com a audição. Como citado acima, cada vídeo tem duração de 1 a 3 minutos e a maioria tem uma mediação, são poucos os que apenas relatam a sala.
- Optaram por fazer algumas referências com o cotidiano para associar ao conteúdo abordado, assim como fizemos em nosso audioguia. Ex: Meteorito tem cheiro de moeda. Os vídeos maiores traziam uma descrição e uma mediação; os vídeos menores, geralmente, traziam apenas uma descrição do experimento.
- A partir de um roteiro específico, construído pela equipe de educadores, o recorte na tradução em Libras traz conteúdos descritivos; outros, mediação e descrição. A intérprete utiliza-se de datilologia para termos específicos em ciência.

Qual a composição do videoguia (vídeo, legendas, áudio, vibração)? É filmado o acervo e imagens ou apenas o intérprete de Libras aparece?

- Vídeos sem som e sem vibração.
- A intérprete fica em fundo preto, com roupa preta e legenda separada na parte inferior da tela. Existe a possibilidade de desativar a função legenda (o próprio VLC possui sistema de reconhecimento de legenda em arquivo .srt, se tiver o mesmo nome do vídeo).

- Nenhuma outra imagem aparece.
- Iluminação direta com fresnel para destacar a intérprete.
- A intérprete utiliza Libras e sinais de uma forma bem calma e pausada.
- Disseram ter preferido a total neutralidade na imagem para não tirar a atenção de quem estivesse assistindo, porém os vídeos mais longos continham muita informação para ficar somente assistindo e não olhando para a obra.
- Quando perguntamos de vibrações eles até acharam uma boa ideia, pretendem também acrescentar uma ala de identificação na sala; serão aproximadamente 23 vídeos para dar autonomia total ao visitante. Hoje, para saber qual a sala com aquela mediação específica, é necessário perguntar a algum funcionário. Com esse novos vídeos, basta acessar o aplicativo. Perguntamos sobre colocar a imagem da sala nesses novos vídeos e eles também gostaram da ideia.
- O ritmo em que o conteúdo é passado pela intérprete favorece os diferentes níveis de compreensão em Libras, permitindo que um visitante surdo em formação consiga utilizar o recurso da legenda sem perder conteúdo.

O videoguia proporciona autonomia ao visitante surdo? Há necessidade de algum tipo de auxílio por parte dos funcionários?

- A maior parte da exposição possui textos explicativos. Pensaram no videoguia para tentar dar uma autonomia ao visitante deficiente, mas com um recorte de algumas obras em um percurso criado no roteiro. Disseram que ainda querem colocar identificação com ícones nas obras que possuem o videoguia, porém ainda não conseguiram fazer, então o visitante precisa identificar através do título do vídeo que possui eixo e obra.
- Os monitores / estagiários auxiliam os visitantes em relação à localização do experimento a que se refere o trecho do vídeo guia.

O acesso ao conteúdo do vídeo guia é restrito às áreas interna da instituição ou é público? Há um motivo para isso?

O videoguia é restrito aos três aparelhos que possuem; ao abrir o VLC os vídeos aparecem em lista para o visitante escolher. O aparelho possui senha de trava, porém os funcionários entregam o aparelho destravado com uma autonomia de 30 minutos de inatividade antes de travar novamente. Os arquivos ficam salvos em cartão microsd e não tem acesso via internet, pois o Catavento não possui wifi para o público.

Quanto tempo levou para todo o processo do vídeo guia até ficar pronto para uso? Qual foi o custo?

- Custo bem elevado e fora dos padrões. Disseram ter gasto R\$ 7.000,00 (sete mil reais) para a produção do conteúdo, sendo que, geralmente, para produção de vídeos simples assim, o custo gira em torno de R\$ 3.500,00 (três mil e quinhentos reais), pois não há nada de mais, apenas uma intérprete com câmera estática, fundo neutro e uma legenda. A empresa vincula o produto às atualizações e qualquer modificação de conteúdo precisa ser feita de forma burocrática.
- Eles também disseram que cada aparelho custou cerca de R\$ 4.500 (quatro mil e quinhentos reais), por esse motivo existem apenas três.
- Da produção ao uso do videoguia, todo o processo durou aproximadamente 1 ano.

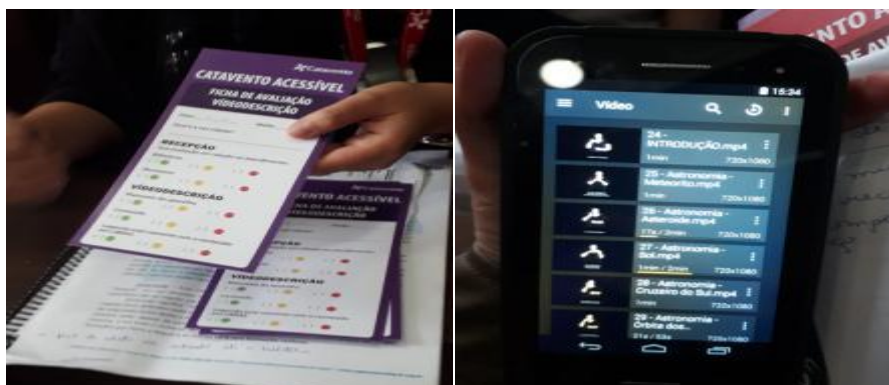
Quais as sugestões, problemas ou reclamações recebem das pessoas que usam o aparelho e que são identificados pela equipe para melhoria do videoguia? (com relação ao equipamento e ao seu conteúdo).

- O Catavento possui um flyer de avaliação em que os visitantes podem fazer sugestões, porém o videoguia deles é muito recente e ainda não tiveram nenhum feedback do público em relação ao aparelho e conteúdo. Porém, a própria equipe acredita ser necessário colocar uma identificação nas obras que contém videoguia.
- Além da avaliação escrita e também por meio de sinalização de emoticons para registrar as impressões deste recurso acessível, sugerimos o acréscimo de um contato institucional, sendo por e-mail ou número de whatsapp para os registros em vídeo na Língua de Sinais.

Informações complementares?

Dois links para pesquisa do aparelho: orpheugroup.com e neocultura.com.br

Fotos



Instituto Tomie Ohtake

Data: 30/08/2018

Equipe: Diego Sales, Ialê Cardoso e Jamil Neto.

Qual o formato do videoguia? (hardwares específicos, tablets, QRCode etc)

O Instituto Tomie Ohtake produz um vídeolibras para cada exposição que abriga. Nas duas últimas, os vídeos foram produzidos para as mídias sociais do Instituto. Como dependem de verba, não é para toda exposição que o vídeo é produzido. O Instituto também possui a plataforma Lungo - empresa que produz um software especializado em vídeolibras, áudio descrição e roteiros em outros idiomas. O app está instalado em iPods do próprio Instituto, porém o vídeolibras não está disponível no momento. O Lungo está integrado completamente com as galerias e salas; através de sensores de aproximação guiam automaticamente o visitante que utiliza o aparelho.

Quem produziu o videoguia? Houve alguma participação de pessoas surdas? Em caso de positivo, qual participação?

O educativo recebe o texto da curadoria do Instituto e em conjunto com a educadora surda Isadora - educadora fixa - adaptam o texto para a tradução para Libras. Após a primeira adaptação, o texto é enviado para uma empresa especializada chamada PONTE COMUNICAÇÃO, que faz um processo de análise, consultoria e correção do texto. Depois, o texto corrigido, ainda em português, é traduzido por um intérprete ouvinte (pois é necessário o domínio de ambas as línguas) e, com a participação da Isadora, a apresentação do vídeo é pensada e gravada. Nos últimos vídeos, a gravação foi feita pelos próprios funcionários da instituição.

Qual o objetivo do videoguia para a instituição?

O objetivo do videoguia varia conforme o objetivo da exposição. Os vídeos, que nos foram apresentados, possuem caráter explicativo e convidativo. Fazem uma breve descrição do conteúdo da exposição e não há mediação com o acervo. Embora breves, os vídeos tem duração máxima de seis minutos; e a apresentação é rica em conteúdo histórico, ou seja, há bastante informação sobre o tema abordado, mas devido ao viés convidativo, não possuem grande aprofundamento.

<https://www.youtube.com/watch?v=AdGqLo9M-Fw>

<https://www.youtube.com/watch?v=th4MkyHoKp4>

<https://www.youtube.com/watch?v=jTfqtNSi90Y>

Qual a composição do videoguia (vídeo, legendas, áudio, vibração)? É filmado o acervo e imagens ou apenas o intérprete de Libras aparece?

As gravações são realizadas nas salas expositivas, com a instituição aberta ao público e com a educadora à frente do acervo, sem utilizar nenhuma obra para mediação. Há legendas em português em todos os vídeos produzidos pelo Instituto. Isso é pensado em função visitante ensurdecido (pessoa que está em processo de perda de audição).

O vídeo guia proporciona autonomia ao visitante surdo? Há necessidade de algum tipo de auxílio por parte dos funcionários?

Como os vídeos tem função convidativa, o visitante surdo que vai à exposição buscando maior entendimento sobre o acervo, necessita idealmente de um educador capacitado. Segundo Isadora, todo material de apoio ao surdo deve proporcionar autonomia plena.

O acesso ao conteúdo do vídeo guia é restrito às áreas interna da instituição ou é público? Há um motivo para isso?

Todo material produzido é totalmente público e é divulgado amplamente nas mídias e redes sociais. O motivo é a função convidativa do vídeo.

Quanto tempo levou para todo o processo do vídeo guia até ficar pronto para uso? Qual foi o custo?

Cerca de um mês. O custo foi baixo, pois a maior parte da produção é realizada internamente. A plataforma Lungo tem um custo muito maior: R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por quatro meses.

Quais as sugestões, problemas ou reclamações recebem das pessoas que usam o aparelho e que são identificados pela equipe para melhoria do vídeo guia? (com relação ao equipamento e ao seu conteúdo).

Os problemas são internos: demora para a curadoria entregar os textos e falta de verba/patrocínio.

MAM

Data: 06/09/2018

Equipe: Daniel Magnanelli, Laís de Oliveira e Leandro Watanabe.

Qual o formato do vídeo guia? (hardwares específicos, tablets, QRCode etc)

O vídeo guia é gravado internamente pelos educadores e editado; após, disponibilizado em tablets e celulares; também há um QR code, que direciona para o site do MAM. Criam uma playlist com todos os vídeos da exposição temporária identificados por nome e número. Todo o conteúdo é abastecido internamente e é produzido após a abertura da exposição. Cerca de duas semanas de produção até o produto final.

Equipamentos disponíveis: 10 ipads (os primeiros), 10 celulares e 10 tablets Samsung.

Quem produziu o videoguia? Houve alguma participação de pessoas surdas? Em caso de positivo, qual participação?

O videoguia é produzido pelos educadores Gregório, Laysa e Leo Castilho (surdo). A Laysa tem formação em cinema e juntamente com os educadores Greg e Leo produzem tudo com equipamentos próprios, enquanto o Leo faz toda a adaptação para a mediação em Libras.

Qual o objetivo do videoguia para a instituição?

O MAM não possui exposição fixa, a cada dois ou três meses precisam produzir um novo videoguia. Sempre produzem um vídeo convidativo (teaser), explicando quais as exposições em cartaz e as regras que o Museu possui; enquanto os vídeo guias do espaço expositivo tem como objetivo causar uma provocação ao olhar do visitante através da mediação. São vídeos curtos, apenas com um direcionamento ou sugestão do que o visitante pode fazer, com apenas uma ou duas obras. Eles usaram o termo "educador virtual" para as ideias de mediação no vídeo guia.

Qual o conteúdo do videoguia? Introdução das salas, conteúdos específicos, mediação etc.

O teaser possui introdução ao Museu, as regras e algumas informações específicas como curadoria ou ideia que a exposição traz, finalizando com um convite para ir visitar. Os vídeo guias da exposição trazem um olhar provocativo com mediação, vídeos curtos de sugestão do que é a obra e como podemos interagir com ela.

Qual a composição do videoguia (vídeo, legendas, áudio, vibração)? É filmado o acervo e imagens ou apenas o intérprete de Libras aparece?

Alguns vídeos possuem áudio com o intuito de uma inclusão abrangente, com áudio descrição. Além disso, os vídeos possuem legenda e são filmados no próprio espaço expositivo e interagindo com a obra. Os vídeos mais recentes possuem apenas o Leo Castilho mediando em libras+legenda, mas alguns vídeos mais antigos possuíam um bate-papo entre o Leo e uma intérprete. O Leo disse que a importância de se filmar no espaço se dá pela possibilidade de demonstrar a interação com a obra, enquanto ele media e explica. Em alguns casos, ele propõe diálogo entre uma obra e outra utilizando um plano mais aberto com as duas obras em quadro.

O vídeo guia proporciona autonomia ao visitante surdo? Há necessidade de algum tipo de auxílio por parte dos funcionários?

De certa forma sim. Não há vídeos para cada obra, mas com o teaser introdutório, que explica o conceito pensado pela curadoria, e alguns vídeos de mediação, o visitante consegue utilizar

sua experiência sensorial para com as demais obras. No MAM, todos os educadores fazem um curso de libras durante o horário de trabalho, a cada semestre, isso os capacita para atender o público, em caso de necessidade. Além disso, possuem um educador surdo.

O acesso ao conteúdo do videoguia é restrito às áreas interna da instituição ou é público? Há um motivo para isso?

O acesso é público através do canal do youtube do Museu; do QR code, que direciona para uma página do site, contendo os vídeos e audioguias - "Mídias acessíveis" -, além dos tablets e celulares disponíveis na recepção e gratuitos. O motivo de disponibilizarem externamente é também com foco no convite para as pessoas irem visitar o Museu e não só utilizarem no espaço expositivo. Outro motivo se dá pelo fato de o MAM não possuir wifi público, dificultando para o visitante utilizar o próprio celular. Porém, possuem muitos aparelhos (tablets+celulares) disponíveis para o público.

Quanto tempo levou para todo o processo do videoguia até ficar pronto para uso? Qual foi o custo?

Os vídeos começam a ser produzidos assim que a exposição abre, geralmente, conseguem produzir roteiro, filmagem, edição e disponibilização dentro de duas semanas. Não há custo, pois toda a produção é interna; e os aparelhos já possuíam de parcerias anteriores. Greg falou sobre a importância de a instituição possuir equipamento para a filmagem e edição, pois todo o equipamento atual é particular.

Quais as sugestões, problemas ou reclamações recebem das pessoas que usam o aparelho e que são identificados pela equipe para melhoria do videoguia? (com relação ao equipamento e ao seu conteúdo).

No MAM, eles possuem uma avaliação, porém é opcional. Ao final da visita, um educador ou recepcionista pede para que o visitante preencha. As reclamações que recebem são poucas e não direcionadas ao conteúdo ou equipamento utilizado como, por exemplo, o cabelo do Leo. Pontos relevantes para o videoguia apresentado por eles:

- Enquadramento de forma que a legenda não cubra as mãos do intérprete.
- Composição da imagem: de forma narrativa. Não engessar o vídeo.
- Evitar camisa com listras e com palavras que não dialogam com a mediação.
- Não precisa colocar a vinheta pois é uma perda de tempo.

- Colocar um cordão para que o tablet ou celular possam ficar pendurados no pescoço do usuário. Dessa maneira, as mãos ficam livre para explorar o acervo e para a comunicação em Libras.
- A legenda no vídeo guia também é uma forma de ensino para quem está aprendendo Libras e/ou para quem perdeu a audição e não quer aprender Libras.
- Ter um vídeo inicial de introdução, regras e acolhimento sobre como será a utilização do vídeo guia. Convite à solicitar ajuda à um funcionário sempre que precisar. Opção: saídas de emergência, brigada de incêndio, banheiros, fraldários e elevadores etc.
- Mostrar como funcionam as partes interativas do Museu "brincando" com o acervo de modo a convidar o visitante a participar dos experimentos do Museu como Chute a Gol, Campinho Virtual, Botões dos Gols e Rádios.
- Realizar a descrição dos sons da sala comparando com situações do cotidiano. Ex: fogo, rio, vento...

