

RELATÓRIO ANUAL DE 2017
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

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO – ANEXO 1	2
MANIFESTAÇÃO EM RESPOSTA ÀS RECOMENDAÇÕES DA COMISSÃO DE AVALIAÇÃO DOS CONTRATOS DE GESTÃO DA SEC – RELATÓRIOS DE ATIVIDADES DOS 1º, 2º E 3º TRIMESTRES DE 2017, DO CONTRATO DE GESTÃO 04/2016	6
METAS DE GESTÃO TÉCNICA – ANEXO 1	
- PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	9
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	12
- PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	26
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	31
- PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	58
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	61
- PROGRAMA EDUCATIVO	74
- PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP	137
- PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	138
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	143
- PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA	155
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES	156
METAS CONDICIONADAS	163
QUADRO DE ANEXOS TÉCNICOS – – ANEXO 2	171
QUADRO DE ANEXOS ADMINISTRATIVOS – – ANEXO 3	306
- QUADRO DE ANEXOS PARA O TCE – ANEXO 4	330

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório anual desta Organização Social de Cultura, relativo ao exercício de 2017, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 01 de janeiro 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. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza o aspecto qualitativo das mesmas.

No ano de 2017, o Museu do Futebol recebeu **264.878 visitantes presenciais**, em 308 dias de funcionamento (um a menos do que o previsto, devido a jogo clássico no Estádio). No período de outubro a dezembro, o público total foi 65.294. Importante destacar o público de ações do SISEM e Extramuros, que somaram, em 2017, 67.681. O público total do Museu, somando o presencial e não-presencial, foi de **332.559 pessoas**, resultado 3,5% acima do público total de 2016 e 0,8% de acréscimo se considerado apenas o público presencial.

No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança** destaca-se o expressivo resultado na captação de recursos, compondo o valor total de **R\$ 4.829.830,00 (55,8% do valor do repasse)**, sendo R\$ 3.128.000,00 via Lei Rouanet, de quatro empresas, a saber: Motorola, Grupo Globo, Via Varejo e Decathlon. Além do sucesso de atração de quatro novas empresas parceiras, o ano de 2017 foi importante para a retomada da captação de receitas com a locação dos espaços para eventos corporativos: houve o aumento de 91% no valor captado em relação ao ano anterior. Vale destacar que o número de visitantes em horários exclusivos aumentou 63% de 2016 (415 pessoas) para 2017 (1.119), fruto da mudança de procedimentos e equipe responsável pela prospecção de clientes, atendimento e acompanhamento dos eventos.

A entrada de novos patrocinadores para o Museu do Futebol é o início da retomada de realização de projetos de exposição temporárias e itinerantes, além do incremento em programação cultural e ações educativas para o ano de 2018, ano em que o Museu celebrará 10 anos de abertura.

No **Programa de Acervo: conservação, documentação e pesquisa**, destaca-se o evento de apresentação da Política de Acervo para um grupo de especialistas, parte do processo de construção e validação desse importante documento que apresenta as diretrizes para constituição de um acervo de natureza digital para o Museu. Aliado a isso, organizou-se o Workshop sobre Direitos Autorais e Acervos Digitais, com boa avaliação

do público participante. No ano de 2017, houve a criação do perfil do Museu e do Centro de Referência na plataforma Medium, para a publicação de conteúdos voltados à divulgação e reflexão sobre o acervo do Museu.

O Centro de Referência completou o ano com o total de **2.391 atendimentos**, 1.986 (83%) presenciais na biblioteca, dos quais 401 (20%) foram pesquisadores que acessaram exclusivamente o local ou agendaram atendimento presencial como visitas técnicas, dentre outros. Um número que tem crescido nos últimos meses é o de atendimentos não presenciais (telefone, e-mail e redes sociais), que somaram 405 no período. O total de itens no acervo da biblioteca e midiateca no final de 2017 é de 15.139, um aumento de 68,24% em relação ao ano de 2016, devido à incorporação do acervo bibliográfico doado pela Federação Paulista de Futebol. Foram incorporados **1.776 novos itens** oriundos de digitalização de coleções, fruto das ações relatadas na meta 18 deste relatório e da oferta de digitalização de um acervo pessoal pertencente ao herdeiro do falecido jornalista esportivo pioneiro em São Paulo, Thomaz Mazzoni.

O **Programa de Exposições e Programação Cultural** realizou 43 ações culturais, ocupando 89 dias e com a participação de **20.200 pessoas**, 7,8% do total de visitantes do ano, um aumento de quase 30% em relação ao ano anterior, cujo total foi de 14.276 pessoas em ações de programação. É importante destacar as ações que visam atrair públicos para a área externa do Museu, seja o foyer, vão central ou a calçada da Praça Charles Miller em frente à fachada. Dos 43 eventos realizados em 2017, 06 ocorreram nesse espaço, como a segunda edição do "Arraial do Charles Miller" e a primeira edição do "Festival Ocupa Pacaembu", além do Programa Férias do Museu e as ações do Dia das Crianças. Dentre as ações realizadas no Auditório, destacam-se no ano o inédito "Ciclo Histórias da Várzea: o futebol amador na cidade de São Paulo", dividido em três dias e com a atração de 191 pessoas. Dessa atividade, resultou o projeto de gravação de histórias de vida em vídeo para o acervo do Museu do Futebol, a ser realizado em 2018 pela equipe do CRFB.

No **Programa Educativo**, foram atendidas o total de **41.779 visitantes**, representando 15,71% do público presencial total do Museu. O atendimento concentrou-se em visitas educativas agendadas a grupos escolares (19.324 estudantes) e oriundos de instituições sociais (13.407 participantes), perfazendo 78,34% do total de atendimentos do Programa no ano. Os demais atendimentos foram em visitas ao público espontâneo à exposição e ao Estádio do Pacaembu, aos finais de semana (3.694 pessoas) e em jogos e atividades (5.354 pessoas). Ainda que o total de público atendido em 2017 tenha sido 1,4% menor do que 2016 (que somou 42.375), o número de pessoas atendidas em visitas (agendadas e ao público espontâneo) teve um aumento de 17,34% em relação ao ano anterior, fruto do agendamento ativo e busca de novas parcerias.

Nesse aspecto, ressalta-se a parceria inédita conquistada com a Secretaria Estadual de Educação (SEE), com o projeto “Hoje é dia de Museu do Futebol”. Em 2018, a SEE enviará 200 alunos por semana ao Museu, uma estimativa de recebimento de mais de 6.000 alunos da rede pública estadual da capital paulista. O Museu do Futebol custeará os lanches dos alunos no primeiro semestre de 2018. Além dos resultados de atendimento demonstrados acima, deu início à segunda temporada do Projeto Deficiente Residente, com o tema Síndrome de Down. A residente Estela Pereira participou das ações do Núcleo Educativo durante três meses e esse trabalho resultou em dois novos produtos do Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol.

No **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, o ano encerrou com 2.164 inserções em mídias (70% on line; 17% impressa; 8% rádio e 5% TV). Foram 390.193 visitantes únicos no site e 12.969 novos seguidores nas mídias sociais. Nesse aspecto, foi criada, em 2017, o perfil do Museu no Spotify, plataforma de audição de músicas. O Museu criou, entre abril e dezembro, 12 *playlists*, a maioria com músicas do cancionário brasileiro relacionadas ao tema futebol.

Em 2017, foram realizadas parcerias com Revista Piauí, Estado de S. Paulo, UOL, Rádio BandNews e BandFM; Revista do Taxi; SPTrans e com a Kleffer, todas para veiculação de anúncios do Museu do Futebol. A última empresa citada veiculou anúncio do Museu do Futebol na final da Copa do Brasil, realizada entre Cruzeiro e Flamengo no Estádio Mineirão (Belo Horizonte), partida com mais de 61 mil torcedores presentes, além da transmissão ao vivo pelos principais canais de TV aberta e fechada.

Por fim, vale lembrar a parceria com os quatro grandes clubes paulistas, sendo o São Paulo F.C (janeiro); o Santos F.C (abril); S.E. Palmeiras (agosto) e Sport Club Corinthians Paulista (setembro), visando a ação promocional com sócios-torcedores nos respectivos meses de aniversário de cada entidade. Como principal resultado, além da divulgação alcançada nas redes sociais, estão quatro roteiros de visita ao Museu com enfoque na história dos times, acessível a todos os visitantes por meio de um aplicativo para *smartphones*: app.museudofutebol.org.br. Os roteiros foram desenvolvidos internamente, pelas equipes do CRFB, Exposições e Tecnologia.