Um aspecto importante trazido por Greg e Leo refere-se ao fato de, quando possível, ter um vídeo guia em um tablet como parte da instalação permanente por dois motivos: deixar as mãos livres para o visitante surdo e para instigar todo o público do Museu à uma conscientização sobre o direito à comunicação. No MAM, isso não se faz possível, pois as exposições não são permanentes e há um conservadorismo por parte dos artistas e dos curadores. Sugestão de sala: Heróis. Legendas: Origens, Rito de Passagem, Números e Dança do Futebol.

Informações complementares

Para a exposição permanente do Museu, em específico a Exaltação e Anjos Barrocos, vimos que no MAM algumas exposições e intervenções - como a Sencity - utilizam um aparelho que transforma o som em vibração. O aparelho chama-se ButtKicker. Greg trouxe a ideia de uma ferramenta de nome Beacon - tipo de tecnologia infravermelho e uma espécie de GPS que te localiza no espaço e ativa sozinho quando o visitante chega num determinado ponto da exposição. Ainda não utilizam esta ferramenta no MAM.

Links com modelos de videoguias sugeridos:

Bem-vindo ao MAM

<https://www.youtube.com/watch?v=aWsBiMs7OM>

Playlist MAM Videoguia

<https://www.youtube.com/watch?v=TiOYr6fvifc&list=PLOTSdMNFPUJvYOWxW4hhQn1nLwVQR7ODJ>

Teaser Setembro Azul - Itaú Cultural

<https://www.youtube.com/watch?v=CfSHkoFPYeE>

✓ Roteiro "Muito além do Futebol" adaptado

Assim sendo, tendo como base essas visitas, foi desenvolvido um primeiro roteiro - o qual teve que ser muito praticado por Fernando, uma vez que a produtora só iria dispor de uma diária para gravação.

O roteiro inicial, elaborado pelo grupo de trabalho, conjuntamente com Fernando, ficou como segue abaixo.

(Sugestão de local da gravação: Entrada do Museu)

Olá! Bem vindos ao museu do futebol, eu sou Fernando, sou surdo e esse é o meu sinal... Vocês conhecem o museu do futebol? Vocês sabiam que este museu além de futebol podemos falar sobre arquitetura? Arte? História? Geografia? Querem ver? Então venham comigo!

Sugestão de imagem no vídeo: Panorama do estádio

(Sugestão de local da gravação: Fachada do Estádio)

Antes de entrar no museu, vamos ver ao redor, aqui encontramos o estádio Pacaembu, (apontar para o estádio) essa palavra Pacaembu é de origem tupi guarani (sinal outra língua) e significa terras alagadas (sinal terra, chuva, local cheio de água). E vocês viram essa fachada?

Sugestão de imagem no vídeo: Foco na fachada do estádio



Ela foi inspirada no Estádio Olímpico de Berlim...

Sugestão de imagem no vídeo: Colocar a imagem do estádio de Berlim no vídeo para que as pessoas que assistem possam fazer o comparativo.

(Dúvida! Podemos usar a imagem do estádio de Berlim no vídeo?)



...Estes estádios representam a arte Decó que podem ser percebidos por suas linhas retas. O Pacaembu foi construído entre 1936 a 1940 e foi durante 10 anos o maior estádio do Brasil, pois sua capacidade era aproximadamente 70 mil pessoas, somente perdeu o posto quando construíram o estádio do Maracanã no Rio de Janeiro em 1950, para um evento muito importante, vocês sabem o que? Jogos da Copa do Mundo disputada aqui no Brasil. Só aqui por fora, vimos que tem muita história, agora vamos conhecer lá dentro?

Sugestão de imagem no vídeo: Fernando entrando no museu.

(Sugestão de local da gravação: Mesmo local do vídeo original, pegando os quadros de fundo).

Essa aqui é a sala "Grande Área", nela vocês vão encontrar algumas imagens de objetos como discos, flâmulas, botões, camisa, figurinhas relacionados com o colecionismo, por exemplo: uma pessoa que é apaixonada por futebol compra vários copos iguais do mesmo time, como uma forma de demonstrar sua paixão. Isso nos leva a ver como o futebol aparece na nossa vida fora de campo, fazendo parte da nossa cultura da nossa identidade e também da nossa memória.

Sugestão de imagem no vídeo: Panorama da sala Grande Área.

ANJOS

(Dúvida! Local de gravação. Haverá iluminação suficiente para fazer um vídeo na sala dos Anjos?).

(Sugestão de local da gravação: Sala Anjos ou corredor antes do Pé na Bola).

Agora estamos na sala Anjos Barrocos, entrar aqui é igual entrar em uma exposição de arte onde os artistas são os atletas, 27 craques que mostram o jeito brasileiro de se jogar futebol com improvisos, dribles, criatividade e talento individual. Emocionando, divertindo e inspirando a quem assiste.

Sugestão de imagem no vídeo: Panorama da sala Anjos Barrocos.

(Sugestão de local da gravação: Mesmo local do vídeo original, pegando os quadros de fundo).

(Sugestão de local da gravação: Origens, próximo a imagem do Charles Miller).

Vamos falar um pouquinho de história? Vocês sabem como o futebol começou? O esporte (sinal de futebol) começou em outro continente. Lá na Europa, na (país) Inglaterra, mas como ele chegou no Brasil?

Vocês conhecem esse homem?

Sugestão de imagem no vídeo: Imagem do Charles Miller.

(Dúvida! Qual a melhor forma? Mostrar a imagem no acervo do museu no momento da gravação do Fernando, ou colocar a imagem no vídeo e o Fernando apenas apontar).



Esse é o Charles Miller, o sinal dele é este aqui (Sinal homem, sinal de bigode – Charles Miller), nasceu aqui no Brasil, mas quando criança viajou (sinal de navio) até a Inglaterra para estudar. Volta anos depois para o Brasil (sinal de retorno navio) trazendo a bola e um livro de regras em 1894. Ele ensina o futebol para os amigos e cria o primeiro time de futebol em São Paulo. E olhem só como era a torcida naquela época.

Sugestão de imagem no vídeo: Imagens da Torcida, sala origens.



Uma das versões do termo "torcida" no futebol é porque as pessoas se vestiam dessa forma, muito elegantes para ir aos estádios e sempre levavam lenços de pano como este aqui, (Fernando pegar lenço como exemplo durante a gravação do vídeo) ele servia tanto para secar o suor em dias quentes como também para ser torcido em momentos de nervosismo, nesses momentos radialistas começaram a chamar essas pessoas de torcedores porque torciam lenços nos momentos em que assistiam aos jogos.

Mas nem tudo foi fácil. No começo, nos primeiros anos de futebol aqui no Brasil, algumas regras foram criadas para proibir que pessoas negras, mulheres e pobres jogassem futebol, deixando ele muito diferente do que conhecemos hoje.

Sugestão de imagem no vídeo: Panorama da sala Origens
(Dúvida! Acrescentar no panorama a imagem da sala heróis?).
(Sugestão de local da gravação: Sala das Copas pegando os totens de fundo).

Essa é a sala das Copas e por aqui vemos a história de todas as Copas do Mundo, que iniciou em 1930, ficou decidido que essa competição iria ocorrer de 4 em 4 anos em países diferentes, mas as Copas de 1942 e 1946 não foram realizadas por causa da 2ª guerra mundial. Também existem imagens que demonstram o contexto político, social e cultural.

Sugestão de imagem no vídeo: Bola de 70

E é claro que você conhece essa bola, ela é a mais conhecida do futebol, mas você sabia que ela foi feita pensando nas cores preto e branco da televisão? Verdade! Em 1970 aconteceu a primeira transmissão ao vivo pela TV e colocaram uma bola com essas cores para que a imagem na TV ficasse perfeita e foi assim que o Brasil acompanhou a vitória da seleção pela terceira vez.

Dúvida! Podemos pegar um trecho de algum gol feito pelo Brasil em 1970?
Mas não é só homem que joga copa do mundo não, em 1991 a FIFA criou a primeira edição da copa do mundo feminina, os jogos aconteceram na China e a campeã daquele ano foi a seleção do EUA.

Dúvida! Falar mais sobre futebol feminino, mostrar vídeo das meninas?
(Sugestão de local da gravação: Chute a gol).

E para finalizar o nosso passeio, o que você acha de bater um pênalti aqui dentro do museu? Aqui você pode medir a potência do seu chute, olha só.
(Fernando batendo um pênalti) Eu fico por aqui, mas fica o convite para você conhecer um pouco mais de perto essa história. Para mais informações de horários, dias de funcionamento, gratuidade e programação cultural acessem o site (aparecer na tela) e as redes sociais (aparecer na tela) ou envie um email para agendamento@museudofutebol.org.br (aparecer na tela). Esperamos por você, tchau!!!

Após um primeiro teste de gravação, o GT verificou a necessidade de um enxugamento do roteiro, dado o tempo extenso de vídeo. A ideia era desenvolver um vídeo que não ultrapassasse 13 minutos. Feitos os ajustes, e após longo processo de edição, demos início à legendagem. Com a necessidade de uma tradução garantida por um intérprete, optou-se por contratar uma empresa de intérpretes (IBT Libras) que assistiu o vídeo e escreveu o texto da legenda.

✓ Lançamento do vídeo "Muito Além do Futebol em Libras" na campanha Sonhar o Mundo 2018

Celebrando a igualdade da dignidade e dos direitos do acesso à Cultura, o Museu do Futebol inaugurou, no dia 15/12/2018, a visita educativa virtual "Muito Além do Futebol" com roteiro adaptado em Libras. Para este evento, contamos com a apresentação do vídeo pela coordenadora Ialê Cardoso, com uma breve fala da equipe do GT e do próprio residente Fernando Emerson. Na ocasião do evento, contamos ainda com a presença do Secretário Municipal da Pessoa com Deficiência, Cid Torquato, e sua equipe, além do diretor executivo do IDBrasil Eric Klug e do residente do projeto *Museu Amigo do Idoso*, o Sr. Jorge Expósito. O evento contou com intérpretes de Libras.



Convidados e equipe prestigiam o lançamento do vídeo "Muito Além do Futebol em Libras"

O vídeo encontra-se disponível na playlist de Acessibilidade no canal do Museu do Futebol no YouTube. Dentro do Museu é possível acessar o conteúdo do vídeo em cada uma das salas por meio de QRCode.



<https://www.youtube.com/watch?v=3xPyvxebJFE>

Museu do Futebol em Libras

Como derivado do vídeo “Muito Além do Futebol em Libras”, o GT também desenvolveu um roteiro, conjuntamente com Fernando, de um vídeo curto e de apresentação do Museu. Este vídeo-convite também serve de incentivo para a comunidade surda conhecer o Museu. Gravado no mesmo dia, este teaser aborda tópicos da construção do Estádio do Pacaembu, do surgimento do Museu, dos diversos conteúdos e também das atrações interativas do Museu.

✓ Roteiro

Apresentação

Olá, sou o Fernando e meu sinal é...

Apresentação do estádio e museu.

Você conhece o Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho? Mais conhecido como Estádio do Pacaembu, foi inaugurado em 1940 recebendo os maiores clubes da cidade de São Paulo. (Fachada)

Embaixo das arquibancadas do estádio encontramos o Museu do Futebol inaugurado em 2008, ele conta com 2 andares de exposição para contar a história do futebol através de vídeos, imagens curiosidades e lembranças de grandes momentos, não só do futebol, mas do Brasil e do mundo (Mezanino/Pé na Bola – Pausa imagens do museu) e não é só isso, já pensou em medir a velocidade do seu chute? No museu contamos com um simulador de pênalti e muita interatividade com as mesas de pebolim e campinhos virtuais, porque não aprender e ao mesmo tempo nos divertir? (Chute a Gol)

Informações

Qual o custo de tudo isso? Se você for uma pessoa com deficiência, você entra de graça junto com um acompanhante. O museu está aberto de terça a domingo das 9h da manhã até às 17h da tarde, com permanência até às 18 horas. Não se esqueça de checar no nosso site se terá algum jogo no estádio quando vier nos visitar. Estamos localizados na Praça Charles Miller sem número, no bairro no Pacaembu. (Bilheteria/ Homenagem ao Pacaembu)

Contatos

Para mais informações, acesse o nosso site: museudofutebol.org.br

Siga nossas redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram ou nos mande e-mails através deste endereço: educativo@museudofutebol.org.br

Esperamos por você. Tchau.

✓ Lançamento do vídeo

O lançamento deste vídeo também se deu na mesma data de 15/12/2018, e ocorreu apenas na plataforma do YouTube.



<https://www.youtube.com/watch?v=0IcC02BbnQY>

O vídeo encontra-se disponível na playlist de Acessibilidade no canal do Museu do Futebol no YouTube.

Ação 24: Visitas educativas para público específico

Justificativa da mensuração 24.1: Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)

Em ano de Copa do Mundo, o aumento da busca por visitas educativas é natural e segue o histórico do Museu, conforme anos das edições anteriores do evento esportivo. Ao mesmo tempo, a possibilidade de subsidiarmos as visitas oferecendo ônibus e lanche para instituições que trabalham com pessoas com deficiência ou em situação de vulnerabilidade social, por meio de verba incentivada de patrocínio, fez com que o público-alvo desta ação mantivesse um bom índice de presença no Museu. Além disso, seguimos com a parceria com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência que, desde julho, envia grupos de pessoas com deficiência quinzenalmente ao Museu para a realização de visitas educativas agendadas.

Ao longo de 2018, recebemos 6.956 crianças e adolescentes oriundos de ONGs e instituições sociais, representando 17% do total de público atendido pelo Educativo em visitas agendadas. Tal como ocorreu com a ação 22, importante ressaltar também que, no período de maio a dezembro contamos com dois educadores extras, o que possibilitou aumentarmos temporariamente a capacidade de atendimento do Núcleo. Não houve impacto orçamentário, uma vez que a contratação destes educadores temporários se deu com verba incentivada por patrocínio.

Tabela 3. Demonstração de vagas disponibilizadas (público específico)

Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)				
Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
24	7.921	7.921	2.917	37%

* público atendido

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)										
Ação 24	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol	Total mensal
Outubro	40	73	889	35	0	9	5	7	131	1189
Novembro	166	32	432	68	0	12	91	0	29	830
Dezembro	104	88	448	70	0	16	116	0	56	898
Total realizado	310	193	1769	173	0	37	212	7	216	2917
Resultado Realizado	2.917									
Resultado mínimo previsto	1.800									
ICM (trimestre)	162%									



Os educadores Júlia Paccanaro e Jamil Neto durante visita com grupo de pessoas em

Ação 25: Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, etc.)

Comentário da mensuração 25.1: Quantidade de ações extramuros realizadas

Neste trimestre, o Núcleo Educativo selecionou o Abrigo Reviver, com foco em crianças em situação de abandono, para realizar as ações extramuros.

O abrigo recebe crianças e adolescentes, cujos direitos básicos tenham sido violados ou ameaçados; e, oferece a eles acolhimento, assistência, proteção e cuidados com a saúde, suprimindo suas necessidades de acordo com cada faixa etária. Mais do que isso, oferece a eles uma família, que os acompanha em suas atividades escolares e de lazer, habilitando-os a uma

vida plena e feliz, sem a perda do contato com seus familiares. O Abrigo Reviver foi fundado em 1988, por iniciativa do Pe. Jan Solak, da congregação Cristo Ressuscitado. É uma organização da sociedade civil, beneficente e sem fins lucrativos. Desde seu início, mantém um trabalho de assistência social, dirigido às famílias e à comunidade, com destaque para a formação da criança e do adolescente.