QUADRO RESUMO



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA

Museu do Futebol	IDBRASIL Cultura Educação e Esporte - IDBR
CG: 04/2016	TA: NUMERO

QUADRO RESUMO PARA RELATÓRIO/PARECER ANUAL – 2017

(I) CONFORMIDADE	2017	FONTE	Observação UGE (1)
Orçamento previsto para RH (R\$)	7.018.402	Relatório Previsto x Realizado	
Total despendido com RH (R\$)	6.407.492	Relatório Previsto x Realizado	
Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	1.061.752	Relatório Previsto x Realizado	
Total despendido com diretoria (R\$)	856.572	Relatório Previsto x Realizado	
Número de empregados CLT (em 31/12/2017)	70	Relatório Sintético de RH	
Número de demissões em 2017	5	Relatório Sintético de RH	
Total despendido com rescisões em 2017 (R\$)	37.790	Relatório Sintético de RH	
Percentual limite para gastos de RH (2)	70%	CG /último TA	
Percentual limite para gastos de Diretoria (3)	15%	CG /último TA	

(II) EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2017	FONTE	Validação UGE (4)
Nº de ações com metas previstas	68	Relatório de Atividades Anual	✓
Nº de ações com metas integralmente cumpridas	66	Relatório de Atividades Anual	✓
Nº metas condicionadas	18	Relatório de Atividades Anual	✓
Nº de metas condicionadas integralmente cumpridas	0	Relatório de Atividades Anual	✓
Índice de satisfação do público/aluno(5)	98,4	Pesquisa, pg. 265 Rel Anual	✓

(III) PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS - 2017 (6)	2015	2016*	2017	
Ação/público/etc	REALIZADO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO
Nº de exposições realizadas	4	1	0	0
Nº de eventos realizados	47	41	20	43
Público educativo	66.015	42.375	27.688	41.779
Público total	270.902	262.648	300.000	264.878

*CG 05/2011 + CG 04/2016

(IV) A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?	() NÃO	() SIM
---	---------	---------

RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2017		
Com relação às informações preenchidas pela OS no quadro resumo, a UGE:		
() VALIDA INTEGRALMENTE	() VALIDA PARCIALMENTE	() NÃO VALIDA
Nos casos de validação parcial e não validação, indicar em nota de rodapé divergências e providências a respeito.		
Nº de ações com metas não executadas com justificativa aceita pela UGE		
A UGE realizou ações de acompanhamento in loco ou à distância e avaliação dos resultados qualitativos?		() NÃO () SIM
Em caso afirmativo, comente os resultados e os principais destaques qualitativos (máximo 10 linhas)		

NOTAS:

(.1)	Esta coluna deverá ser preenchida pela UGE caso considere necessário fazer observação quanto à informação apresentada pela OS.
(.2)	A OS deverá preencher conforme consta de seu Contrato de Gestão se o percentual é relativo ao repasse previsto, às receitas totais, às despesas totais entre outros.
(.3)	A OS deverá preencher conforme consta de seu Contrato de Gestão se o percentual é relativo ao total de despesas previstas com recursos humanos, às receitas totais, às despesas totais entre outros.
(.4)	Esta coluna deverá ser preenchida pela UGE com tik (representando "de acordo") ou nota de rodapé para explicação de divergência identificada.
(.5)	Caso haja mais de um resultado, inserir (*) e especificar em quadro a parte o nome da pesquisa, o público pesquisado e o percentual atingido. Caso a pesquisa não utilize percentual, inserir (*) para especificar a forma de avaliação adotada.
(.6)	Fonte- http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/ . Não alterar os dados apresentados relativos aos anos anteriores. Para 2017, preencher os mesmos itens dos anos anteriores, usando informação do plano de trabalho previsto e realizado. Indicar em nota de rodapé, para cada item, o número das ações do plano de trabalho que compõem o resultado apresentado (apenas para 2017). Para o realizado poderão ser somadas as realizações de metas condicionadas. Observação: o total de público presencial de 2016 deve ser igual ao total apresentado no Anexo Adm.24 (MaPA) para este item.

Manifestação em resposta às recomendações da Comissão de Avaliação dos Contratos de Gestão da SEC – Relatórios de Atividades dos 2º e 3º trimestres de 2017, do Contrato de Gestão 04/2016 – recomendações direcionadas diretamente à OS

Recomendações relativas ao 3º trimestre:

A Comissão de Avaliação entende que 100% das metas devem ser atendidas e, portanto, recomenda ao Museu do Futebol:

- *Que deve ser realizado, impreterivelmente no trimestre subsequente ao recebimento deste relatório, um evento para divulgação da política do acervo e um workshop técnico que atenda o mínimo de dez profissionais;*

Foi realizado em dezembro/2017 o referido workshop, com participação de 28 profissionais, conforme relatório anual, anexo das metas 13 e 14.

- *Que haja revitalização nas programações para que o público não perca o interesse em visitar o Museu do Futebol, já que os eventos realizados para desenvolver e executar programações temporárias a partir da "Política de Exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol", excederam seu indicativo de produto e de resultado e o número de visitantes recebidos presencialmente não alcançou o índice proporcional a três trimestres, ficando em 67%;*

Esta recomendação está em linha com o planejamento para 2018, quando a programação cultural será intensificada com recursos que foram captados via Lei Rouanet no final de 2017. Cumpre destacar, contudo, que as ações culturais desenvolvidas em 2017 obtiveram aumento de quase 30% de público comparado ao ano de 2016, demonstrando o esforço do IDBrasil para revitalizar a programação e engajar públicos. Contudo, como demonstra a série história de visitação do Museu do Futebol, as ações culturais (realizadas no foyer, auditório e outras áreas independente das exposi es), correspondem a menos de 10% do total de visitantes. Entende-se que o esforço na atra o de público espontâneo do Museu   uma soma de a es em diferentes programas, de exposi es a programa o cultural, educativo e comunica o, com foco intenso em campanhas que gerem visibilidade ao equipamento.   vital considerar na análise a diminui o de orçamento investido nesses programas nos últimos anos, em razão dos cortes orçamentários.

- *Que seja iniciado o projeto de renovação de exposição de longa duração no próximo trimestre;*

Foi apresentado no Relatório Anual o projeto para a renovação e atualização da exposição, cujo teor é mais versátil e exequível do que a ideia planejada quando da pactuação do contrato de gestão em 2016, no qual constava esse objetivo. O IDBrasil reforça o desejo de avançar com a renovação de modo mais completo, contudo, devido às características expográficas do Museu, trata-se de um projeto de alta complexidade e custos.

- *Que se considere a possibilidade de revisão do Plano de Trabalho, para o Programa Educativo;*

As metas do Programa Educativo estão alinhadas aos entendimentos da unidade gestora, que possui um grupo de trabalho atuante e que articula os setores educativos dos museus. O IDBrasil tem superado metas de atendimento, uma vez que essas foram pactuadas num patamar mínimo, sendo desejável e esperada a sua superação. Como modo de tornar mais transparente a capacidade de atendimento do Programa, em especial a grupos agendados, é demonstrada a cada trimestre a capacidade de vagas oferecidas ao público. O percentual realizado tem seguido a série histórica, pois para esse tipo de atividade é crucial considerar a sazonalidade de grupos escolares (que não agendam em períodos de férias, por exemplo) e outros fatores, tais como, cancelamentos, vinda de menos pessoas do que o número agendado e intercorrências diversas.

O IDBrasil fica à disposição para receber dessa Comissão de Avaliação recomendações mais específicas a respeito do Programa Educativo.

- *Que sejam implantadas estratégias para aumentar o número de seguidores nas redes sociais, já que o número de visitantes nas páginas superou os indicativos de resultado.*

Recomendação será acatada. Em 2018 pretende-se reforçar a prioridade em Comunicação, incluindo as redes sociais. Cumpre informar, contudo, que as redes sociais operam com regras próprias que têm se alterado com frequência. Essas alterações impactam na visibilidade da página na rede (sem patrocínio atinge menos de 6% do público seguidor). Ao contrário do site, que é de domínio próprio

da instituição, as ações de comunicação nas redes sociais ficam sujeitas às regras de terceiros.

Recomendações relativas ao 2º trimestre:

- À OS a busca de melhores estratégias para ampliar número de público, em linha com os eventos que trouxeram celebridades do mundo do esporte atraindo público para o equipamento.

O IDBrasil acata a recomendação e alinha-se com o objetivo de ampliação do público. Fundamental para isso é o investimento em atividades e exposições, feito que será realizado em 2018 a partir de recursos captados via Lei Rouanet. Eventos com celebridades esportivas está no radar de possibilidades da instituição, e operaremos dentro das possibilidades orçamentárias para esse objetivo.

- Que toda contratualização com a SEC contemple metas ou obrigações de acessibilidade, permitindo maior inclusão e diversificação de público a fim de garantir e ampliar acesso, um dos pilares da política pública de cultura no Estado de São Paulo.

O IDBrasil está alinhado com essa recomendação e destaca o trabalho realizado no Museu do Futebol para garantir acessibilidade física e comunicacional, bem como uma política de gratuidades e parcerias para recebimento de públicos em situação de vulnerabilidade social.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS DO MUSEU DO FUTEBOL - ANO 2017

1. PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança**, o quarto trimestre foi marcado pela prospecção intensa para captação de recursos junto às empresas privadas, resultando na obtenção de uma captação recorde de recursos na história do Museu do Futebol.

O Plano Estratégico para o ano 2017-2018, em razão desse sucesso, pode ser direcionado ao incremento de ações culturais na sede do Museu, na itinerância do Museu para quatro capitais brasileiras, no aumento do público atendido pelo Educativo e numa série de ações de aprimoramento institucional a serem implantadas em 2018.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1	Monitorar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc.) (Eixo 3)	Relatório semestral da implantação das ações	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	-
			4o tri	1	1
			META ANUAL	2	2
			ICM%	100%	100%
2	Conceber e implantar política de concessão de gratuidades e descontos para ingressos visando fidelização de públicos	Plano entregue	1o tri	1	-
			2o tri	-	1
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
3	Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	3 projetos inscritos	1o tri	-	-
			2o tri	1	2
			3o tri	1	2
			4o tri	1	-
			META ANUAL	3	4
			ICM%	100%	133%

4	Captar recursos financeiros (Eixo 3)	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		22,3% de captação em relação ao repasse	1o tri	482.300	304.548
			2o tri	482.300	345.705
			3o tri	482.300	899.694
			4o tri	482.300	3.283.460
			META ANUAL	1.929.200	4.833.407
ICM%	100%		250,5%		
5	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Nº de relatórios entregues	1o tri	1	1
			2o tri	1	1
			3o tri	1	1
			4o tri	1	1
			META ANUAL	4	4
ICM%	100%		100%		
6	Índice de satisfação (= ou > 80%)	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Índice de satisfação (= ou > 80%)	1o tri	(= ou > 80%)	96%
			2o tri	(= ou > 80%)	94%
			3o tri	(= ou > 80%)	96%
			4o tri	(= ou > 80%)	93%
			META ANUAL	(= ou > 80%)	95%
ICM%	100%		100%		
7	Atualizar o Plano Estratégico do Museu do Futebol (2017-2018)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Plano atualizado entregue	1o tri	1	-
			2o tri	-	1
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
ICM%	100%		100%		
8	Monitoramento anual (síntese das ações/resultados)	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Monitoramento anual (síntese das ações/resultados)	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	1	1
			META ANUAL	1	1
ICM%	100%		100%		

No	Ação	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
9	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) – Eixo 2	Número de encontros oferecidos	1o tri	2	2
			2o tri	2	2
			3o tri	2	2
			4o tri	2	2
			META ANUAL	8	8
			ICM%	100%	100%
10	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) – Eixo 2	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de funcionários atendidos	1o tri	10	15
			2o tri	10	12
			3o tri	10	10
			4o tri	10	21
			META ANUAL	40	58
			ICM%	100%	145%
11	Elaborar Cartilha para acolhimento de novos funcionários - EIXO 2	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Cartilha entregue	1o tri	1	1
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

Justificativa da superação da Meta 4 – Captar recursos financeiros

A meta foi superada em razão da obtenção de receitas por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura, fruto da revisão de estratégias para a área institucional, implantada a partir da mudança de direção do IDBrasil. A superação 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.

Justificativa da superação da Meta 10 – Números de funcionários atendidos (Projeto Conviver)

A meta foi superada em razão de ser uma ação para o público interno, sendo, no período, ampliado para o grupo de coordenadores, diretores e

toda a equipe de educadores do Museu do Futebol. A superação não onera o Contrato de Gestão.

ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

Meta 01 -> vide página 12

Meta 04 - > vide página 13

Metas 05 e 06 - > vide página 14

Meta 08 -> vide página 22

Metas 9 e 10 - > vide página 24

Meta 1 - Monitorar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc.) (Eixo 3). Relatório semestral da implantação das ações

Ao longo do ano, a equipe de Comunicação e Desenvolvimento Institucional juntamente com as Diretorias do IDBrasil realizaram uma série de melhorias no que diz respeito aos processos, divulgação e atendimento para a cessão onerosa dos espaços do Museu do Futebol.

Como registrado no relatório do segundo trimestre, uma apresentação com fotos e textos dos espaços e visitas exclusivas ao Museu foi incorporada ao site para que os potenciais clientes obtivessem facilmente informações e os canais para contato. A proposta comercial igualmente passou por melhoria para ser mais direta e para conter as informações essenciais para o processo decisório. Nesse mesmo sentido, o contrato e os processos da área foram revisados.

No facebook da instituição foram postados anúncios patrocinados e foi amplamente utilizado recurso *Adwords*, que indexa anúncio no topo do site de busca Google de acordo com palavras-chaves escolhidas. Tais palavras-chaves foram selecionadas e aplicadas para que usuário fosse impactado com o anúncio dos espaços do Museu para eventos.

A equipe de Comunicação e Desenvolvimento Institucional acompanhou presencialmente todos os eventos realizados no ano e interagiu diretamente com seus produtores, antes, durante e após sua realização. A observação dos processos e o diálogo com os clientes são a base para o mapeamento de possíveis melhorias no que diz respeito à infraestrutura e desempenho das equipes do IDBrasil envolvidas nos eventos (Infraestrutura, Tecnologia, Orientadores de Público e Educadores). De forma geral, os clientes ficaram

bastante satisfeitos com seus eventos não havendo críticas negativas que demandassem revisão nos processos e atuação das equipes.

A tabela da cessão onerosa dos espaços para eventos foi revisada de acordo com o *benchmarking* realizado, análise do *feedback* dos clientes e tendo em vista a Copa do Mundo FIFA 2018, quando as atenções se voltam ao futebol e, por conseguinte, a procura pelos espaços do Museu deve ser maior.

O resultado do ano foi a geração de R\$ 332.945,00 em locações, número 91% superior ao resultado alcançado no ano de 2016. O que demonstra que o plano realizado atingiu seus objetivos com eficácia.

Meta 4 - Captar recursos financeiros

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	176.629	144.907	253.618	210.829	785.984
Aluguéis	66.750	80.250	88.800	97.800	333.600
Cessão de Espaço - Eventos	47.735	84.770	109.582	90.858	332.945
Convênios/Patrocínios e Doações	8.954	11.689	36.576	146.164	203.383
Leis de Incentivo	-	-	400.000	2.728.577	3.128.577
Reembolsos/Ressarcimentos	4.480	24.089	11.118	9.232	48.919
TOTAL Captação trimestral	304.548	345.705	899.694	3.283.460	4.833.407
Indicativo de meta de Captação no período	482.300	482.300	482.300	482.300	1.929.200
Índice de cumprimento da meta no período	63,1%	71,7%	186,5%	680,8%	250,5%
Meta Captação Anual (22,3% sobre o valor do repasse)	1.929.200	1.929.200	1.929.200	1.929.200	1.929.200
Índice de cumprimento da meta do Ano	15,8%	17,9%	46,6%	170,2%	250,5%

Observações:

No exercício de 2017 recebemos através da Lei Rouanet as quantias abaixo:

PRONAC 163821	3º TRIMESTRE
Patrocinador	
Globo	400.000

PRONAC 163821	4º TRIMESTRE
Patrocinador	
Motorola	2.000.000
Globo	200.000
PRONAC 177453	4º TRIMESTRE
Via Varejo	400.000
Decathlon	128.577

Metas 5 e 6 - Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC

Abaixo, os relatórios obtidos a partir do sistema SOLVIS, utilizado na coleta dos dados do público espontâneo do Museu do Futebol.

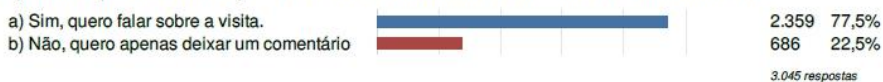
Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações entre 01/10/17 e 31/12/17

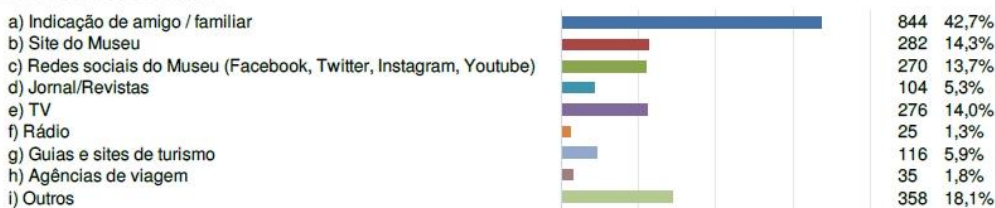
1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?



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



3. Como você nos conheceu?



Seleção múltipla permitida

4. Qual(is)?



Top 10 palavras	Frequência
1. escola	102 (27,3%)
2. globo	55 (14,7%)
3. passeio	17 (4,5%)
4. internet	14 (3,7%)
5. google	11 (2,9%)
6. escolar	8 (2,1%)
7. espn	8 (2,1%)
8. professor	7 (1,9%)
9. band	6 (1,6%)
10. visita	6 (1,6%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. passeio, escola	9 (2,4%)
2. passeio, escolar	6 (1,6%)
3. globo, band	3 (0,8%)
4. peixe, urbano	3 (0,8%)
5. copa, atletismo	3 (0,8%)

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



Seleção múltipla permitida

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



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



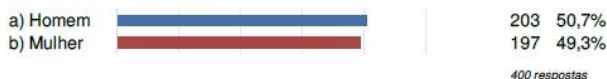
8. O que poderia ser melhor para que você nos recomendasse?



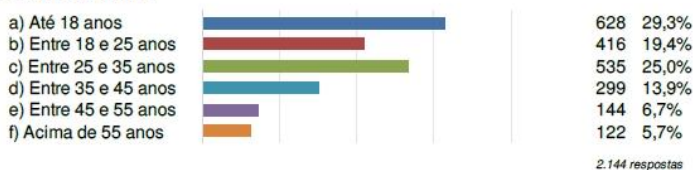
Top 10 palavras	Frequência
1. nada	14 (6,4%)
2. futebol	13 (6,0%)
3. tudo	10 (4,6%)
4. comida	9 (4,1%)
5. atividades	8 (3,7%)
6. colocar	7 (3,2%)
7. interativas	7 (3,2%)
8. informacoes	6 (2,8%)
9. campo	6 (2,8%)
10. bom	6 (2,8%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. comida, de graça	3 (1,4%)
2. gosto, futebol	3 (1,4%)
3. atividades, interativas	3 (1,4%)

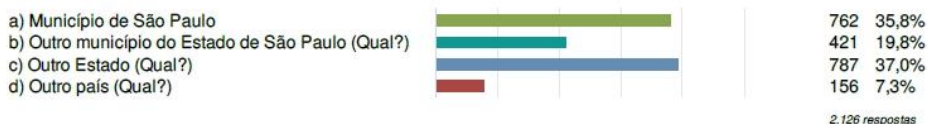
9. Como você se reconhece?



10. Qual a sua idade?



11. Onde você mora?



12. Qual a sua escolaridade?



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

a) Carro	1.328	63,8%
b) Metrô	302	14,5%
c) Ônibus	430	20,7%
d) Moto	37	1,8%
e) Bicicleta	35	1,7%
f) A pé	250	12,0%

Seleção múltipla permitida

2.080 respostas

14. Deixe seu comentário/sugestão/crítica:



Top 10 palavras	Frequência
1. bom	122 (13,2%)
2. ótimo	79 (8,5%)
3. museu	77 (8,3%)
4. legal	75 (8,1%)
5. futebol	54 (5,8%)
6. adorei	53 (5,7%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. adorei, museu	11 (1,2%)
2. museu, legal	9 (1,0%)
3. bom, museu	9 (1,0%)
4. chute, gol	9 (1,0%)
5. historia, futebol	9 (1,0%)
6. sobre, futebol	9 (1,0%)

Conforme apontado no relatório consolidado acima, a avaliação do Museu permanece em alto índice de satisfação (acima de 90% ou 4,66 numa escala de 0 a 5).