Por questões judiciais, de proteção às crianças e aos adolescentes que lá se encontram, não foi possível realizar registros fotográficos das ações.

Ação 1

Data: 26/12/2018

Participantes: Daniel Magnanelli, Flávia Violim e Jamil Neto

As oficinas propostas para este dia contaram com o objetivo de relacionar atividades educativas, na temática do futebol, com a vivência de cada criança com o esporte. Como forma de acolhimento e apresentação, foi sugerido às crianças que se desenhassem jogando futebol em um determinado espaço. Anteriormente, itens do dia a dia, como: meia, garrafa, pedra e tampinhas foram expostos; as crianças foram questionadas sobre como aqueles objetos poderiam fazer parte de uma cena de futebol. Na sequência, os educadores utilizaram-se do jogo Pakayemby, como forma de mediação e apresentação da localização do Museu e de seu acervo.

No planejamento inicial, previam-se três etapas para este encontro; o que se seguiria, após a utilização do jogo, seria a elaboração de um desenho do contorno corporal de cada criança; a proposição também era de alterar esse desenho de corpo infantil e pensá-lo na forma adulta de um indivíduo que se relaciona com o futebol. No entanto, não houve tempo para a execução desta etapa. O encontro foi finalizado com uma roda de conversas e avaliação de cada criança sobre a atividade. As ações extramuros são revigorantes para o trabalho de mediação do educador, pois propicia um novo olhar para o já espaço comum de atuação. O trabalho desenvolvido no abrigo Reviver proporcionou um vínculo entre o educador e as crianças por meio do afeto e da relação com o outro, o que enriquece a percepção educativa e o alcance do trabalho na educação não formal.

Ação 2

Data: 27/12/2018

Participantes: Bruna Colucci, Júlia Rosa e Marcelo Continelli

Nesta segunda visita do Educativo ao Abrigo Reviver, as educadoras realizaram atividades com um grupo de adolescentes. Como já tínhamos ciência do perfil que atenderíamos, elaboramos propostas que pudessem tanto ser mais dinâmicas, trabalhando consciência corporal e ação física, quanto ações lúdicas e reflexivas, em ambos os casos, usando o futebol como ponto de partida e/ou referência.

Na primeira ação, que nomeamos de “quebra-gelo”, ficamos em roda, passando a bola uns para os outros. Uma das educadoras ia conduzindo o exercício que consistia em responder uma pergunta enquanto tivesse tocando a bola, percebendo seus movimentos corporais e alternando a velocidade.

Após este momento, sentados em roda e mais familiarizados conosco, abrimos uma conversa com o grupo sobre o que eles perceberam de suas movimentações corporais. Levamos fotos do Charles Miller e de jogadores da Sala Anjos Barrocos para conceituarmos a chegada do futebol no Brasil e a ginga presente na nossa cultura. Conforme conversávamos, fomos dando ênfase aos lugares e trânsitos presentes nessas questões, como por exemplo, o futebol vir da Inglaterra ou a ginga presente no futebol ter origem do continente africano, entre outras questões.

Trabalhamos particularidades culturais e trânsitos para realizar a proposta final, que consistia em elaborar um mapa, apontando a partir de escritos ou ilustrações “Por onde seus pés passaram”, ou seja, quais são os lugares mais significativos de sua vida. Percebemos que neste momento, parte dos adolescentes se indispôs com a atividade, preferindo ir jogar bola ou continuar falando sobre futebol; já outros adolescentes acolheram a proposta com disposição. Quando terminaram seus mapas (inclusive os mais indispostos com a proposta), todos foram convidados a apresentar aos colegas quais os seus lugares mais importantes no mundo e, caso se sentissem à vontade, poderiam explicar o porquê de suas escolhas. Alguns, mais tímidos, não quiseram compartilhar, mas deixaram que um colega fosse seu porta-voz.

Passamos então para a segunda parte desta atividade, que denominamos de “Por onde seus pés querem passar”, na qual a proposta era que se apontasse, como no mapa anterior, os locais que tinham vontade de conhecer. Neste momento, alguns se animaram mais em realizar a atividade, e, tiveram facilidade em concluí-la. Já outros, dispersaram ainda mais.

Esta dispersão dificultou um pouco o fechamento das atividades. A proposta era encerrar com a partilha dos mapas e uma conversa final, mas conseguimos realizar apenas a partilha. Mesmo com este percalço, concluímos que a ação trouxe resultados positivos e despertou a vontade de estreitar os laços com o abrigo.



As educadoras Bruna Colucci e Júlia Rosa juntamente com Deise Berbeire, uma das responsáveis do abrigo Reviver

Como agradecimento, recebemos esta carta do abrigo:



Ação 26: Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar – modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação

Comentário da mensuração 26.1: Número de pesquisas realizadas

Comentário da mensuração 26.2: Índice de satisfação (> ou = 80%)

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR RELATÓRIO ANALÍTICO

A PESQUISA

Seguindo as orientações do Ofício Circular UPPM nº 115/2017, realizamos o total de 45 avaliações de estudantes do 6º ao 9º ano e 83 avaliações de professores/responsáveis como amostras colhidas para a pesquisa de público escolar. Os questionários foram preenchidos após a realização das visitas com grupos de escolas estaduais, municipais e particulares de 4 de setembro a 3 de outubro de 2018.

OBJETIVO DA PESQUISA

Conhecer o perfil e o nível de satisfação do público escolar da rede de museus da Secretaria da Cultura, a partir de um modelo de pesquisa e metodologia comum.

1. PESQUISA VOLTADA AOS PROFESSORES

1.1 METODOLOGIA

Para setembro, calculamos 1/3 da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa. Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 69 avaliações com professores/responsáveis, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas 83 avaliações.

1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 4 de setembro a 3 de outubro de 2018 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

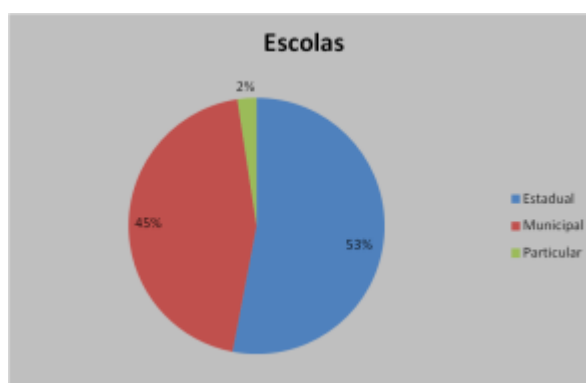
1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação dos dados foi realizada pelo assistente administrativo Rafael Degl'Esposti e pelo supervisor Daniel Magnanelli. Não houve questões quanto ao processo de tabulação.

1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

1.4.1 Rede de ensino

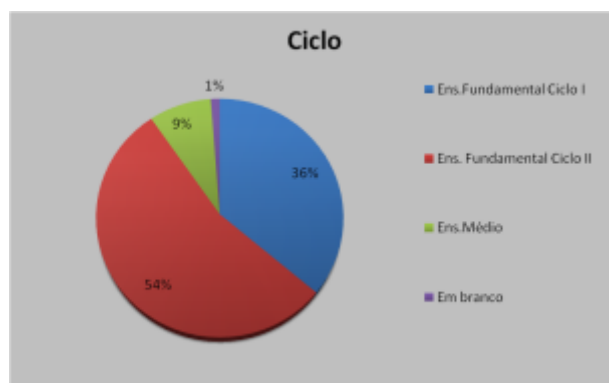
Assim como na pesquisa realizada em maio de 2018, quando 49,28% das avaliações foram preenchidas pela rede estadual de ensino, em setembro, tivemos a mesma predominância, com 53% das avaliações preenchidas. As escolas municipais e particulares tiveram resultados inferiores, sendo 45% e 2% das avaliações preenchidas de cada.



1.4.2 Ciclo de ensino

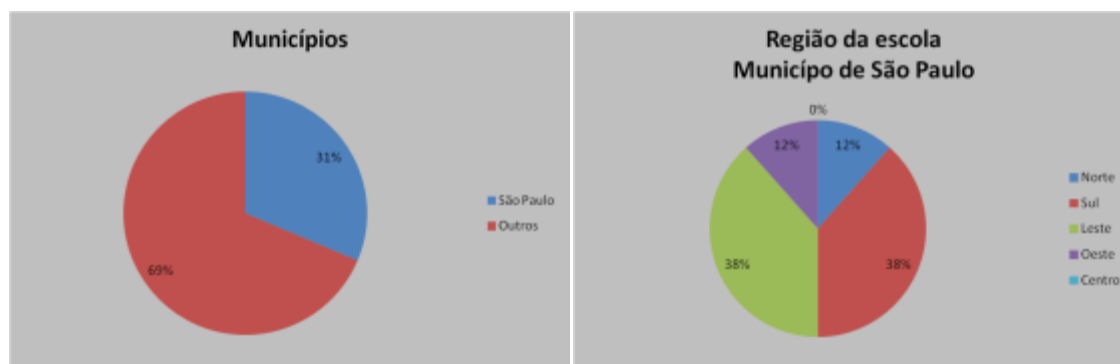
O Ensino Fundamental Ciclo II, comparado ao relatório anterior, novamente apresentou a maior porcentagem da pesquisa, dessa vez totalizando 54%.

Analisando as possibilidades de uma maior incidência do Fundamental Ciclo II, consideramos o perfil dos grupos agendados durante o período e a disponibilidade dos responsáveis para o preenchimento de duas avaliações, uma vez que optamos por entregar a avaliação proposta pela SEC e a avaliação desenvolvida pelo Educativo.



1.4.3 Localização da escola

Houve maior predominância das escolas de fora do Município de São Paulo, totalizando 69% das avaliações preenchidas, diferentemente do que ocorreu na avaliação de maio de 2018, quando tivemos 55% das escolas oriundas da capital. Considerando apenas o território municipal, novamente percebeu-se a maior participação das escolas das regiões Leste e Sul e, assim como analisado em maio de 2018 e setembro de 2017, a falta de instituições de ensino do Centro.



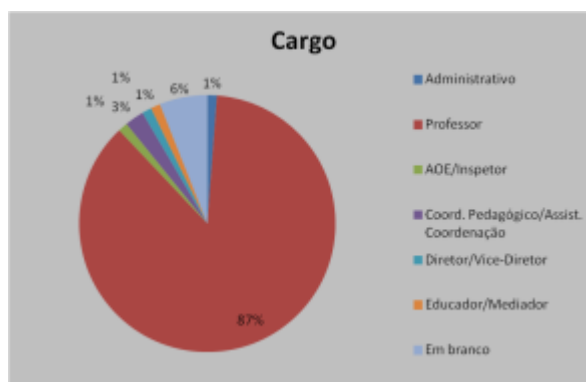
1.4.4 Região administrativa da escola

Não foram identificados, na avaliação, dados que possibilitassem uma análise sobre a região administrativa da escola que fossem diferentes dos dados apresentados no subitem anterior referente à localização da escola.

1.4.5 Cargo ocupado pelo acompanhante responsável

Os acompanhantes dos grupos eram professores em sua maioria (87%). Durante o processo de análise dos dados, não foi percebida nenhuma incidência em um ciclo específico que fosse considerada relevante para ser relatado. O fato de serem professores faz com que as relações interdisciplinares propostas pelos educadores do Museu sejam mais bem apreendidas do que

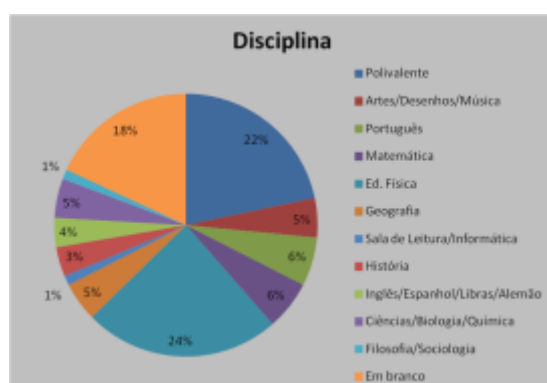
por alguém que ocupa um cargo administrativo. Isso pode ser percebido pelos resultados apresentados no item 1.5. Se comparado aos dados apresentados no semestre passado, quando tivemos 90% das avaliações preenchidas por professores, novamente tivemos um público que não preencheu esta parte da avaliação, mas não foi possível detectar o motivo (5%).



1.4.6 Disciplina lecionada

A maioria dos professores leciona Educação Física (24%) ou é Polivalente (22%). O restante das disciplinas aparece de forma bastante heterogênea.

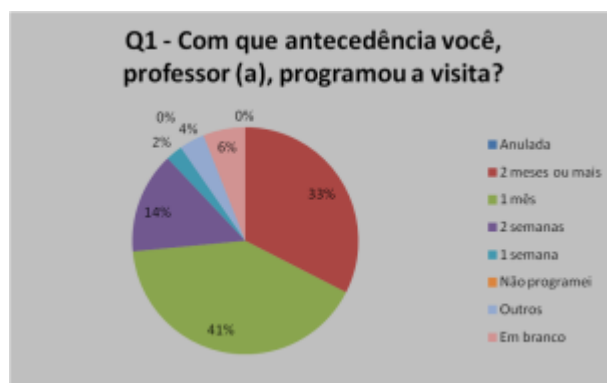
Não houve influência dos dados obtidos no item 1.4.5, tendo em vista que 87% dos responsáveis dos grupos foram professores. Comparando os dados tabulados neste semestre com os dados do semestre passado, tivemos novamente um número considerável de responsáveis que deixaram a questão em branco. Foram 18% das avaliações preenchidas sem detectar os motivos de tal ocorrência.



1.5. SOBRE A VISITA

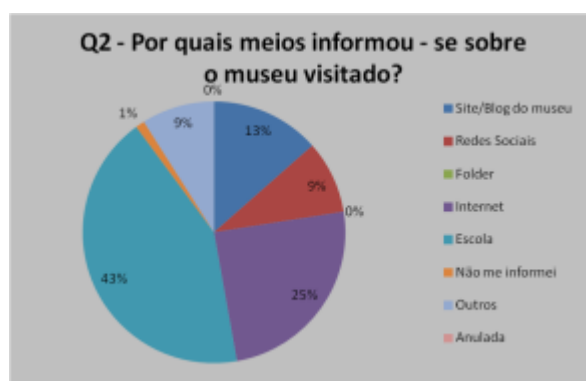
1.5.1 Antecedência da visita

Os responsáveis dos grupos prepararam-se, em sua maioria (41%), com um mês de antecedência; em sequência, com dois meses ou mais de antecedência (33%). Assim como no semestre anterior, a maioria dos responsáveis apresentou o planejamento da visita acima de um mês.



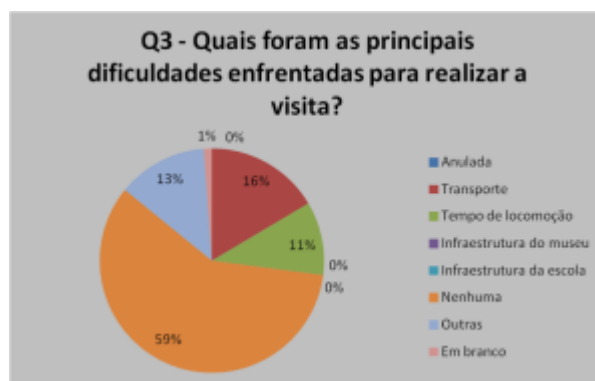
1.5.2 Canais de informação sobre o museu visitado

Os principais canais de informação apontados pelos professores foram a própria escola (43%) e a Internet (25%). O site e as redes sociais do Museu, se somados, foram utilizados por 22% dos responsáveis que planejaram a visita. Outros canais de informação que surgiram nesta pesquisa (9%): professores de Educação Física, site da Secretaria Municipal de Educação, telefone e outras visitas ao Museu.