A seguir, a evolução da avaliação de satisfação ao longo do ano de 2017. A observação dessa evolução é importante para constatar que o Museu apresentou bons índices de satisfação em todos os meses. Não houve ocorrências graves para que se alterasse a avaliação. O perfil de público e

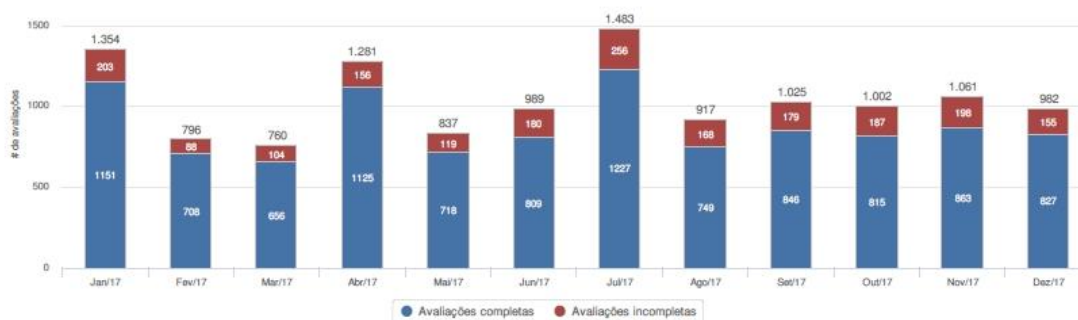
também os meios de acesso e conhecimento também permaneceram constantes.

O destaque vai para a distribuição de gênero: embora o Museu continue atraindo mais homens do que mulheres, em alguns meses houve mais respostas na pesquisa oriundas de mulheres. A média de avaliações respondidas por mês também seguiu uma proporção constante entre avaliações completas e incompletas. O número de respostas acompanhou a curva de visitação (maiores nos meses de janeiro e julho).

Relatório de Participação

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros: Nenhum



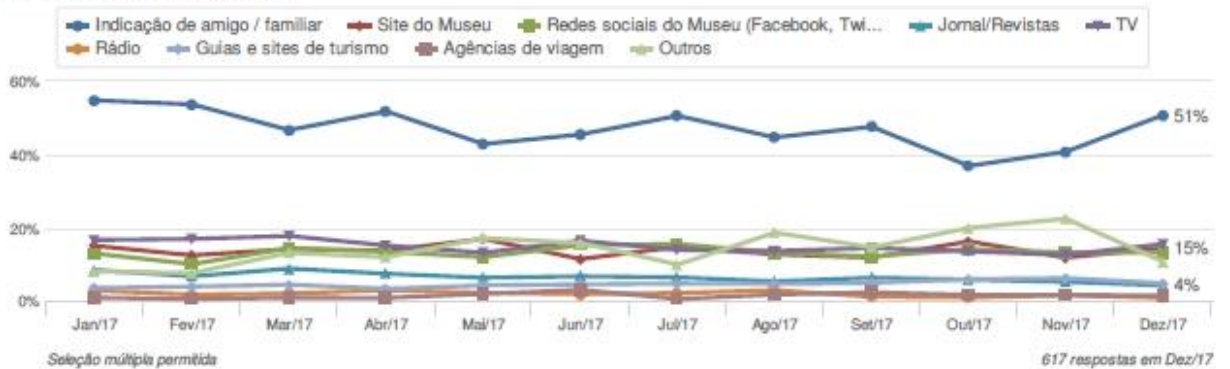
1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?



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



3. Como você nos conheceu?



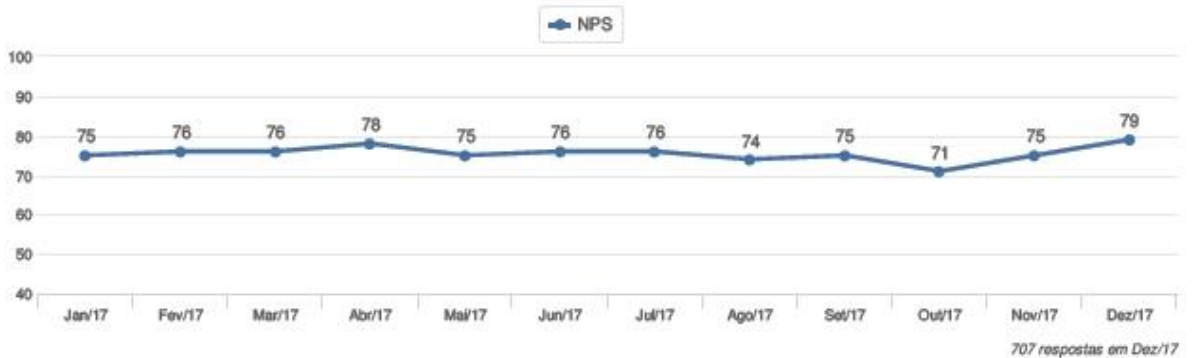
5. Quais os motivos da sua visita? Você pode escolher mais de uma alternativa.



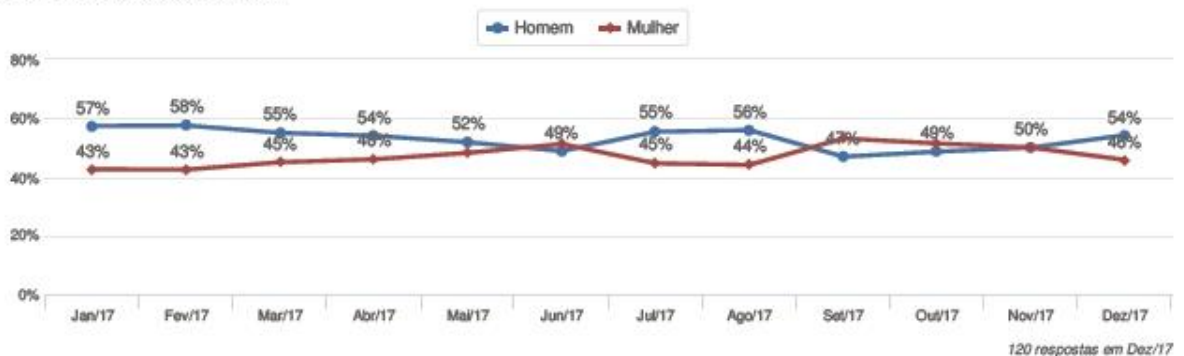
6. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?



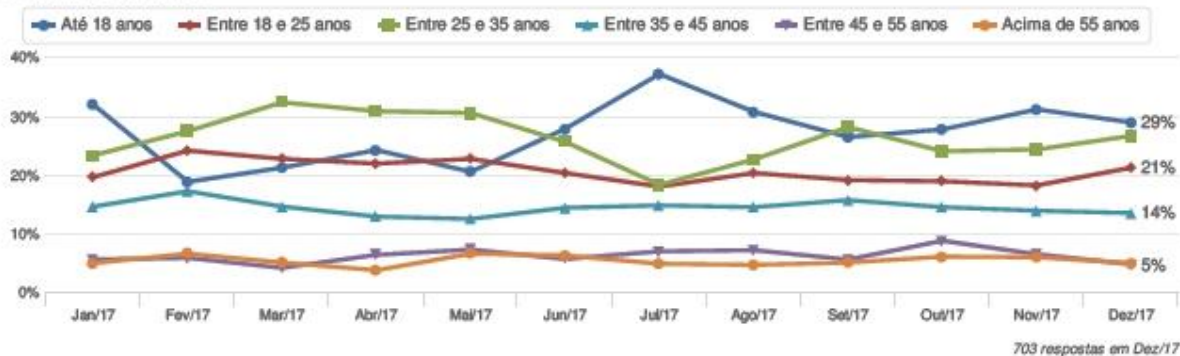
7. Qual a probabilidade de você recomendar o Museu do Futebol?



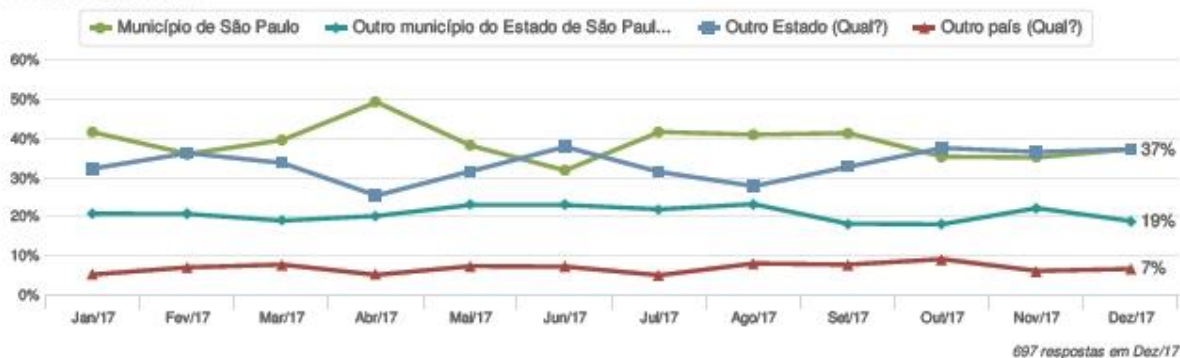
9. Como você se reconhece?



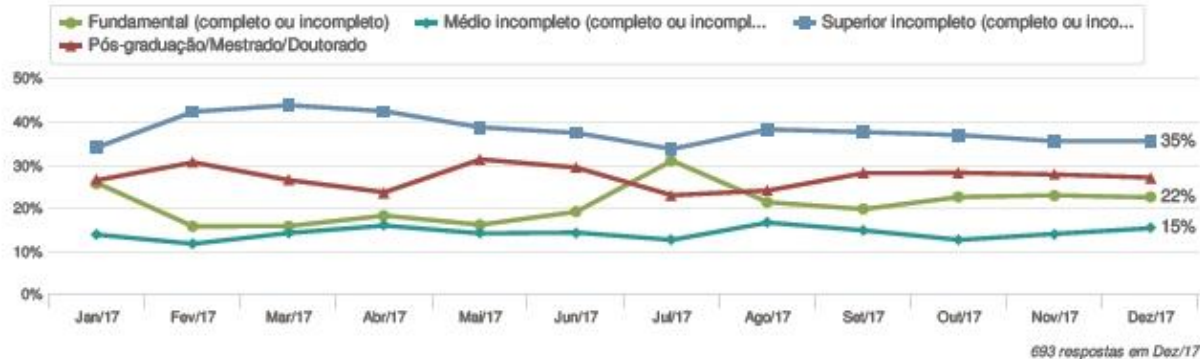
10. Qual a sua idade?



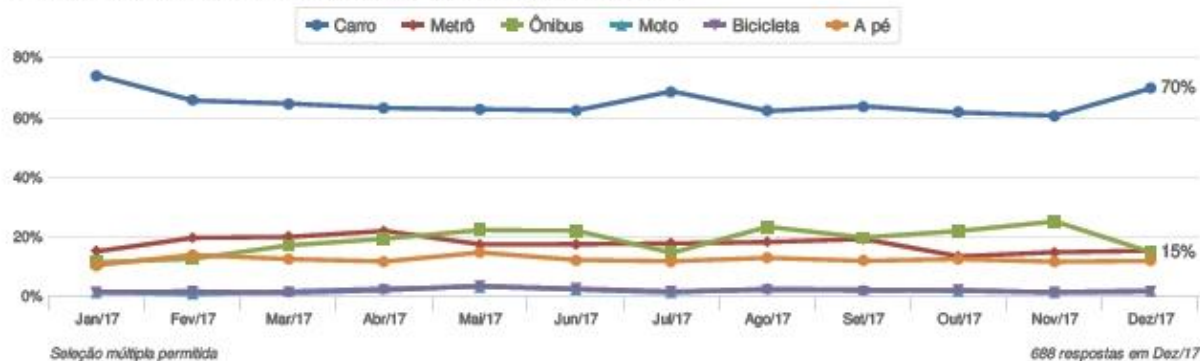
11. Onde você mora?



12. Qual a sua escolaridade?



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



Meta 8 - Atualizar o Plano Estratégico do Museu do Futebol (2017-2018) - Monitoramento anual

No Relatório do segundo trimestre de 2017, o IDBrasil apresentou o status das metas desenhadas em 2015 e 2016, quando da renovação do contrato de gestão do Museu do Futebol. Além disso, estabeleceu metas para o período 2017-2018 (quadro abaixo). No mês de agosto de 2017, houve a mudança de gestão executiva da OS. A alteração da Direção Executiva do IDBrasil possibilitou revisitar as prioridades institucionais e focar, no segundo semestre do ano, na atração de novos parceiros e patrocinadores ao Museu do Futebol.

	METAS	EQUIPE	PRAZO	Status
Gestão Administrativa e RH				
1.	Reorganização de processos administrativos - Processo de Compras e Contratações	Diretoria Adm. + Coordenadores + Consultoria FIPE	2º. Sem. 2017	Em andamento.
2.	Reorganização de processos de Recursos Humanos	Diretoria Adm. + Coordenadores + Consultoria FIPE	2º. Sem. 2017	Em 2018, a estruturação de políticas novas para o setor será uma das prioridades da gestão.
Gestão Executiva, Transparência e Governança				
1.	Criação de programa de integridade/Compliance	Diretoria ADM + Consultoria Jurídica	1º. Sem. 2018	Em andamento.
2.	Criação do Comitê interno para Economicidade	Integrantes do comitê	2º. Sem. 2017	Não foi implantado. No lugar, houve melhoria nos processos de geração de receitas/captação de parcerias.
3.	Aprimoramento de estratégias de apresentação para patrocínio do Museu	Diretoria Executiva + Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional	2º. Sem. 2017	Meta cumprida.
4.	Estabelecer parcerias internacionais para o Museu do Futebol, visando: divulgação e intercâmbios: prospecção	Diretoria Executiva + Diretoria Técnica + Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional	1º. Sem. 2018	Será um dos focos prioritários para 2018.

5.	Avaliação da marca Museu do Futebol e potenciais usos (produtos licenciados, por ex)	Diretorias + Consultoria externa	2º. Sem 2018	Será reavaliado em 2018.
6.	Relacionamento com Estádio do Pacaembu e Praça Charles Miller – acompanhamento das políticas de gestão dos dois espaços	Diretoria Executiva + Diretoria Técnica	Contínuo	O processo de concessão privada do Estádio está sendo acompanhado de perto pela Direção do IDBr, visando conhecer os atores e pensar em oportunidades para o Museu do Futebol.
Gestão Técnica				
1.	Reorganização de processos de produção de exposições e eventos de programação cultural	Diretoria Técnica + Núcleo de Exposições e Programação Cultural	2º. Sem. 2017	Em andamento, especialmente visando a criação de ações culturais com maior impacto de público.
2.	Ampliar e diversificar públicos do Museu	Diretoria Técnica + Coordenadores área fim e comunicação	1º. Sem. 2018	Será uma das prioridades para 2018.
3.	Ampliar e diversificar programação cultural e exposições	Diretoria Técnica + Núcleo de Exposições e Programação Cultural + CRFB	1º. Sem. 2018	Em 2018 estão programadas duas exposições (maio a agosto e setembro a dezembro); novos projetos estão sendo prospectados para o ano de 2019. A diretoria executiva está liderando o processo de prospecção de novos parceiros.
4.	Analisar viabilidade/estruturação de nova frente de atuação do CRFB: gestão de acervos e coleções sobre futebol de terceiros	Diretoria Técnica + CRFB	2º. Sem. 2018	Será analisado em 2018.

Metas 9 e 10 - Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional)

Data: 21/12/2017 – encontro I

28/12/2017 – encontro II

Proponentes: Bruna da Silva Colucci e Bárbara Cinelli

Participantes - Encontro I: Angélica Angelo, Claudia Stocco, Daniel Magnanelli, Débora Oliveira, Diego Sales, Flavia Violim, Jamil Neto, José Neto, Lais Oliveira, Marcelo Continelli, Tatiane Oliveira e Rafael Degl.

Participantes - Encontro II: Camila Aderaldo, Carol Bianchi, Daniel Magnanelli, Daniela Alfonsi, Eric Klug, Felipe M, Ialê Cardoso, José Roberto, Ligia Roldan, Marcelo Continelli, Mariana Chaves e Vitória Boldrin.

Como encerramento das atividades do Projeto Conviver do ano de 2017 houve a elaboração de uma apresentação com a síntese das ações ocorridas nos anos de 2016 e 2017. O material foi utilizado nos dois encontros do período, o primeiro direcionado aos educadores, supervisores e coordenação do núcleo educativo e o segundo à equipe de coordenadores e diretores do Museu do Futebol e IDBrasil.

No primeiro, encontro foi realizado com intuito de mostrar os resultados para a equipe bem como o desenvolvimento do projeto e também de, conjuntamente, construir um olhar crítico acerca das ações que já foram propostas e da própria apresentação. Após a apresentação, dialogamos a respeito de alguns pontos, tais como: espaços de convivência para os funcionários do museu e as barreiras (físicas ou atitudinais) que separam os núcleos e, por conseguinte as pessoas.

O segundo encontro foi direcionado às equipes de diretores e coordenadores e, após o momento da apresentação do projeto, foi aberto o espaço para o diálogo, considerações e perguntas. Consideramos pertinente ressaltar os seguintes pontos: qual a melhor forma de comunicar / convidar? A necessidade de estabelecer contato e proximidade; a falta de hábito de olhar para as pessoas e enxergar para além de sua função, o perceber o outro; e a ideia de, pelo menos uma vez por semestre, todas as áreas, incluindo terceirizados, promoverem um encontro de convivência (ex: equipe da Tecnologia convida demais áreas para conhecer os bastidores de seu trabalho).

Acreditamos que ambos os encontros renderam uma proveitosa troca e reflexão aos participantes. Para nós, enquanto educadoras proponentes, é uma grande alegria e satisfação perceber que os valores com os quais trabalhamos, tanto dentro do projeto como também no exercício de nossa função, tiveram um

maior alcance e aprofundamento aos demais núcleos do museu, tornando-nos todos mais pensantes, críticos e participativos, além de conscientes da importância real deste projeto e de seus resultados no cotidiano da instituição.



2. PROGRAMA DE ACERVO: DOCUMENTAÇÃO, CONSERVAÇÃO E PESQUISA

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou, neste trimestre, 514 atendimentos, sendo 408 presenciais (entre visitantes, funcionários, estrangeiros, sendo 111 pesquisadores exclusivos) e 106 não-presenciais. Durante o ano de 2017, foram 2.389 atendimentos. O banco de dados teve 22.940 acessos, maioria deles motivados pelo uso da ferramenta de anúncios do Google, o AdWords.

Neste trimestre, destaca-se a realização de importantes eventos como o Workshop Acervos Digitais e Direitos Autorais e a apresentação e discussão da Política de Acervo do Museu do Futebol

Além destes eventos, também destacamos a participação do CRFB na organização dos dois últimos encontros do "Ciclo Histórias da Várzea: o futebol amador na cidade de São Paulo" (ocorridos em 21 de outubro e 25 de novembro, respectivamente), sendo que este último contou com uma apresentação sobre o trabalho desenvolvido pelo Museu do Futebol, através do Centro de Referência, de mapeamento de referências relativas ao futebol de várzea e de digitalização de acervos, ambos estratégias de preservação e divulgação desse futebol. A apresentação foi feita pela coordenadora Camila Aderaldo e pela pesquisadora Aira Bonfim. Tal ação é estratégica para o CRFB no sentido de reforçar a importância da participação das comunidades na salvaguarda da memória do futebol.