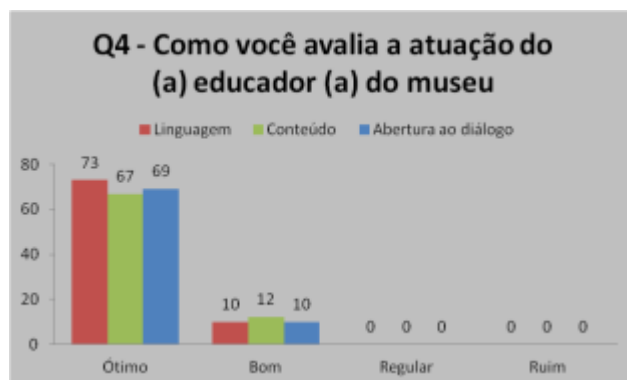
1.5.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita

Para a maioria dos responsáveis (59%) não houve dificuldade para a realização da visita. Se comparado aos dados do semestre anterior (67%), tivemos um aumento percentual de responsáveis que tiveram alguma dificuldade para a realização da visita. Dentre as principais dificuldades, transporte (16%) e tempo de locomoção (13%) foram as principais. As dificuldades apontadas como "Outras" (13%) pelos responsáveis estão relacionadas ao agendamento, a quantidade de alunos, ao horário da visita e ao local para alimentação dos alunos.



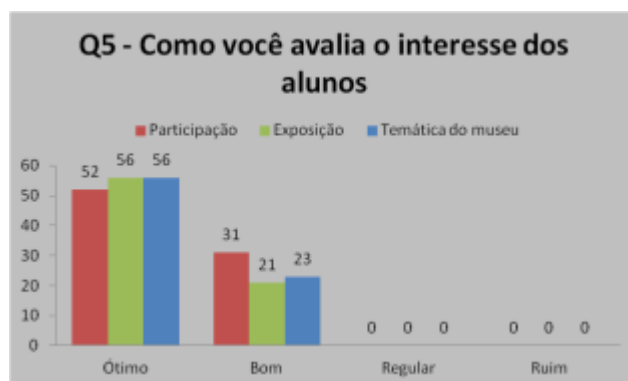
1.5.4 Avaliação da atuação do educador do museu

O item que recebeu o maior número de indicações pelos responsáveis foi "ótimo", concluindo-se que o trabalho dos educadores segue plenamente satisfatório, quando comparado aos semestres anteriores. Tal satisfação do público reflete o profissionalismo da equipe, o processo de formação contínuo dos educadores - que possuem horário de pesquisa diário -, as reuniões frequentes com coordenação e supervisão do núcleo, a realização de avaliações qualitativas sistemáticas das visitas educativas e a preocupação com o outro no processo de mediação.



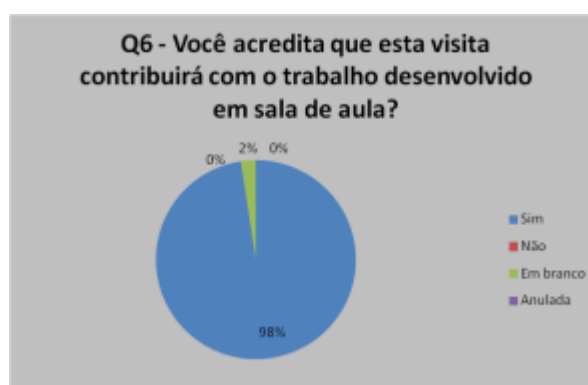
1.5.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita

Realizando uma breve descrição do gráfico, para as respostas de "ótimo", tivemos 52 marcações em "participação", 56 em "exposição" e 56 em "temática do museu". Para as respostas de "bom", tivemos 31 marcações em "participação"; 21 em "exposição" e 23 em "temática do museu", refletindo o interesse heterogêneo e bastante equilibrado dos alunos. Não houve mudanças significativas dos resultados dos semestres passados para esse semestre.



1.5.6 Contribuição da visita com o trabalho desenvolvido em sala de aula

O item que teve maior porcentagem foi "sim" (98%), de modo que não houve mudanças significativas dos resultados dos semestres passados para esse semestre, considerando que 2% das avaliações ficaram em branco nesta questão.



1.5.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos

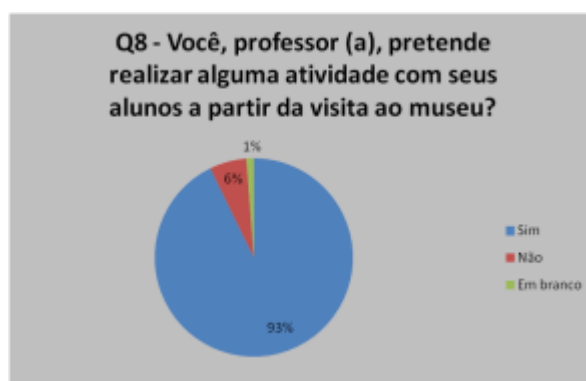
Os itens que tiveram maior relevância foram "aprender sobre o tema específico do museu" (54) e "complementar conteúdos curriculares" (51), seguidos pelo "contato com objetos museológicos" (50). É importante ressaltar que "propiciar a sociabilização" apresentou, novamente, altos índices das respostas (42), demonstrando a preocupação dos responsáveis pelas visitas com uma educação integral do indivíduo. Comparado ao semestre anterior, houve inversão dos itens de maior relevância, visto que, anteriormente, "complementar conteúdos curriculares" (47) teve maior incidência que "aprender sobre o tema específico do museu" (46).



1.5.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita

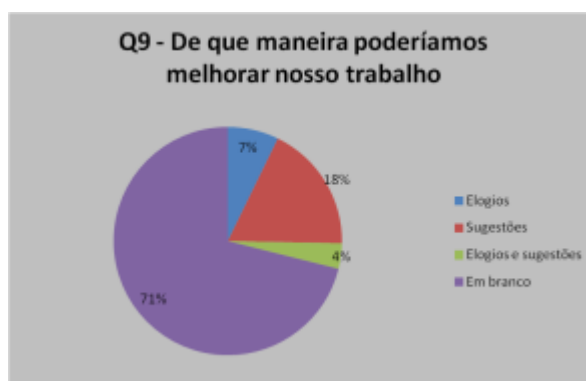
Analisando o gráfico, é possível concluir que a grande maioria dos responsáveis compreende a importância de trabalhar, posteriormente, as experiências obtidas na visita ao Museu. Desta maneira, 93% dos avaliados pretendem realizar alguma atividade com seus alunos em sala de aula. O motivo dos responsáveis que não farão atividades a partir da visita (6%) é inconclusivo, visto que apenas duas avaliações foram justificadas alegando que a visita ao Museu era o fechamento do projeto realizado.

Os tipos de atividades que os professores apontaram na pesquisa foram diversos como, por exemplo, produção textual, apresentação de trabalho, reflexões sobre a importância dos museus, painéis entre outros.



1.5.9 Sugestões e críticas para a melhoria do trabalho educativo no museu

Assim como no semestre anterior, apenas 29% das avaliações tiveram esta questão respondida, de modo que a maior incidência foram sugestões (18%) e elogios (7%). Dentre os principais comentários, recebemos sugestões sobre o tempo de visita; visita ao estádio; distribuição de material educativo; e elogio sobre a estrutura do Museu e exploração proposta pelo educador. Houve um grande número de respostas em branco (71%). Podemos atribuir isto ao fato de que a avaliação é entregue ao final da visita e o responsável necessita preencher também o formulário de avaliação do próprio Museu. Nesse sentido, é complexo avaliar a dedicação necessária considerando a logística do tempo da visita juntamente com o horário do ônibus e o interesse do responsável em contribuir com duas avaliações.



2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES

2.1 METODOLOGIA

Para setembro, calculamos 1/3 da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral, representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa.

Para a pesquisa de alunos do ciclo Fundamental II, conforme orientação da UPPM por e-mail, o cálculo amostral foi feito com base na porcentagem de estudantes do ciclo Fundamental II que visitaram o Museu no ano de 2018.

Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 40 avaliações com alunos, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas as 45 avaliações. Referente à questão 4 - "O que aprendeu ou descobriu na visita", reiteramos que, notando a ausência do uso de verbos nas respostas dos alunos, utilizamos como metodologia o uso do verbo "aprender" nas avaliações sem verbo, uma vez que o mesmo se faz presente na pergunta e caracteriza uma continuação do que fora questionado.

2.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 4 de setembro a 2 de outubro de 2018 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

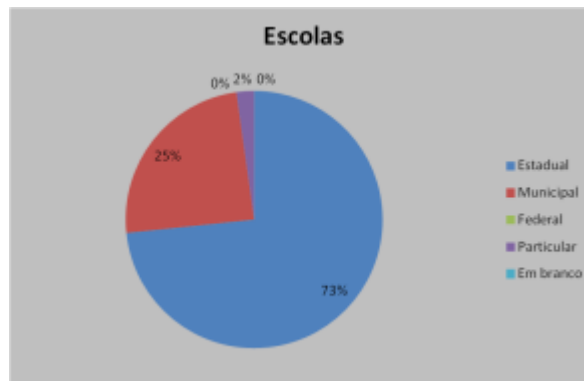
2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação dos dados foi realizada pelo assistente administrativo Rafael Degl'Iesposti e pelo supervisor Daniel Magnanelli. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação.

2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES

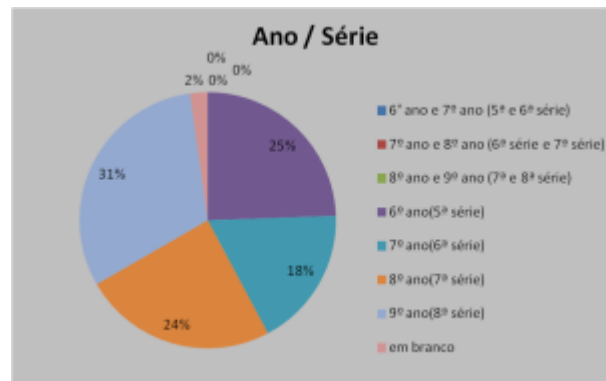
2.4.1 Rede de ensino

As redes de ensino predominantes foi a do Estado de São Paulo (73%). Comparado à pesquisa realizada no semestre anterior, não houve uma mudança de cenário, visto que 65% das avaliações foram respondidas também por alunos da rede estadual.



2.4.2 Ciclo de ensino

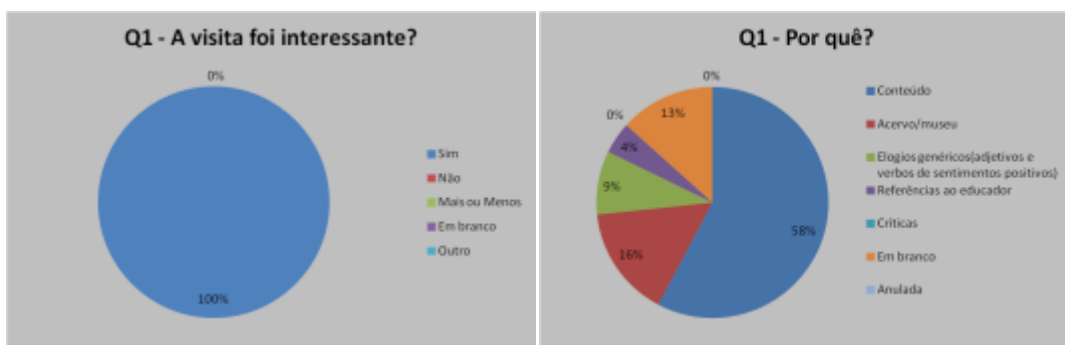
A escolha do Ciclo II ocorreu a partir de um mapeamento realizado em relação aos ciclos escolares atendidos com maior frequência entre os museus da SEC. Para este perfil de público, assim como em maio de 2018, houve maior incidência de alunos do 9º ano. Em seguida, tivemos um equilíbrio nas avaliações preenchidas pelos alunos do 6º e do 8º ano (25% e 24%, respectivamente).



2.5 SOBRE A VISITA

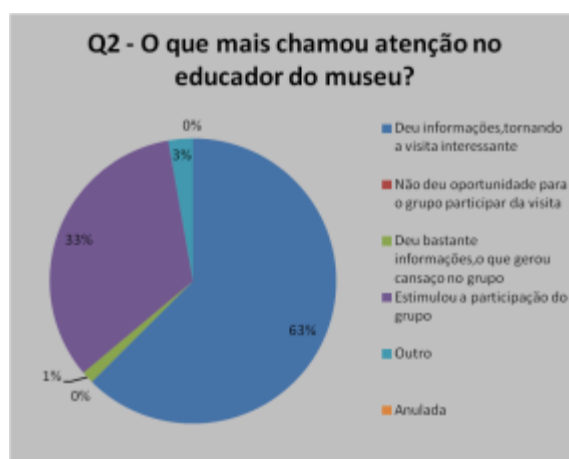
2.5.1 A visita foi interessante

100% dos alunos consideraram a visita interessante. Os motivos mais citados foram: "conteúdo" (58%) e acervo/museu (13%).



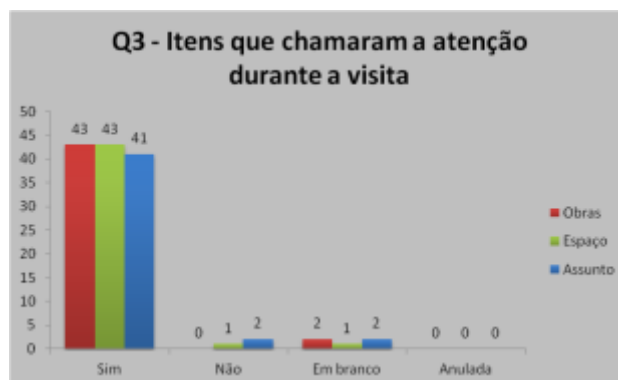
2.5.2 Avaliação da atuação do educador do museu

Os itens que receberam maior número de indicações pelos estudantes foram “deu informações, tornando a visita interessante” (63%) e “estimulou a participação do grupo (33%)”. A partir desses dados, é possível avaliar que o trabalho dos educadores foi considerado satisfatório, no que diz respeito a mediar o acervo e os interesses do público durante a visita. Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



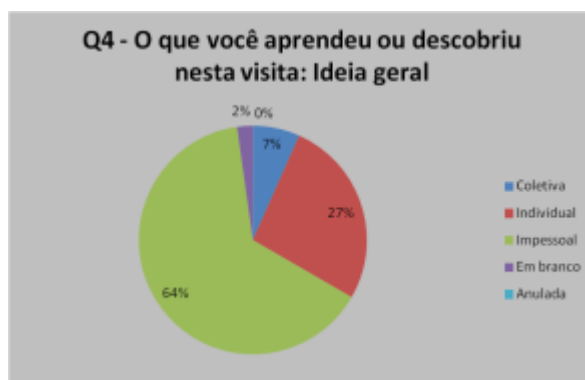
2.5.3 Avaliação do interesse em relação à visita

Referente ao interesse em relação à visita, os itens avaliados de maneira positiva novamente mantiveram-se muito equilibrados, seguindo a ordem: “obras” (43), “espaço” (43) e “assunto” (41). Comparado aos resultados obtidos no semestre anterior, “obras” manteve-se como o mais apontado pelos alunos, sendo que, neste semestre, ficou nivelado com “espaço” (ambos com 43 avaliações). Na avaliação dos itens que não chamaram atenção, o item “assunto” teve queda de 3 para 2 apontamentos dos alunos.