Nesse período, também destacamos a participação do CRFB na gravação de história oral realizada, em parceria com o portal Ludopédio, com a ex-técnica da seleção brasileira feminina de futebol Emily Lima.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
12	Consolidar e divulgar a Política de Acervo do Museu do Futebol	Evento para divulgação da política de acervo	1o tri	-	-
			2o tri	1	-
			3o tri	-	-
			4o tri	-	1
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

13	Realizar workshops técnicos	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de formações oferecidas	1o tri	-	-
2o tri	-		-		
3o tri	1		-		
4o tri	-		1		
META ANUAL	1		1		
ICM%	100%		100%		
14	Realizar workshops técnicos	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número mínimo de profissionais atendidos	1o tri	-	-
2o tri	-		-		
3o tri	10		-		
4o tri	-		28		
META ANUAL	10		28		
ICM%	100%		100%		
15	Publicar artigos no site do Museu	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de artigos publicados	1o tri	2	1
2o tri	2		3		
3o tri	2		2		
4o tri	2		2		
META ANUAL	8		8		
ICM%	100%		100%		
16	Submeter artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de artigos submetidos à publicação	1o tri	-	-
2o tri	-		-		
3o tri	-		-		
4o tri	1		1		
META ANUAL	1		1		
ICM%	100%		100%		
17	Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências e outras ações)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de referências/ações realizadas	1o tri	-	-
2o tri	-		-		
3o tri	-		-		
4o tri	5		10		
META ANUAL	5		10		
ICM%	100%		200%		

18	Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório da campanha	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	-
			4o tri	1	1
			META ANUAL	1	1
ICM%	100%		100%		
19		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número mínimo de itens coletados	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	50	600
			4o tri	50	-
			META ANUAL	100	600
ICM%	100%		100%		
20	Elaborar e publicar no site "Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB"	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual entregue à SEC	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
ICM%	100%		100%		
21		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual publicado no site do Museu do Futebol	1o tri	-	-
			2o tri	1	1
			3o tri	-	-
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
ICM%	100%		100%		
22	Atualizar e publicar no site "Cartilha Preserve seu Acervo"	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Cartilha atualizada publicada no site do Museu do Futebol	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	1
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
ICM%	100%		100%		

		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada				
23	Realizar pesquisa de perfil e satisfação junto ao público da biblioteca	Relatório semestral de pesquisa	1o tri	-	-				
			2o tri	1	-				
			3o tri	-	1				
			4o tri	1	1				
			META ANUAL	2	2				
			ICM%	100%	100%				
24		Índice de satisfação = ou > 80%	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
							1o tri	-	-
							2o tri	= ou > 80%	-
							3o tri	-	95%
							4o tri	= ou > 80%	93%
							META ANUAL	= ou > 80%	94%
ICM%	100%		100%						
25	Submeter, em parceria com instituições de ensino superior, projeto temático para fomento à pesquisa		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
							1o tri	-	-
							2o tri	-	-
							3o tri	1	1
							4o tri	-	-
		META ANUAL					1	1	
ICM%		100%	100%						
26		Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
							1o tri	-	-
							2o tri	-	-
							3o tri	-	-
							4o tri	1	1
	META ANUAL						1	1	
ICM%	100%		100%						
27	Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
							1o tri	1	1
							2o tri	-	-
							3o tri	-	-
							4o tri	-	-
		META ANUAL					1	1	
ICM%		100%	100%						

28		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Mínimo de itens catalogados	1o tri	-	-
2o tri	10		10	10	
3o tri	20		20	20	
4o tri	30		37	37	
META ANUAL	60		67	67	
ICM%	100%		100%	100%	
29	Elaborar Manual para rotina de backup do servidor de dados e do acervo	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual entregue	1o tri	-	-
2o tri	-		-	-	
3o tri	1		1	1	
4o tri	-		-	-	
META ANUAL	1		1	1	
ICM%	100%		100%	100%	

JUSTIFICATIVA DA SUPERAÇÃO DO MÍNIMO ESTABELECIDO NA META 14

A meta previa, como indicador de resultados, um número mínimo de 10 pessoas atendidas pelo Workshop, sendo desejável, portanto, sua superação uma vez que essas atividades são estratégicas para a divulgação do Museu e do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, constituindo-se como potencial de engajamento de novos públicos. No evento, foram atendidas 28 pessoas.

JUSTIFICATIVA DA SUPERAÇÃO DA META 17

A meta foi superada em razão da quantidade de coletivos e movimentos presentes no 1º Encontro Nacional Futebol, Mídia e Democracia na sede do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, em São Paulo, do qual participaram os pesquisadores Aira Bonfim e Fernando Breda. A equipe teve a oportunidade de, neste encontro, mapear 10 coletivos de pessoas que se organizam para pensar o futebol a partir de uma perspectiva mais democrática e menos opressora. A superação não trouxe ônus ao Contrato de Gestão, pois foi realizada internamente pela equipe do CRFB. O detalhamento dessa meta segue mais adiante no relatório.

JUSTIFICATIVA DA SUPERAÇÃO DA META 28

A meta foi superada devido ao fato de terem sido catalogados todos os eventos relativos aos anos de 2009 e 2010, a partir da documentação

reunida e organizada durante o período relativamente a essas ações da programação cultural – isto é, dado o andamento da organização, foi decidido registrar todas essas atividades de modo a completar a catalogação relativa a esses anos. Dessa maneira, todos os eventos que ocorreram nestes dois anos estão catalogados e já se encontram disponíveis online através do site do banco de dados. A superação não trouxe ônus ao Contrato de Gestão, pois foi realizada internamente pela equipe do CRFB. O detalhamento dessa meta segue mais adiante no relatório.

ANEXOS COMPROVATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE ACERVO: DOCUMENTAÇÃO, CONSERVAÇÃO E PESQUISA

Meta 12 -> vide página 31

Metas 13 e 14 -> vide página 32

Meta 15 -> vide página 33

Meta 16 -> vide página 34

Meta 17 -> vide página 35

Meta 18 -> vide página 36

Metas 23 e 24 -> vide página 37

Meta 26 -> vide página 52

Meta 28 -> vide página 53

Meta 12: Evento para a divulgação da Política de Acervo

No dia 08 de dezembro, na biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, foi realizado um evento para apresentação e divulgação da Política de Acervo do Museu do Futebol. A atividade contou com a presença de 10 convidados: Maria Cristina de O. Bruno (MAE/USP), José Guilherme Magnani (FFLCH/USP), Wilton Guerra (MCB), Mariana Esteves e Letícia Sá (MI), Luiz Mizukami (SISEM/SEC), Tayna Rios e Maria Helena Carneiro (UPPM/SEC).



Metas 13 e 14: Realizar workshops técnicos

No dia 12 de dezembro de 2017, das 9h30 às 12h30, foi realizado no auditório do Museu do Futebol o workshop "Acervos Digitais e Direitos Autorais". O evento, que foi gratuito, teve um público de 28 pessoas, e contou com uma apresentação da coordenadora do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, Camila Aderaldo, sobre casos referentes ao acervo do Museu do Futebol, os quais foram comentados pela especialista no tema Bruna Castanheira. O público foi incentivado a refletir questões como direito autoral (patrimonial e intelectual), direitos de personalidade, direitos de marca – todas essas questões entendidas como ponto de partida para pensar o compartilhamento de acervos, visando o uso e reuso dos mesmos não apenas pela instituição, mas pelo público. Na segunda parte do workshop, a especialista apresentou o "Manual de Direitos Autorais para Museus, Arquivos e Bibliotecas", escrito pela mesma em parceria com Mariana Valente.

Para o CRFB, a realização deste evento demonstrou que tais ações devem ser mais exploradas e que temas como direitos autorais, que atravessam a gestão de acervos, podem ser trazidos nos próximos workshops que serão promovidos pelo Museu em 2018.

Segue abaixo fotos do evento.



Meta 15: Publicar artigos no site do Museu do Futebol

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 neste trimestre dois artigos na conta que dispõe na plataforma de compartilhamento de textos chamada Medium. Nela, foi criada uma página do Museu do Futebol, onde todos os textos são indexados, incluindo os escritos pelo Núcleo Educativo que agora também dispõe de uma conta: <https://medium.com/museu-do-futebol>.

Um dos artigos publicados foi escrito pela jornalista e torcedora do Grêmio de Foot-Ball Portoalegrense, Raisia Rocha, a convite do CRFB. O outro, por sua vez, foi escrito pelo bibliotecário Ademir Takara com a pesquisadora Aira Bonfim. Segue abaixo um resumo de cada um.

Nome do artigo: “Sou mulher, sou torcedora, sou TRI da América”

Link: <https://medium.com/museu-do-futebol/sou-mulher-sou-torcedora-sou-tri-da-am%C3%A9rica-31d5c595e188>

Resumo: O artigo traz as reflexões de uma mulher torcedora, Raisia Rocha, que fez parte de uma legião de torcedores gremistas que cruzaram a fronteira entre Brasil e Argentina de ônibus, numa viagem de mais de 20 horas até a cidade de Lanús, para apoiar o Grêmio Foot-Ball Porto Alegre em sua conquista da Copa Libertadores da América.

Nome do artigo: “Biblioteca Imaginária do Futebol: o que será de nós sem os livros sobre futebol que ainda não foram escritos?”

Link: <https://medium.com/museu-do-futebol/biblioteca-imagin%C3%A1ria-do-futebol-ou-o-que-ser%C3%A1-de-n%C3%B3s-sem-os-livros-sobre-futebol-que-ainda-n%C3%A3o-b87c19a23378>

Resumo: Inspirados por autores de ficção e pensando nas ausências persistentes na produção bibliográfica sobre futebol no Brasil, o CRFB listou 10 livros que fazem falta ao acervo do Museu do Futebol por ainda não terem sido escritos.