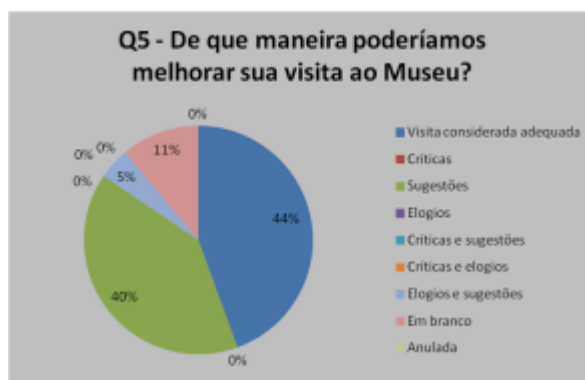
2.5.4 O que aprendeu ou descobriu na visita

A ideia geral predominante é impessoal (64%). O verbo mais utilizado pelos estudantes foi “aprender” (35). A temática mais citada foi “história do futebol”. Houve um aumento significativo na utilização do verbo “descobrir” (7), se comparado aos resultados do semestre passado (2).



2.5.5 Sugestões e críticas para a melhoria da visita educativa ao museu

De modo geral, os estudantes consideraram a visita adequada (44%). No mais, 40% apontaram sugestões e 5% foram compreendidas como elogios/sugestões. Tivemos 11% das respostas em branco, mas não foi possível identificar o motivo de tal incidência. Dos principais apontamentos, podemos citar os elogios sobre a atuação dos educadores e o acervo. Assim como no semestre passado, algumas sugestões se repetiram, como: maior tempo de visita, mais atividades, oferecer lanche e entrar no campo do Pacaembu.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

O nível de satisfação dos professores foi de 98,01%, considerando a média ponderada das questões 4 e 6. Analisando os dados após a pesquisa realizada com os professores ficou destacado que todos os professores avaliaram a atuação dos educadores do Museu, com relação à adaptação de linguagem, abordagem do conteúdo e abertura para o diálogo dos alunos, como ótimo ou bom. O nível de satisfação dos alunos foi de 99,44%. Importante salientar que o nível de satisfação com relação à visita foi de 100%. Se comparado ao semestre anterior, o nível de satisfação dos professores teve uma pequena queda de 98,77 para 98,01% e, no caso dos alunos, aumento de 97,5% para 99,44%. Quando cruzamos os resultados avaliados como ótimo na questão 4 "Como você avalia a atuação do educador do museu", da avaliação dos responsáveis, com a questão 1 "A visita foi interessante?", da avaliação dos alunos, concluímos que a linguagem, o conteúdo e a abertura ao diálogo tornaram a visita interessante para o grupo. De modo geral, a pesquisa foi bem recebida pelos professores e estudantes ainda que, para os responsáveis, houve a necessidade do preenchimento desta avaliação e da avaliação realizada pelo Museu.

Ação 27: Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu

Justificativa da mensuração 27.1: Número de visitas oferecidas

Comentário da mensuração 27.2: Número mínimo de visitantes

Os finais de semana e feriados têm sido um momento de aproveitar a presença mais intensificada do público no Museu, oferecendo-lhe uma diversidade de atividades, dinâmicas e jogos educativos, além de mais oportunidades de visitas mediadas ao Museu e ao Estádio do Pacaembu. Neste 4º trimestre, tivemos quatro grandes feriados, que impactaram significativamente nos números de atendimento, de modo especial, o dia 12 de outubro, quando se comemora o dia da criança. Como decorrência, observa-se o alto número de público atendido nas visitas conjugadas ao Estádio.

Destacamos o sucesso das visitas conjugadas ao estádio no ano de 2018, sendo que foram realizadas 121 delas, proporcionando o atendimento de 2.720 visitantes. Ressaltamos ainda, que a superação da meta não gerou impacto orçamentário.

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes por mês

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Outubro	6	105	3
	13	12	1
	20	64	2
Novembro	3	50	2
	10	56	3

	15	35	2
	16	48	2
	17	50	2
	21	23	1
Dezembro	8	36	2
	22	105	8
	23	90	4
	26	20	1
	29	107	4
	30	15	1
Total do trimestre		816	38



O educador Jamil Neto durante visita mediada ao Estádio e Museu com público

Ação 28: Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo

Justificativa da mensuração 28.1: Quantidade de atividades oferecidas

Comentário da mensuração 28.2: Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

Tal como apontado acima, os feriados do trimestre favoreceram as atividades dos finais de semana, devido a boa visitação. Destacamos o sucesso na realização das atividades e, principalmente, do número de visitantes atendidos ao longo do ano de 2018, sendo que foram realizadas 161 ações no espaço expositivo, atingindo 4.608 visitantes espontâneos. Ressaltamos ainda, que a superação da meta não gerou impacto orçamentário.

Tabela 7. Resumo dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos

Tabela 7. Lista dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos				
Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
06/10/2018	Futebocha	Jogo		8
12/10/2018	Dados das Copas	Jogo	Dia das Crianças	6
Tabela 7. Lista dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos				
Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
12/10/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	151
13/10/2018	Oficina Deboche	Atividade	Dia das Crianças	36
13/10/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	39
14/10/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	29
20/10/2018	Caixa Preta	Atividade	\	26
20/10/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	21
21/10/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	27
27/10/2018	Mulheres de Expressão	Atividade	\	19
02/11/2018	Kablan	Jogo		28
02/11/2018	Dados das Copas	Jogo		8
03/11/2018	Futebox	jogo		39
04/11/2018	Futebol Botão	Jogo		50
10/11/2018	Futvôlei adaptado	Atividade		35
11/11/2018	Da foto para o desenho	Oficina		25
15/11/2018	A jogada de sua vida em Flipbook	Jogo		47
15/11/2018	Deuses Olímpicos	Jogo		11
16/11/2018	Mulheres de Ouro	Jogo		34
16/11/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		35
17/11/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		49
17/11/2018	Qual jogador sou eu?	Jogo	Virada Consciência Negra	34
20/11/2018	Jogo da Memória (Consciência Negra)	Jogo	Virada Consciência Negra	20
20/11/2018	Qual é a História?	Jogo		12
24/11/2018	Mundo das Copas	Jogo		21
25/11/2018	Pakayemby	Jogo		14
01/12/2018	Artilheiro Adaptado	Jogo		4
03/12/2018	Super Técnico	Atividade		10
06/12/2018	Mundo das Copas	Jogo		4
08/12/2018	Deuses Olímpicos	Jogo		7
09/12/2018	Atletas de Ouro	Jogo		19
15/12/2018	Sarau Poético	Contação/Intervenção		14
15/12/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		42
16/12/2018	Oficina Duplo Retrato	Oficina		11
16/12/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		31
29/12/2018	Super Técnico	Atividade		27
30/12/2018	Folder	Atividade		13

Tabela 8. Resumo da quantidade de jogos, atividades e dinâmicas oferecidos e da quantidade de público atendido

Tabela 8. Resumo da quantidade de atividades, dinâmicas e jogos oferecidos e da quantidade de público atendido								
	Tipos de atividades oferecidas				Público atendido			
	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina
Outubro	8	2	0	0	348	14	0	0
Novembro	3	12	0	1	119	318	0	25
Dezembro	5	4	1	1	123	34	14	11
Total	16	18	1	2	590	366	14	36
Resultado Realizado	37				1006			
Resultado mínimo previsto	26				520			
ICM (trimestre)	142%				193%			



Os educadores Leandro Watanabe, Flávia Violim e Júlia Rosa realizam atividades

Ação 29: Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados

Comentário da mensuração 29.1: Número mínimo de visitas

Comentário da mensuração 29.2: Número mínimo de público atendido

Observamos o êxito obtido com as visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados ao longo de 2018, quando foram realizadas 141 delas, possibilitando o atendimento de 2.263 visitantes – sem gerar custo extra ao Museu.

Tabela 9. Relação das visitas ao museu e número de participantes por mês

Tabela 9. Relação das visitas ao e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Outubro	12	41	2
	14	20	1
	21	4	1
	27	32	4
Novembro	2	114	4

	4	40	2
	11	40	2
	15	65	2
	16	28	2
	17	6	1
	18	6	1
	20	61	4
	23	2	1
	25	47	5
	30	2	1
Dezembro	2	15	2
	6	8	1
	8	15	1
	9	56	3
	15	4	1
	23	20	1
	28	31	4
Total do trimestre		657	46

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM - SP (2018)

Durante o ano de 2018, o Museu do Futebol dedicou-se, dentro do Programa de Integração ao SISEM, ao acompanhamento do projeto de renovação da exposição de longa duração do Museu de Esportes de São José dos Campos. Dessa maneira, foram realizadas e articuladas visitas, reuniões e oficinas de curadoria colaborativa com pessoas que possuem relação com o MESJC e com o esporte e educação na cidade de São José dos Campos.

No 4º trimestre, foi realizada a reunião final, de fechamento e balanço do projeto, o qual foi entregue ao PROAC. Nesta oportunidade, foram avaliadas as diretrizes e a construção dos conteúdos dessa nova exposição, traçando a continuidade das ações em parceria para o próximo ano, no âmbito da Rede de Memória de Esportes, visando a execução da mencionada exposição.

Outro projeto realizado pelo Museu do Futebol foi a itinerância da exposição "Visibilidade para o Futebol Feminino", desenvolvida para ocupar pequenos espaços e sem custos de montagem e desmontagem. No decorrer de 2018, a mostra percorreu quatro

equipamentos, sendo um deles na capital, o Centro Cultural da Juventude Ruth Cardoso, e três no interior do Estado de São Paulo, sendo eles: o Museu Histórico e Pedagógico Major José Levy Sobrinho, em Limeira; o Museu Pelé, em Santos; e, o Museu Histórico e Pedagógico Francisco Blasi, em Botucatu. No 4º trimestre, a exposição ficou em exibição na cidade de Botucatu, atingindo 948 visitantes. O projeto é detalhado nas "Rotinas e Obrigações".

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
33	(PSISEM) Participação no projeto da Rede Memória e Esporte – Museu de Esportes São José dos Campos	33.1	Meta-Produto	Número de visitas técnicas/ oficinas de curadoria realizadas	1º Tri	2	2
					2º Tri	2	-
					3º Tri	-	1
					4º tri	-	1
					META ANUAL	4	4
					ICM%	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM - SP

Ação 33: Participação no projeto Rede de memória e Esporte – Museu de Esportes São José dos Campos

Justificativa da mensuração 33.1: Número de visitas técnicas / oficinas de curadoria realizadas

Conforme explicitado no relatório do 3º trimestre, a última ação a ser desenvolvida, no âmbito do projeto de Renovação da Exposição de Longa Duração do Museu de Esportes de São José dos Campos (MESJC), estava prevista para acontecer atrelada à finalização e entrega do projeto conceitual e expositivo, dentro do cronograma do PROAC. Considerando o estágio do andamento do projeto, em que se aguarda a viabilização financeira para sua execução, a qual está ligada a questões administrativas do MESJC - que poderá estar atrelado à Fundação Cassiano Ricardo no próximo ano -, decidiu-se por dar continuidade às conversas acerca da definição de novos conteúdos para a exposição, ainda dentro da perspectiva da curadoria colaborativa, no momento oportuno.

Dessa maneira, neste trimestre, foi realizada no Museu de Esportes uma reunião de finalização desta etapa do projeto entre o responsável pelo MESJC, Djalma Penha, e a coordenadora do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, Camila Aderaldo, na qual se fez o balanço final do projeto, discutindo-se a pesquisa e seleção de acervos realizada frente aos temas levantados nas oficinas e a produção de conteúdo realizada até então. Foram abordadas as lacunas quanto a informações que devem entrar na exposição, e a necessidade de se buscar um colaborador para auxiliar na consultoria em relação a conteúdos sobre algumas modalidades esportivas, que carecem de pesquisa aprofundada quanto a textos e prospecção de novos acervos.

Ficou acertado, como continuidade das ações relativas a esse processo de renovação, a

participação de Djalma na discussão do Museu do Futebol, proposta pelo CRFB, para a renovação da exposição de longa duração do MF, relativamente à representatividade das manifestações plurais acerca do futebol, bem como a realização, em 2019, de um workshop sobre pesquisa e desenvolvimento de conteúdo para exposições no MESJC. Foi também reforçada a participação do MF, e do CRFB, nas discussões vindouras acerca da montagem da nova exposição, no momento oportuno.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (2018)

Ao longo do 4º trimestre, os perfis do Museu do Futebol nas redes sociais foram alimentados para a divulgação do equipamento. No final do período, constataram-se 2.605 novos seguidores nas redes: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e Spotify.

Para reforçar a divulgação da programação de atividades do trimestre, foram enviados e-mails marketing e newsletters para os contatos cadastrados no mailing institucional.

Também foram veiculados três anúncios na Revista Piauí. E, obtiveram-se, como resultado do relacionamento com a imprensa, 975 inserções em veículos de comunicação, com destaque para a programação de Dia das Crianças e o programa "Férias no Museu".

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
35	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação	35.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	7
					3º Tri	2	5
					4º tri	-	1
					META ANUAL	4	13
					ICM%	100%	325%
36	(PCDI) Inserções na mídia	36.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	250	482
					2º Tri	250	1.000
					3º Tri	250	794
					4º tri	250	975
					META ANUAL	1.000	3.251
					ICM%	100%	100%
37	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	37.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	18.000	100.357
					2º Tri	18.000	77.860
					3º Tri	18.000	94.097
					4º tri	18.000	56.743
					META ANUAL	72.000	329.057
					ICM%	100%	100%
		37.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	1.500	2.566
					2º Tri	1.500	7.429
					3º Tri	1.500	10.104
					4º tri	1.500	3.644
META ANUAL	6.000	23.743					
ICM%	100%	100%					

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ação 35 – Parcerias com veículos de comunicação

Justificativa da mensuração 35.1 - Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)






No trimestre, houve a realização de uma parceria com a TV Globo em Porto Alegre para veiculação de vinheta institucional da exposição itinerante "Museu do Futebol na Area".


A meta anual foi superada (325%), mas, por se de tratar de uma meta com número mínimo, a superação é desejável, uma vez que a divulgação do Museu do Futebol em veículos de comunicação contribui para o engajamento de público e não onera o Contrato de Gestão.

Ademais, foram feitas inserções de três anúncios institucionais na Revista Piauí, dentro do contrato de permuta vigente de maio de 2018 a maio de 2019.

Abaixo a síntese dos anúncios no período.

Período: outubro a dezembro/2018 Total de três veiculações impressas		
Veículo	Data veiculação	Imagem
Revista Piauí	Edição de outubro	¼ Coluna

		<p>Ministério da Cultura, Grupo Globo e Museu do Futebol realizam a exposição</p>  <p>CLÁSSICO OCOIZALIO É E VICE-VERSA</p> <p>RIVAIS NO JOGO, PARCEIROS NA HISTÓRIA</p>  <p>DE 29/SET A 03/FEV</p> <p>Museu do Futebol Estádio do Pacaembu - Praça Charles Miller, s/n Estacionamento no local com Zona Azul (R\$5 válido por 3 horas) museudofutebol.org.br</p> 
<p>Revista Piauí</p>	<p>Edição de novembro</p>	<p>Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria da Cultura, Grupo Globo e Museu do Futebol realizam a exposição</p>  <p>CLÁSSICO OCOIZALIO É E VICE-VERSA</p> <p>RIVAIS NO CAMPO, PARCEIROS NA HISTÓRIA</p> <p>ATÉ 03 FEV TERÇA A DOMINGO, 9H ÀS 17H</p> <p>Confira o site museudofutebol.org.br para horários diferenciados de funcionamento</p> <p>Estádio do Pacaembu Praça Charles Miller, s/n Estacionamento no local com Zona Azul (R\$ 5 válido por 3 horas)</p> 

<p>Revista Piauí</p>	<p>Edição de dezembro</p>	<p>de 1/4 Página</p>  <p>Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria da Cultura, Grupo Globo e Museu do Futebol realizam a exposição</p> <p>EXPOSIÇÃO</p> <p>CLÁSSICO É VICE-VERSA</p> <p>RIVAIS NO JOGO, PARCEIROS NA HISTÓRIA</p> <p>ATÉ 03/FEV</p> <p>Acervo Memorial Corinthians do S.C. Corinthians Paulista</p> <p>Em 1918, jogadores do Corinthians almoçavam antes de um jogo contra o Palestra Itália quando um osso foi jogado com um bilhete: "O Corinthians é canja para o Palestra." Após o empate de 3 a 3, os corinthianos escreveram no osso: "Esse osso era para a canja, mas não cozinhou por ser duro demais". O osso virou relíquia e é um dos itens da exposição Clássico é Clássico e Vice-Versa.</p> <p>Museu do Futebol Estádio do Pacaembu - Praça Charles Miller, s/n • museudofutebol.org.br Estacionamento no local com Cartão Azul Digital - R\$5,00 válido por 3 horas.</p> <p>patrocinadores: BRUNO MAGLI, GLOBO, ESPORTE, MOTOROLA, piauí, etc.</p>
----------------------	---------------------------	--

Ação 36: Inserções na mídia

Justificativa da mensuração 36.1: Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)

Por se tratar de uma meta com previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável. Ressalta-se que se trata de mídia espontânea (não paga) e o volume de inserções é fruto de ações ocorridas no período, conforme explicitado abaixo.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa **975 inserções**. As ações do Museu do Futebol que mais repercutiram na mídia nesse trimestre foram: a programação de Dia das Crianças; a vinda dos alunos, que marcaram a visita ao Museu com um gesto de amizade e solidariedade; a série de eventos "Se joga na praça – Museu do Futebol e Decathlon: esporte e diversão para toda a família" e o programa "Férias no Museu".

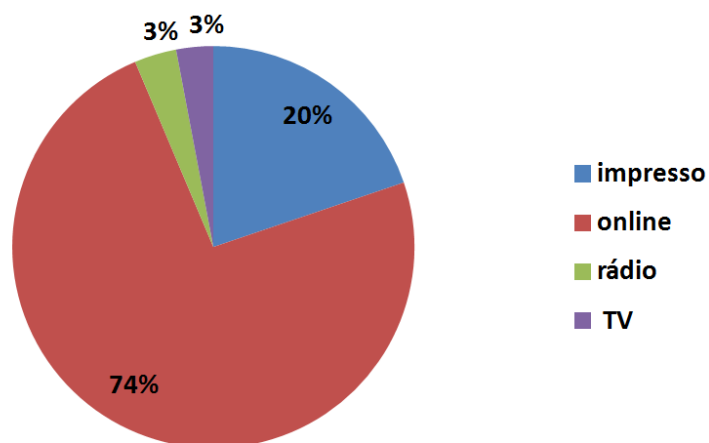
Algumas matérias veiculadas estão demonstradas no item "Clipping: destaques do mês", nas "Rotinas e obrigações" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional. Para reforço do relacionamento com a imprensa, foi contratada a agência Bebê Baumgarten Comunicação, dedicada à Exposição Itinerante "Museu do Futebol na área", em Porto Alegre, com recursos patrocinados pela Lei Rouanet.

Segue a quantidade de menções e/ou matérias que saíram na mídia no 4º trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Inserções
Outubro	270
Novembro	233
Dezembro	472

Total de 975 inserções, sendo:

- 193 matérias impressas
- 720 inserções online
- 33 inserções em rádio
- 29 inserções em TV

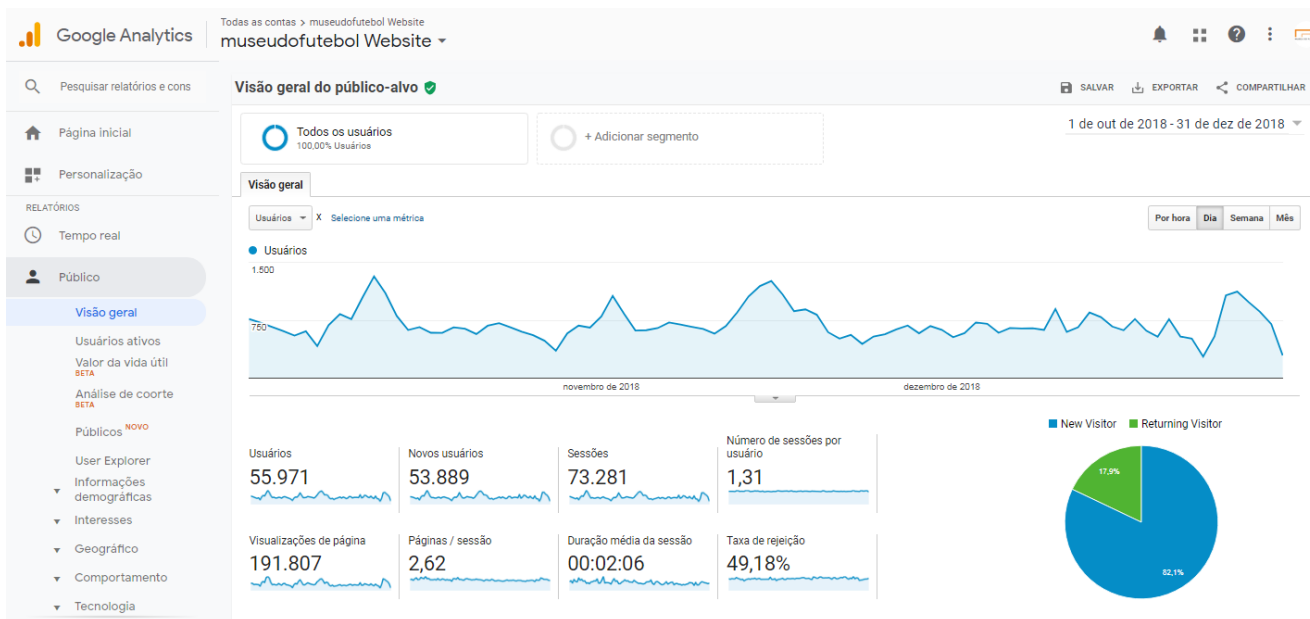


Ação 37: Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

Justificativa da mensuração 37.1 - Número mínimo de visitantes virtuais

O site do Museu do Futebol (www.museudofutebol.org.br) fechou o 4º trimestre de 2018 com 56.743 visitantes no total, considerando a soma dos meses de outubro, novembro e dezembro, sendo 55.971 visitantes únicos no período. Dentre os acessos, 82,1% foram novas visitas. É importante destacar que a superação da meta não onera o Contrato de Gestão.

Abaixo seguem dados de visitas ao site:



Picos de visitação ao site:

1º: 12/out: 1.318 visitas

2º: 16/nov: 1.258 visitas

3º: 27/dez: 1.121 visitas

Depois do Brasil, os países com maior número de visitantes são Estados Unidos e Reino Unido.

País	Aquisição			Comportamento		
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	55.971 Porcentagem do total: 100,00% (55.971)	53.952 Porcentagem do total: 100,12% (53.889)	73.281 Porcentagem do total: 100,00% (73.281)	49,18% Média de visualizações: 49,18% (0,00%)	2,62 Média de visualizações: 2,62 (0,00%)	00:02:06 Média de visualizações: 00:02:06 (0,00%)
1. Brazil	53.186 (94,66%)	51.029 (94,58%)	69.922 (95,42%)	48,19%	2,65	00:02:09
2. United States	1.660 (2,95%)	1.640 (3,04%)	1.823 (2,49%)	81,46%	1,49	00:00:26
3. United Kingdom	92 (0,16%)	89 (0,16%)	124 (0,17%)	43,55%	2,94	00:03:27
4. Portugal	85 (0,15%)	82 (0,15%)	105 (0,14%)	60,00%	1,96	00:01:19
5. Chile	79 (0,14%)	76 (0,14%)	91 (0,12%)	28,57%	3,12	00:02:56
6. Argentina	78 (0,14%)	72 (0,13%)	90 (0,12%)	47,78%	2,33	00:01:19
7. France	64 (0,11%)	62 (0,11%)	71 (0,10%)	38,03%	2,66	00:02:07
8. Germany	61 (0,11%)	59 (0,11%)	65 (0,09%)	55,38%	1,77	00:01:25
9. Canada	57 (0,10%)	56 (0,10%)	64 (0,09%)	68,75%	2,14	00:01:45
10. India	57 (0,10%)	56 (0,10%)	61 (0,08%)	80,33%	1,26	00:00:11

Principais páginas acessadas: "Horários e ingressos", "Agenda" e "Exposição itinerante – Museu do Futebol na área em Porto Alegre".

Página	Visualizações de página	Visualizações de páginas únicas	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeição	Porcentagem de saída
	191.807 Porcentagem do total: 100,00% (191.807)	145.227 Porcentagem do total: 100,00% (145.227)	00:01:18 Média de visualizações: 00:01:18 (0,00%)	73.270 Porcentagem do total: 100,00% (73.270)	49,18% Média de visualizações: 49,18% (0,00%)	38,20% Média de visualizações: 38,20% (0,00%)
1. /	58.196 (30,34%)	37.747 (25,99%)	00:00:56	35.506 (48,46%)	25,35%	29,69%
2. /pagina/horarios-e-ingressos	40.837 (21,29%)	34.355 (23,66%)	00:02:17	15.332 (20,93%)	75,36%	56,52%
3. /agenda	13.349 (6,96%)	9.542 (6,57%)	00:00:43	3.226 (4,40%)	44,85%	23,19%
4. /exposicoes-itinerantes/museu-do-futebol-na-area-porto-alegre	4.395 (2,29%)	3.683 (2,54%)	00:02:34	3.253 (4,44%)	80,73%	73,36%
5. /pagina/exposicao-longa-duracao	3.874 (2,02%)	3.438 (2,37%)	00:02:11	478 (0,65%)	74,06%	43,55%
6. /agenda/dia/2018-03-18?cat=5	3.186 (1,66%)	2.443 (1,68%)	00:00:34	192 (0,26%)	59,90%	15,35%
7. /pagina/trabalhe-conosco	2.573 (1,34%)	2.044 (1,41%)	00:02:42	1.689 (2,31%)	72,65%	77,57%
8. /exposicoes-temporarias/classico-e-classico	2.445 (1,27%)	2.129 (1,47%)	00:01:12	753 (1,03%)	83,31%	43,84%
9. /pagina/estacionamento	2.064 (1,08%)	1.776 (1,22%)	00:01:47	619 (0,84%)	78,68%	48,21%
10. /pagina/planeje	2.059 (1,07%)	1.774 (1,22%)	00:02:15	359 (0,49%)	66,30%	39,10%

Exibir linhas: 10 Ir para: 1 1

Origem do tráfego:

Origem/mídia	Aquisição			Comportamento		
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	55.971 Porcentagem do total: 100,00% (55.971)	53.952 Porcentagem do total: 100,12% (53.889)	73.281 Porcentagem do total: 100,00% (73.281)	49,18% Média de visualizações: 49,18% (0,00%)	2,62 Média de visualizações: 2,62 (0,00%)	00:02:06 Média de visualizações: 00:02:06 (0,00%)
1. google / organic	43.321 (76,15%)	41.056 (76,10%)	56.792 (77,50%)	46,85%	2,71	00:02:14
2. (direct) / (none)	7.181 (12,62%)	7.067 (13,10%)	8.830 (12,05%)	58,36%	2,25	00:01:36
3. google / cpc	1.735 (3,05%)	1.528 (2,83%)	2.084 (2,84%)	40,79%	2,71	00:01:41
4. m.facebook.com / referral	1.209 (2,13%)	1.204 (2,23%)	1.302 (1,78%)	90,40%	1,18	00:00:11
5. EmailMarketing / email	546 (0,96%)	529 (0,98%)	698 (0,95%)	80,09%	1,51	00:00:37
6. saopaulo.sp.gov.br / referral	410 (0,72%)	319 (0,59%)	476 (0,65%)	32,56%	2,94	00:02:15
7. bing / organic	351 (0,62%)	333 (0,62%)	403 (0,55%)	43,42%	2,97	00:02:37
8. l.instagram.com / referral	299 (0,53%)	292 (0,54%)	325 (0,44%)	25,54%	3,42	00:01:32
9. l.facebook.com / referral	216 (0,38%)	199 (0,37%)	365 (0,50%)	57,53%	3,68	00:06:32
10. br.search.yahoo.com / referral	156 (0,27%)	146 (0,27%)	181 (0,25%)	40,33%	2,72	00:01:47

A superação da meta anual deveu-se pelo sucesso de mídia espontânea do Museu do Futebol, tendo em vista que 2018 foi ano de Copa do Mundo FIFA, quando as atenções do público e dos veículos de comunicação se voltam para esse esporte. Também se deveu pela temática do Museu e pela repercussão das ações realizadas ao longo do ano, a exemplo da exposição temporária "A Primeira Estrela: O Brasil na Copa de 1958" e da exibição de jogos da Copa com a presença de torcidas de diversos países - devido à articulação com consulados, entre outras -, o que motivou o público a acessar o site do Museu para obter informações sobre a programação ao longo do ano. É importante registrar que 2018 foi um ano de sucesso de público. Nesse sentido, o número expressivo de acessos ao site.

Justificativa da mensuração 37.2: Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)

Por se tratar de uma meta com a previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável e não onera o Contrato de Gestão.


Em anos de Copa do Mundo, como foi o ano de 2018, as atenções do público e da mídia se voltam para esse esporte, que é o mais popular do planeta. Sendo assim, naturalmente, pela temática do Museu, há uma maior visibilidade do Museu do Futebol. Veículos de comunicação procuram o equipamento cultural para realização de matérias e para cobrir as atividades realizadas. As redes sociais, nesse mesmo sentido, tiveram maior visibilidade organicamente, pelos esforços na elaboração de conteúdos postados e também devido ao impulsionamento de posts.

Segue a quantidade de novos seguidores por rede social: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e Spotify, bem como o número acumulado por canal.