Abaixo, o print da tela com as publicações:



The screenshot shows two social media posts. The top post features a photograph of two women wearing blue and white soccer jerseys, smiling. The text of the post reads: "Sou mulher, sou torcedora, sou TRI da América". Below the photo, it says: "Raísa Rocha faz parte de uma legião de torcedores gremistas que almejam conquistar pela segunda vez o Mundial de Clubes. Porém, antes disso...". The post is attributed to "Centro de Referência do Futebol Brasileiro" and dated "Dec 15".

The bottom post features a photograph of a large, cluttered bookshelf filled with books. The text of the post reads: "BIBLIOTECA IMAGINÁRIA DO FUTEBOL". Below the photo, it says: "O que será de nós sem os livros sobre futebol que ainda não foram escritos?". The post is attributed to "Lances e Letras and 8 others" and "Centro de Referência do Futebol Brasileiro" and dated "Dec 29, 2017".

Meta 16: Submeter artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)

Conforme relatado no trimestre passado, em Rotinas Técnicas do Programa de Acervo, a pesquisadora do Museu do Futebol Aira Bonfim do "13º Encontro Mundo de Mulheres & Fazendo Gênero 11: Transformações, Conexões, Deslocamentos", evento que congregou a realização do Seminário Internacional Fazendo Gênero, na cidade de Florianópolis-SC entre os dias 30 de junho de 2017 a 04 de agosto de 2017.

Nessa ocasião, além da comunicação oral, apresentada em parceria com o pesquisador Mauricio Rodrigues Pinto (USP), com quem o Museu desenvolveu o projeto de história oral "Pelo Direito de Torcer", foi submetido à publicação o artigo acadêmico intitulado "Pelo direito de torcer:

a experiência de coletivos e grupos de torcedorxs de futebol contra a cultura de que futebol é 'coisa para macho'. O texto reflete, através dos testemunhos de história oral reunidos nesse projeto, sobre como os torcedores, atores do futebol no Brasil, de maneiras distintas, questionam a heteronormatividade presente nessa modalidade esportiva.

Segue abaixo o print da tela com a comprovação da submissão do artigo no site do evento. Até o presente momento, a organização responsável pela publicação não apresentou a data em que o material será efetivamente publicado.



Meta 17: Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências e outras ações)

Conforme relatado nas Rotinas Técnicas do Programa de Acervo apresentadas no relatório do primeiro trimestre de 2017, os pesquisadores Aira Bonfim e Fernando Breda participaram do 1º Encontro Nacional Futebol, Mídia e Democracia na sede do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, em São Paulo. A pesquisa de campo realizada na ocasião tinha como objetivo compreender as dinâmicas e pautas apresentadas pelos coletivos que nos últimos anos têm atuado no esforço de promover uma experiência mais democrática, popular e menos opressora do futebol no Brasil.

Este encontro contou com cerca de 60 participantes, entre torcedores, militantes, homens e mulheres, representantes de coletivos de diversos estados brasileiros que pensam o futebol como uma oportunidade de ação

política. Tais grupos foram mapeados e catalogados como referências no banco de dados do Museu do Futebol. A meta, portanto, foi superada em razão da quantidade de coletivos e movimentos presentes no referido encontro, em que a equipe teve a oportunidade de mapear 10 deles.

Segue abaixo a lista das entidades catalogadas referentes aos coletivos mapeados com os respectivos links para acesso:

1	Brigada Marighella	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652104,Brigada Marighella
2	Coletivo Democracia Corinthiana	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652151,Democracia Corinthiana%09
3	Futebol, Mídia e Democracia	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652075,Futebol, M%C3%ADdia e Democracia
4	Galo Marx	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652110,Galo Marx
5	Máfia Azul	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652104,Brigada Marighella
6	O Povo do Clube	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652084,O Povo do Clube
7	Palmeiras Antifascista	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652123,Palmeiras Antifascista
8	Porcomunas	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652117,Porcomunas
9	Resistência Azul Popular	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652092,M%C3%A1fia Azul
10	Torcida Alcoolizada Cachazeiros	http://dados.museudofutebol.org.br/#/tipo:instituicoes/652135,Torcida Alcoolizada Cachazeiros

Meta 18: Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital

A campanha de coleta e digitalização realizada em 2017 concentrou-se em contemplar as ofertas recebidas por 5 times de futebol de várzea (4 de Poá e 1 outro de São Paulo, mais precisamente da zona sul) e por 1 pessoa (de Poá), conforme apresentado no relatório anterior referente ao terceiro trimestre de 2017. Para além desses acervos, nenhuma outra coleta e digitalização foi realizada no ano.

Dessa maneira, não há atualizações em relação ao que já foi relatado no referido último relatório em que foram apresentadas e detalhadas as ações realizadas em relação às coleções acima citadas.

Metas 23 e 24: Realizar pesquisa de perfil e satisfação junto ao público da biblioteca

Em cumprimento à meta estabelecida, foi realizada a pesquisa de perfil e satisfação junto ao público da Biblioteca e MEDIATECA do CRFB. Conforme apresentado no último relatório, a aplicação da pesquisa está sendo realizada mensalmente utilizando-se o Censo como método. Dessa maneira, foram aplicados 44 questionários durante os meses de outubro, novembro e dezembro, sendo 23 visitantes e 21 pesquisadores.

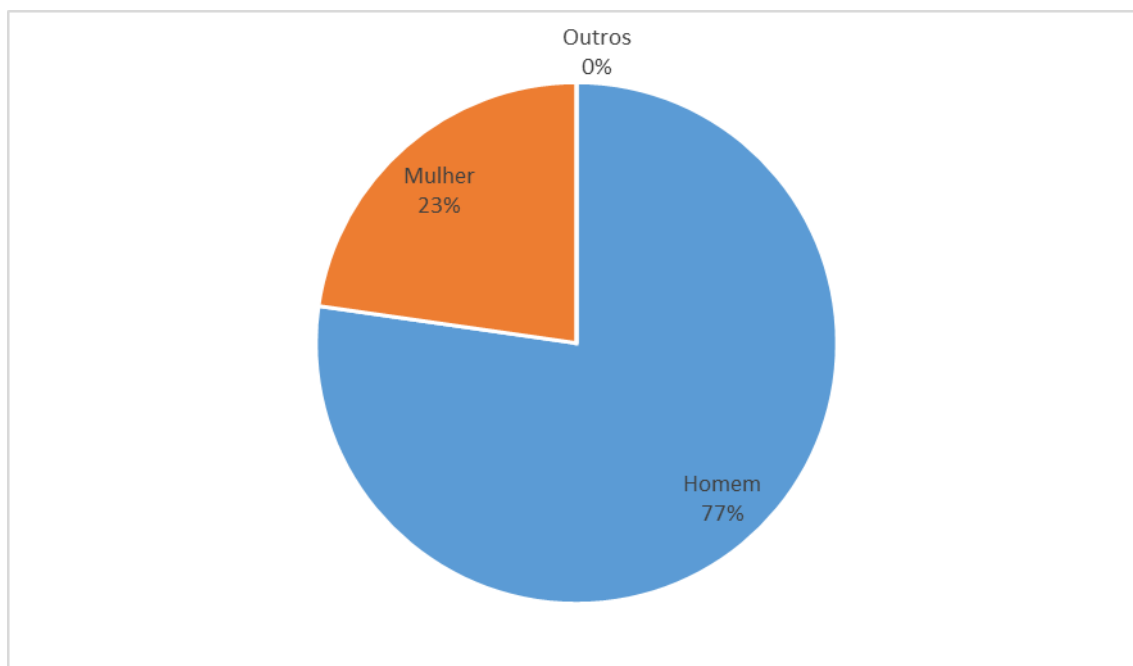
Os visitantes responderam as questões através de tablets disponíveis dentro da Biblioteca. É importante destacar que durante a aplicação algumas pessoas se recusaram a responder o questionário: o alto número de perguntas e o uso de tablets ao invés de papel foram os principais argumentos utilizados.

Segue abaixo os resultados da pesquisa.

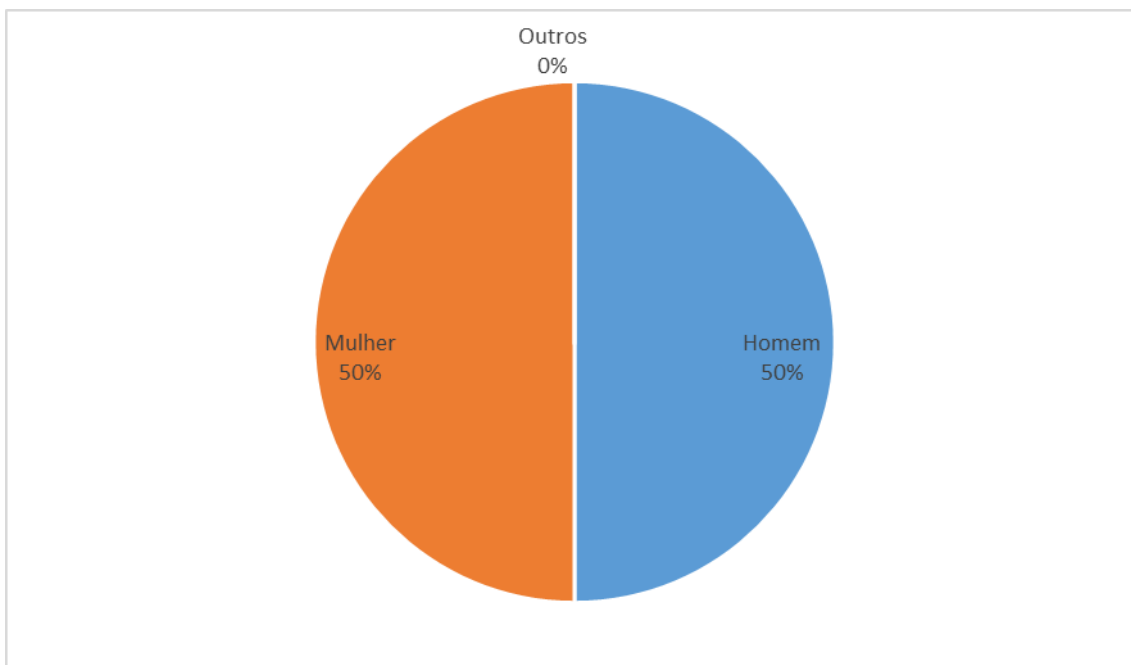
Eixo 1: Perfil

Questão 1: Você se reconhece como?