Rede social/Número de novos seguidores	Total geral de seguidores (em 31/12/2018)	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado 2018
Facebook	69.112	663	4.622	6.763	758	12.806
Twitter	24.243	403	193	46	418	1.060
Instagram	15.985	1.395	2.410	2.900	2.208	8.913
Youtube	2.607	101	197	369	257	924
Spotify	777	4	7	26	3	40
Total	112.724	2.566	7.429	10.104	3.644	23.743

Posts mais curtidos nas redes sociais (outubro a dezembro):

Facebook

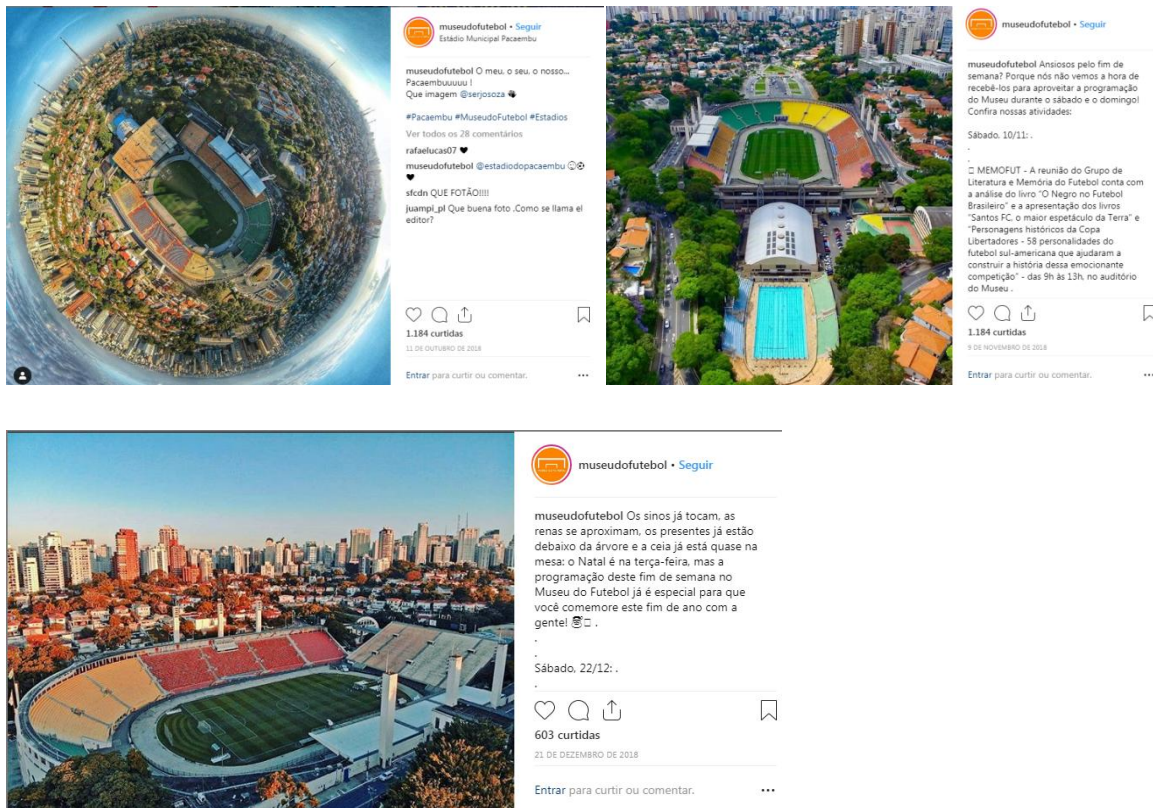


The image shows three screenshots of Facebook posts from the Museu do Futebol. The first screenshot is a post from October 11, 2018, announcing a course titled "Direitos Humanos - da teoria às práticas educativas em museus" (Human Rights - from theory to educational practices in museums). The second screenshot is a post from November 12, 2018, for "Mês da Consciência Negra" (Black Consciousness Month), featuring a portrait of a man and a photo of a child playing hopscotch on a floor with large numbers. The third screenshot is a post from December 15, 2018, announcing an exhibition titled "Clássico é Clássico e vice-versa" (Classic is Classic and vice-versa).

Twitter



Instagram

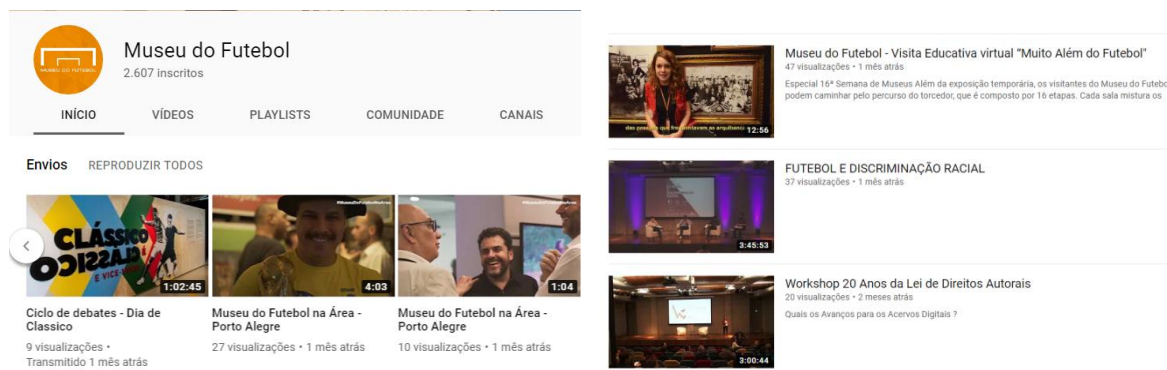


Conteúdo produzido em Spotify e YouTube

Spotify



YouTube



The screenshot shows the YouTube channel for 'Museu do Futebol' with 2,607 subscribers. It features a navigation bar with 'INÍCIO', 'VÍDEOS', 'PLAYLISTS', 'COMUNIDADE', and 'CANAIS'. Below the navigation bar, there are video thumbnails and titles:

- Museu do Futebol - Visita Educativa virtual "Muito Além do Futebol"**: 47 visualizações - 1 mês atrás. Especial 16ª Semana de Museus Além da exposição temporária, os visitantes do Museu do Futebol podem caminhar pelo percurso do torcedor, que é composto por 16 etapas. Cada sala mistura os
- FUTEBOL E DISCRIMINAÇÃO RACIAL**: 37 visualizações - 1 mês atrás.
- Workshop 20 Anos da Lei de Direitos Autorais**: 20 visualizações - 2 meses atrás. Quais os Avanços para os Acervos Digitais ?
- Ciclo de debates - Dia de Classico**: 9 visualizações - Transmitido 1 mês atrás.
- Museu do Futebol na Área - Porto Alegre**: 27 visualizações - 1 mês atrás.
- Museu do Futebol na Área - Porto Alegre**: 10 visualizações - 1 mês atrás.

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES (2018)

Foram mantidas as ações de rotina de manutenção e prevenção. Neste trimestre, foram instalados nobreaks na área administrativa do Museu, 3º andar – alas Leste e Oeste. Além disso, foi emitida a renovação do AVCB do Museu do Futebol.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
38	(PED) Implantação de projeto de monitoramento remoto do CFTV	38.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
39	(PED) Implantação de projeto de monitoramento remoto da central de detecção e alarmes de incêndio	39.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
40	(PED) Implantação de projeto para instalação de nobreak para atender cargas elétricas (3º andar alas leste e oeste)	40.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
41	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	41.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
42	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	42.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
43	(PED) Renovação de Seguros	43.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
44	PED) Implantação de projeto de monitoramento remoto do CFTV	44.1	Meta-Resultado	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%

**DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO
PREVENTIVA E SEGURANÇA**

Ação 40: Implantação de projeto para instalação de nobreak para atender cargas elétricas (3º andar alas leste e oeste)

Comentário da mensuração 40.1: Quantidade de projetos implantados

As áreas administrativas eram atendidas parcialmente por *nobreaks* pequenos instalados em alguns computadores, paralisando alguns computadores em caso de queda de energia. Para minimizar o problema, foram utilizados quatro *nobreaks* grandes, de 15, 10 e 5 KVA, com remanejamento de suas cargas de modo a atender a todas as estações de trabalho das áreas administrativas.

Inicialmente, identificaram-se as tomadas a serem atendidas pelos nobreaks, tanto no local de instalação como no quadro de força. Numa segunda etapa, foi instalado um novo quadro parcial - somente com estas tomadas. Na terceira etapa, foi feita a ligação deste quadro com

Fotos ala Leste



Quadro principal e parcial dos disjuntores



Quadro parcial dos disjuntores



Ligação no nobreak

Ação 41: Obtenção OU Renovação do AVCB

Comentário da mensuração 41.1: AVCB renovado

O AVCB foi renovado em novembro de 2018 conforme abaixo:



POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO
CORPO DE BOMBEIROS
AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS



AVCB Nº 383234

O CORPO DE BOMBEIROS EXPEDE O PRESENTE AUTO DE VISTORIA, POR MEIO DO SISTEMA ELETRÔNICO VIA FÁCIL BOMBEIROS, PARA A EDIFICAÇÃO OU ÁREA DE RISCO ABAIXO, NOS TERMOS DO REGULAMENTO DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Projeto Nº 214356/3550308/2014
Endereço: PRAÇA CHARLES MILLER Nº: 0
Complemento: Bairro: CONSOLACAO
Município: SÃO PAULO
Ocupação: CENTRO ESPORTIVO E MUSEU (F-3)
Proprietário: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
Responsável pelo Uso: ESTÁDIO MUNICIPAL PAULO MACHADO DE CARVALHO
Responsável Técnico: TIAGO TIBÉRIO MARCATTI
CREA/CAU: 5062159070 ART/RRT: 1369551
Área Total (m²): 35865,53 Área Aprovada (m²): 35865,53
Validade: 07/11/2019
Vistoriador: 1. TEN PM MURILO AUGUSTO SOARES DA SILVA
Homologação: CAP PM RUBIA QUEIROZ CURIONI
OBSERVAÇÕES: LOTAÇÃO: GINÁSIO 2.500 PESSOAS / ESTÁDIO - 40.199 PESSOAS. PROIBIDO O USO DE ARTEFATOS PIROTÉCNICOS. MANTER CMAR CLASSE I, IIA.

NOTAS: 1) O AVCB deve ser afixado na entrada principal da edificação, em local visível ao público. 2) Compete ao proprietário ou responsável pelo uso da edificação a responsabilidade de renovar o AVCB e de manter as medidas de segurança contra incêndio em condições de utilização, providenciando a sua adequada manutenção, sob pena de cassação do AVCB, independente das responsabilidades civis e criminais.

Sao Paulo, 8 de Novembro de 2018



Documento emitido eletronicamente pelo Sistema Via Fácil Bombeiros. Para verificar sua autenticidade acesse a página do Corpo de Bombeiros www.corpodebombeiros.sp.gov.br, ou utilize o aplicativo para dispositivos móveis "Bombeiros SP".

ACÇÕES CONDICIONADAS

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA (2018)

Não foram realizadas metas condicionadas.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
4	(PGTG) Elaboração de novo Plano Museológico para o Museu do Futebol	4.1	Meta-Produto	Plano entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
5	(PGTG) Realização de Pesquisa de Público (qualitativa)	5.1	Meta-Produto	Pesquisa realizada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
6	(PGTG) Elaboração de Plano de Desenvolvimento de Pessoal	6.1	Meta-Produto	Plano entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM %	100%	-

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA (2018)

Não foram realizadas metas condicionadas.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
13	(PA) Documentação da pesquisa do acervo	13.1	Meta-Produto	Nº de itens documentados/registados no banco de dados do acervo	1º Tri	250	-
					2º Tri	250	-
					3º Tri	250	-
					4º tri	250	-
					META ANUAL	1000	-
					ICM%	100%	-

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
14	(PA) Edição e publicação de entrevistas em vídeo do acervo de História Oral	14.1	Meta-Produto	Número de entrevistas editadas e publicadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	25	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	25	-
					META ANUAL	50	-
					ICM%	100%	-

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2018)

No 4º trimestre, o Núcleo de Exposições e Programação Cultural realizou 20 eventos; com público de 8.017 pessoas, ao longo de 33 dias de programação. A programação contou, também, com eventos de terceiros, o que possibilitou ao Museu do Futebol atingir novos públicos. Este ano, novamente, realizamos o programa "Férias no Museu" que, em poucos dias, atendeu número significativo de visitantes.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
20	(PEPC) Eventos da Programação Cultural (conforme Descritivo anexo)	20.1	Meta-Produto	Número de eventos realizados	1º Tri	10	13
					2º Tri	15	21
					3º Tri	15	22
					4º tri	10	20
					META ANUAL	50	76
					ICM%	100%	152%
21	(PEPC) Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo)	21.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	1	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	1	1
					4º tri	1	-
					META ANUAL	4	2
					ICM%	100%	50%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 20: Eventos da Programação Cultural

Mensuração 20.1: Número de eventos realizados

No 4º trimestre, o Núcleo de Exposições e Programação Cultural realizou 20 eventos; com público de 8.017 pessoas, ao longo de 33 dias de programação.

Além da programação produzida pela equipe interna do Museu, contamos, também, com eventos propostos por terceiros, e, assim, fixamos parcerias importantes para atingir novos públicos. Isso ocorreu com o Festival de Cinema de Futebol (Cinefoot), e com a Federação Paulista de PES (Pro Evolution Soccer), que realizou em dezembro a “1ª Copa Federação Paulista de PES”, na sala Jogo de Corpo, e trouxe um público especificamente de jogadores de games eletrônicos. Além disso, a programação contou também com o programa “Férias no Museu”, que apenas em 11 dias, do mês de dezembro, atingiu a quantidade de 1.388 visitantes.

No quadro abaixo estão detalhados os eventos realizados:

Total de eventos no período

Mês	Número de eventos	Número de dias com programação	Público total
Outubro	4	7	1.603
Novembro	7	5	934
Dezembro	9	21	5.480
Total	20	33	8.017

Síntese dos eventos por mês

Mês	Nome do evento	Data(s)	Local de realização	Participantes (total)
OUT	9º Cinefoot	1 a 3/10	Auditório	657
	Dia das Crianças	12/10	Foyer	719
	103º Memofut	20/10	Auditório	42
	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	13 e 27/10	Foyer	185
Mês	Nome do evento	Data(s)	Local de realização	Participantes (total)
NOV	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	10/11	Foyer	112
	104º Memofut	10/11	Auditório	42
	Fórum de debate: Futebol e discriminação racial	17/11	Auditório	78
	Roda de Capoeira	17/11	Vão Central do Estádio	80
	Show: “A voz dos Tambores”	20/11	Vão Central do Estádio	270
	Workshop: “Reparo e conservação de álbuns de figurinhas”	24/11	Foyer	185

	Ciclo de debate: Dia de clássico - treinador de futebol	30/11	Auditório	167
DEZ	Encontro de Colecionadores de Camisas	01/12	Foyer	384
	1º Copa Federação Paulista de PES	2/12	Sala Jogo de Corpo	957
	105º Memofut	8/12	Auditório	38
	Se Joga na Praça	6 a 9/12	Praça Charles Miller	1.445
	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	08/12 e 22/12	Foyer	148
	Ciclo de debate: Dia e clássico - torcedores	11/12	Auditório	37
	Feira de Livros de Futebol	15 e 16/12	Foyer	833
	Férias no Museu	18 a 30/12	Foyer	1.388
	Coral de Natal	22/12	Passarela	200

Dentre os eventos realizados no 4º trimestre, destacamos alguns abaixo:

Virada da Consciência Negra - Show "A voz dos Tambores" + Roda de Capoeira + Debate sobre a Discriminação Racial no Futebol.

No mês de novembro, O Museu do Futebol foi inserido no o calendário da Secretaria de Cultura do Município de São Paulo, dentro da Virada da Consciência Negra, que aconteceu de 17 a 20 de novembro, com os seguintes eventos:

"I Fórum de Debate sobre a Discriminação Racial no Futebol". O evento contou com a participação do pesquisador Marcelo Carvalho, do Observatório da Discriminação Racial do Futebol. Foram apresentados alguns números sobre o tema do fórum. O professor e historiador da USP, Marcel Tonini, contribuiu com uma breve história das tensões envolvendo o tema do racismo no futebol no Brasil; e, a mediação foi feita pelo jornalista da CBN, Luiz Nascimento.

Logo após o debate, iniciou-se uma roda de capoeira no vão central do Estádio do Pacaembu, com o grupo Projeto Liberdade Capoeira.

Houve, também, a apresentação do grupo Afro Bumbo, que trouxe arranjos musicais com os ritmos ijexá, maculelê, côco, côco de roda, samba de reggae, samba de roda e escola de samba. O show apresentou a libertação dos escravos, a transformação dos povos e a valorização dos ritmos afro brasileiros, incluindo apresentação didática - que mostrou a origem de cada instrumento, por meio de uma interação com o público.



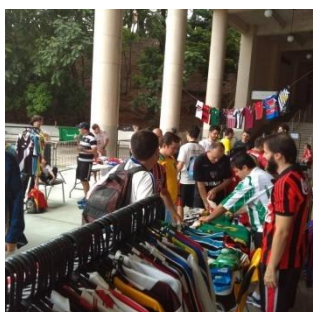
Ciclo de Debates – Dia de Clássico: Treinador de Futebol

Em parceria com o Sitrefesp, a palestra contou com um time de profissionais, tais como: Anselmo Sbraglia, preparador físico que faz parte da comissão técnica do Corinthians; Nelsinho Baptista, atualmente no Kashiwa Reysol (JAP); o uruguaio Dario Pereyra, treinador e ex - jogador; Eduardo Baptista, atualmente sem clube, mas com passagem marcante pelo Sport Recife em 2014; e Zetti, treinador, comentarista e ex- goleiro do São Paulo.



Encontro de Colecionadores de Camisas de Futebol

Nesta edição o tema foi "Clássicos Brasileiros", o evento contou com aproximadamente 30 colecionadores e foi utilizado o Foyer do estádio.



1ª Copa Federação Paulista de PES

O Museu do Futebol sediou a 1ª Copa da Federação Paulista de PES (Pro Evolution Soccer) torneio que reuniu 64 jogadores, do game Pro Evolution Soccer 2019, que se enfrentaram na etapa eliminatória da disputa, com a fase de mata-mata, e tendo a disputa da grande final na sala Jogo de Corpo.



Se Joga na Praça

A atividade foi patrocinada pela Decathlon e contou com quatro dias de programação esportiva na área externa do Museu do Futebol, com 1.445 participantes. As atividades foram divididas em quatro circuitos: Recreativo, Poliesportivo, Bem Estar e Patinação.



Feira de Livros de Futebol

O final de semana, dos dias 15 e 16 de dezembro, contou com a Feira de Livros de Futebol, em parceria com a Editora Pontes e Panda Books. Passaram pela feira aproximadamente 800 pessoas.



PROGRAMA EDUCATIVO

No ano de 2018, o Programa Educativo contou com aporte financeiro, via patrocínio, da Fundação Via Varejo, que viabilizou o pagamento de 50 ônibus e lanches para promoção da visita de grupos de pessoas em situação de vulnerabilidade social.

Os grupos foram desde alunos de escolas públicas da extrema periferia até grupos de idosos e pessoas com deficiência, ligados a instituições sociais com poucos recursos. Ao todo, foram 1.626 visitantes.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
31	Criação de material educativo para exposições temporárias	31.1	Meta-produto	Número de materiais criados	1º Tri	1	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	1	1
					4º tri	1	-
					META ANUAL	4	1
ICM %	100%	25%					
32	Oferecimento de ônibus e lanche para público especial agendado para visitas educativas	32.1	Meta-produto	Número de ônibus oferecidos	1º Tri	15	-
					2º Tri	10	-
					3º Tri	10	17
					4º tri	15	33
					META ANUAL	50	50
ICM %	100%	100%					

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 32: Oferecimento de ônibus e lanche para público especial agendado para visitas educativas

Mensuração 32.1: Número de ônibus oferecidos

Abaixo, lista das instituições que visitaram o Museu com verba do patrocínio durante o 4º trimestre.

Data da viagem	Horário de saída da origem	Horário de chegada ao destino	Origem (Instituição)	Bairro	Passageiros	Nº Veículos	Responsável	Horário do Lanche
02/10/2018	8:00	9:00	CCA MADRE NAZARENA- INSTITUTO ROGACIONISTA	Vila Leopoldina	44	1	MYRNA CRISTINA DE SOUZA GUGANI	10:30
03/10/2018	13:00	14:00	CCA Prof. José Herculano Pires I	Lapa	40	1	Cristiane Oliveira	15:30
09/10/2018	7:00	9:00	CCA EM BUSCA DA ARTE DE SER FELIZ	Vila Jacui	44	1	SONIA CRISTINA LOPES DE O. PINHATI	10:30

Data da viagem	Horário de saída da origem	Horário de chegada ao destino	Origem (Instituição)	Bairro	Passageiros	Nº Veículos	Responsável	Horário do Lanche
09/10/2018	11:30	13:00	Associação Civil Projeto Juventude do Amanhã - JEDA	Jd. Bela Vista	88	2	Aline Sousa / Camila de Assis	14:30
10/10/2018	11:30	13:00	CCA_PERSEVERANCA_I II	Mooca	44	1	Maria Alice	14:30
11/10/2018	12:30	15:00	Centro para Criança e Adolescente CCA Keralux	jardim Keralux	44	1	Cristiane Nóbrega de Souza	16:30
16/10/2018	7:30	9:00	CCA PARQUE PAULISTANO - SEPAS	São Miguel Paulista	44	1	JOSEFA ALVES DE SOUZA	10:30
16/10/2018	11:00	13:00	CEMEB_Gov_Andre_Fr anco_Montoro	Vila Dr. Cardoso - Itapevi - SP	45	1	Lucas Prado	14:30
23/10/2018	8:30	10:30	Centro Dia para Idoso Santa Clara	Jardim Colonial	44	1	Maria Varges Gomes	12:00
26/10/2018	9:00	12:00	EE_Guerra_Junqueiro	Conjunto Habitacional Juscelino Kubitschek	44	1	Lidia Pedroza	13:30
31/10/2018	7:30	9:00	Via_Varejo_CCA_Maria Leite_Caldas	Jd. Sabará	44	1	Francisco Henrique	10:30
31/10/2018	12:00	13:00	Via_Varejo_CROPH_CT A_15_Santana	Carandirú	44	1	José Pereira	14:30
31/10/2018	11:00	13:00	Via_Varejo_ASSOCIACAO_COMUNITARIA_A URI_VERDE	Chácara Santo Amaro / Jardim Varginha	44	1	Tatiane Oliveira	14:30
31/10/2018	12:00	13:00	Via_Varejo_SAICA_Brenda_Lee	Vila Portuguesa - Brasilândia	8	1	Vanessa Oliveira	14:30
06/11/2018	7:00	9:00	Via_Varejo_EE_Adalberto_Nascimento	Taquaral	44	1	Maria Antônia	N/A
08/11/2018	13:00	15:00	EE PROFESSORA ETELVINA DE GOES MARCUCCI	Jardim Morumbi	44	1	CLAUDIA MARIA CURY	16:30
09/11/2018	13:00	15:00	Via_Varejo_SMSE_Capao_Redondo_II	Parque Fernanda	44	1	Juliana Ramos	17:00
16/11/2018	9:00	10:00	Via_Varejo_Opening_Ways_Congregacao_Espirita_Maria_Benta	Jardim Oriental	60	2	Ivon Iglesia	11:30
28/11/2018	10:00	12:00	Centro Cultural da juventude Ruth Crdoso (CCJ)	VI Nova Cachoeirinha	20	1	Juliana Gleice Rodrigues	13:30
28/11/2018	11:15	13:00	Associação Espírita Beneficente Dr. Adolfo Bezerra de Menezes	Penha	23	1	Amanda Barbosa	14:30
30/11/2018	8:00	9:00	Via_Varejo_ABRINQ_Centro_Social_N_Sra_Bom_Partido_Estadio	Belenzinho	44	1	Bruna Driely / Magno Macie	11:00
30/11/2018	9:30	12:00	SASF CAPÃO Redondo III	Vila Fazzeoni	44	1	FLÁVIA DOS REIS	13:30
01/12/2018	9:00	10:00	Via_Varejo_Associação Idade_Dourada_Pinheiros	Pinheiros	44	1	Marta Fernandes da Silva	11:30
05/12/2018	11:30	13:00	SME EMEF Dr. José Dias Silveira	Vila Cordeiro	88	2	Eliana Seravalli Starling	N/A
14/12/2018	8:00	9:00	Pessoal do Faroeste / Via_Varejo_Mulheres_Cracolandia	Luz	44	1	Mariana Brunini / Roberta Rossi	11:00
18/12/2018	11:15	13:00	Via_Varejo_CCA_Madre_Rita	Campo Grande	44	1	Renata Aguilera	14:30
19/12/2018	7:30	10:00	Via_Varejo_CCA_PROCEDU_ITAIM	Parque Santa Amélia / Itaim Paulista	44	1	Célia Rodrigues / Gledsan	11:30
20/12/2018	8:00	10:00	Via_Varejo_Centro_Dia_Para_Idosos_Casa_Verde	Casa Verde	44	1	Priscila Nogueira	11:30
21/12/2018	8:00	10:00	Via_Varejo_SASF_PROCEDU_Guaianases	Guaianases	44	1	Natalia Souza	11:30
21/12/2018	10:00	12:00	Via_Varejo_SASF_PROCEDU_Uniao_Vila_Nova_Sao_Miguel	União de Vila Nova/São Miguel Paulista	44	1	Naiani Teixeira	13:30

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM (2018)

No 4º trimestre, a exposição "Museu do Futebol na Área", patrocinada via Lei Rouanet, terminou a sua itinerância no Centro Cultural Banco do Brasil, em Belo Horizonte; e, seguiu para Porto Alegre, onde esteve em exibição no Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, de 31 de outubro a 16 de dezembro, recebendo o público total de 7.635 visitantes.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
34	(PSISEM) Exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" em duas cidades	34.1	Meta-Resultado	Número de municípios atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	2
					3º Tri	-	1
					4º tri	1	1
					META ANUAL	2	4
					ICM%	100%	200%

Ação 34: Exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" em duas cidades

Mensuração 34.1: Número de municípios atendidos

A exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área", que conta com o patrocínio da Motorola, através da Lei Rouanet, levou o Museu do Futebol para quatro capitais brasileiras ao longo de 2018 e recebeu 214.801 visitantes. Foram 162 dias de exposição com entrada gratuita nas cidades de Recife, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre.

No início de 2018, no período de 24/4 a 20/5, o projeto ocupou o Centro Cultural Cais do Sertão no Recife/PE. Em seguida, a exposição foi exibida no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) das cidades do Rio de Janeiro/RJ, no período de 13/6 a 30/7; e, de Belo Horizonte/MG, do dia 15/8 até 15/10. A circulação nacional terminou na cidade de Porto Alegre/RS, onde a mostra ficou em exibição no Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, no período de 31/10 a 16/12.

A seguir, resumo das atividades realizadas no 4º trimestre de 2018.

Outubro: pesquisa e produção de conteúdo para a exposição em Porto Alegre. Desmontagem da exposição em Belo Horizonte, no período de 15 a 18/10; e, transporte para Porto Alegre, entre os dias 19 e 21/10. Início da montagem da exposição, no Museu da Comunicação Hipólito José da Costa, em Porto Alegre - programada no período de 22 a 30/10; e, abertura ao público no dia 31/10.

Novembro e Dezembro: realização da exposição em Porto Alegre até 16/12. Desmontagem da exposição em Porto Alegre e transporte da exposição para São Paulo/SP, entre os dias 17 e 21 de dezembro.

Informações sobre as cidades contempladas no 4º trimestre:

Belo Horizonte (MG)

Local de exibição: Centro Cultural Banco do Brasil

Período: 15 de agosto a 15 de outubro.

Abertura para imprensa e convidados no dia 15 de agosto.

Público total da exposição: 160.983.

Porto Alegre (RS)

Local de exibição: Museu da Comunicação Hipólito José da Costa

Período: 31 de outubro a 16 de dezembro de 2018.

Abertura para imprensa e convidados no dia 30 de outubro.

Público total da exposição: 7.635.

Abaixo, fotos da exposição em Porto Alegre/RS:







PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA (2018)

Não foram realizadas metas condicionadas.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
45	(PED) Aprimoramento de projeto de proteção e combate a incêndio	45.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
46	(PED) Aprimoramento da segurança patrimonial: automação de portas e instalação de alarmes	46.1	Meta-Produto	Número de itens instalados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	2	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-
47	(PED) Aprimoramento do sistema de CFTV: renovação de equipamentos e mobiliário	47.1	Meta-Produto	Número de itens instalados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
48	(PED) Automação do sistema de iluminação	48.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
49	(PED) Automação do sistema de ar climatizado	49.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
50	(PED) Projeto de implantação de novo tipo de luminária para a fachada	50.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
51	(PED) Melhoria de áreas internas: criação de mezanino para armazenagem	51.1	Meta-Produto	Projeto implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

Exposição sobre as Demonstrações Contábeis e seus resultados referentes ao exercício de 2018

CONTRATO DE GESTÃO Nº 004/2016

ATIVO

Disponibilidades: R\$ 4.480 - Registram o recursos financeiros (caixa, bancos conta movimento e fundos de reserva e contingência).

Aplicações Financeiras: R\$3.210 - Registram as aplicações financeiras em fundos de investimentos, poupança e CDB dos recursos disponíveis.

Aplicações Financeiras e Conta Movimento Rec. de Terceiros: R\$1.242 - Registram as aplicações financeiras dos recursos recebidos através de leis de Incentivo (Lei Rouanet).

Adiantamentos: R\$40 - Registram os adiantamentos de salários e adiantamento de férias aos empregados.

O ativo imobilizado R\$1.707- corresponde a bens tangíveis, composto de móveis, utensílios máquinas e equipamentos programas e softwares de computadores.

PASSIVO

Fornecedores: R\$216 - Obrigações com fornecedores e prestadores de serviços.

Obrigações Trabalhistas: R\$ 615 - Composto por provisões de férias, 13º salário e encargos.

RECEITAS

Receitas do Contrato de Gestão: R\$7.771 - Representam os valores repassados pela Secretaria de Cultura do Estado, provenientes do Contrato de Gestão.

Receitas de Captação: R\$5.584 - Representam os valores recebidos através de bilheteria, locações de espaços, eventos, patrocínios, doações e outras.

Receitas Financeiras: R\$205 - Representam os rendimentos das aplicações bancárias dos recursos do Contrato de Gestão e das Captações.

DESPESAS

Pessoal: R\$7.128 - Neste item estão relacionadas as despesas realizadas com salários, encargos sociais, benefícios, pagamentos à estagiários e autônomos.

Serviços Prestados por terceiros: R\$ 1.650 - Neste item estão relacionadas as despesas com Vigilância e Segurança Patrimonial, Limpeza, Assessorias e Consultorias diversas.

Gerais e Administrativas: R\$927 - Neste item estão lançadas as despesas com utilidades públicas, materiais de consumo e limpeza manutenção e reparos na edificação, locações, viagens e estadias e outras despesas diversas, tributos municipais, estaduais, federais e contribuições sindicais e associativas.

Programa de Acervo: R\$202 – Neste item estão lançadas as despesas com conservação, manutenção e renovação de direitos autorais do acervo da exposição de longa duração e do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB).

Programa de Exposições: R\$161 _ Neste item estão lançadas as despesas com exposições temporárias e programação cultural.

Plano Anual : R\$2.827 – Neste item estão lançadas as despesas com recursos federais captados através das leis de Incentivo Fiscal (Lei Rouanet) e que foram utilizados no fomento da atividade Cultural através de vários programas como programa de exposições com a realização de exposições itinerantes em 4 capitais _ Recife, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre _ programa educativo, programa de comunicação e programa de edificações.

Contexto Geral:

A entidade iniciou o exercício de 2018 com saldo financeiro na ordem de **R\$272** na conta do fundo de contingência, **R\$495** na conta do fundo de reserva. Em razão da boa gestão e economicidade dos processos administrativos e financeiros, e a busca por novos fornecedores, com valores de materiais e serviços mais baratos, propiciou ao final do ano, um saldo financeiro para o exercício de 2019 da ordem de **R\$2.375**, suficientes para cumprir com as obrigações trabalhistas e operacionais até o recebimento da 1ª parcela do Contrato de Gestão, prevista para o dia de 20 de fevereiro deste ano. Entretanto ainda há de se considerar que, ao final do exercício de 2018 a previsão de despesas com o pagamento de Obrigações e Encargos Sociais em eventual rescisão dos Contratos de Trabalho, estão estimadas em 31.12.2018, em cerca de **R\$ 615**, além da quantia de **R\$216** com fornecedores à pagar.