Como apontado no gráfico, dos visitantes que responderam ao questionário, 77% se declararam "homem" e 23%, "mulher". Comparativamente aos resultados obtidos no mês de setembro, houve uma diminuição no número de pessoas declaradas mulheres: anteriormente, o resultado foi de 66% "homem" e 34% "mulher".

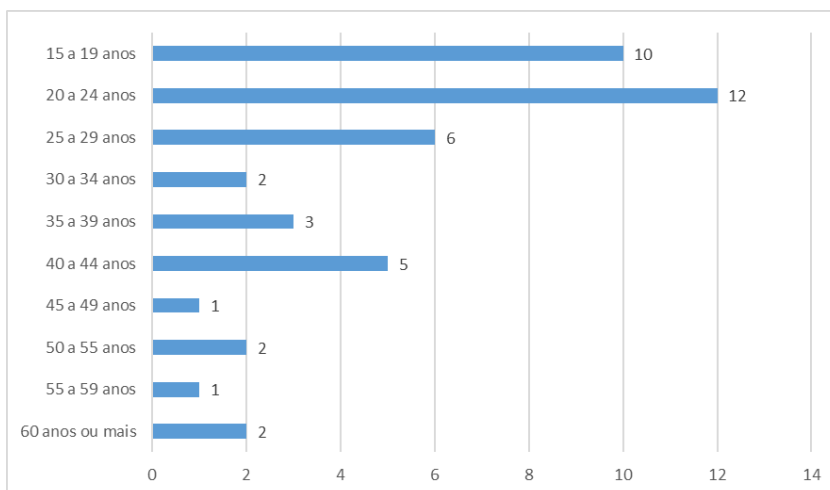


Ao analisar os resultados apenas do mês de outubro, o número de respostas "mulher" correspondeu a 50%.



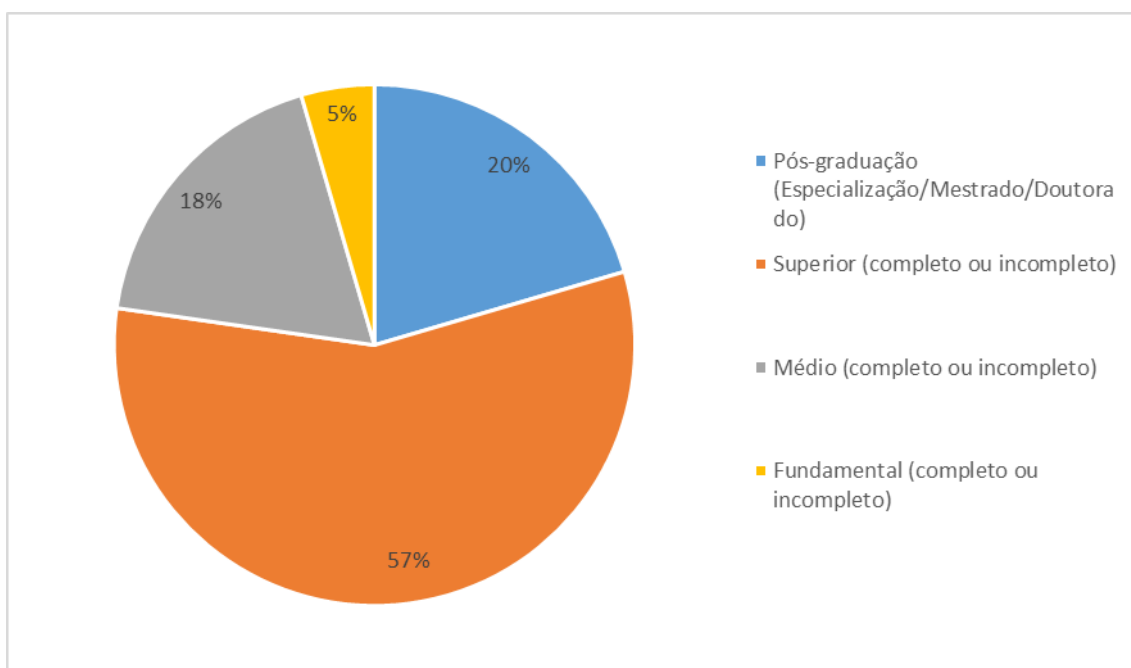
Questão 2: Qual a sua idade?

Destacamos o alto número de visitantes nas faixas etárias dos 15 aos 19 anos e dos 20 aos 24 anos, que juntos somam 50% do total. Comparativamente aos resultados obtidos no mês de setembro, houve uma queda no número de pessoas nas faixas etárias dos 30 aos 34 anos e dos 35 aos 39 anos: o público representava 38% do valor total e, nesta última pesquisa, 11,36%.



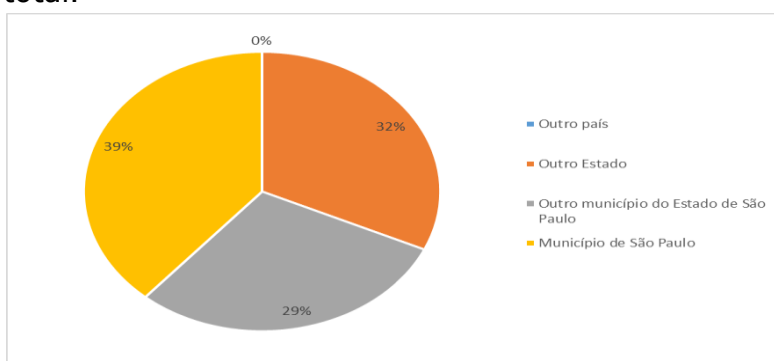
Questão 3: Qual a sua escolaridade?

Um alto número de pessoas selecionou a opção “Superior (completo ou incompleto)”, correspondendo a 57% do total. Verifica-se que 77% das pessoas que responderam ao questionário se enquadram nas faixas de maior escolaridade, entre ensino superior e pós-graduação (ambos cursando ou completo). Tal dado confirma, novamente, os dados apontados pela pesquisa de público do Museu, realizada no início de 2017.



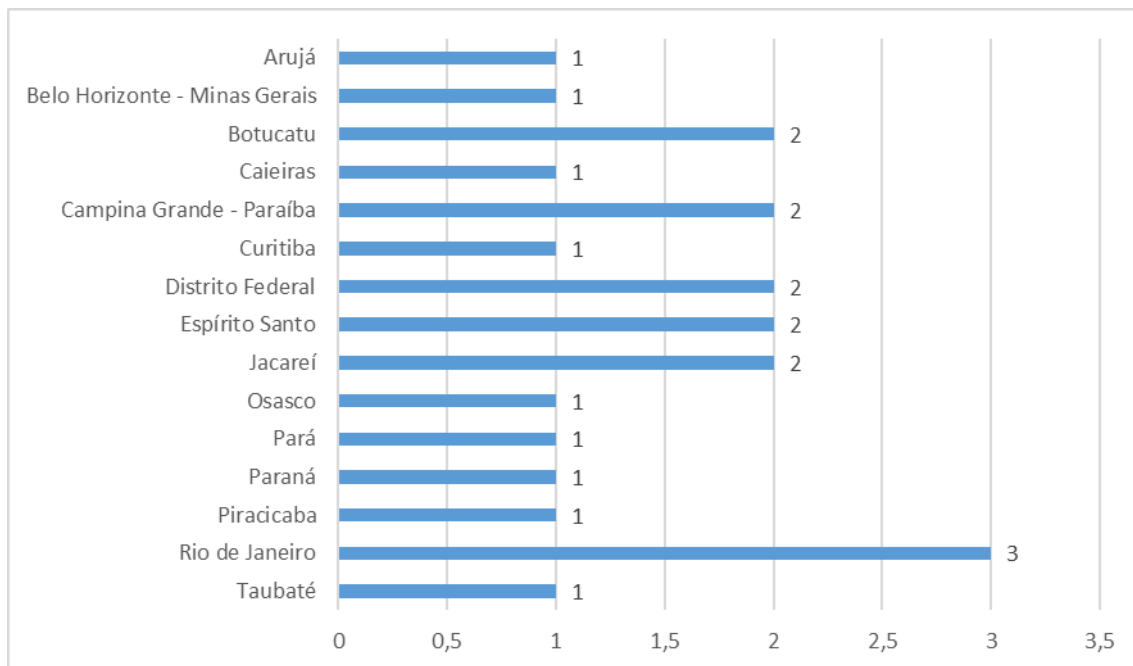
Questão 4: Onde você mora?

No quadro abaixo, vemos que, dentre as 44 respostas, 39% dos usuários disseram morar no município de São Paulo e 32%, em outro Estado. Comparativamente aos resultados do mês de setembro, verificamos um aumento no número de visitantes que afirmam morar em outros estados do país. Anteriormente, a opção “outro Estado” correspondeu a 0% do valor total.



Questão 4.2: Qual?

A pergunta, de livre resposta, foi respondida por 22 pessoas e trouxe os seguintes resultados:

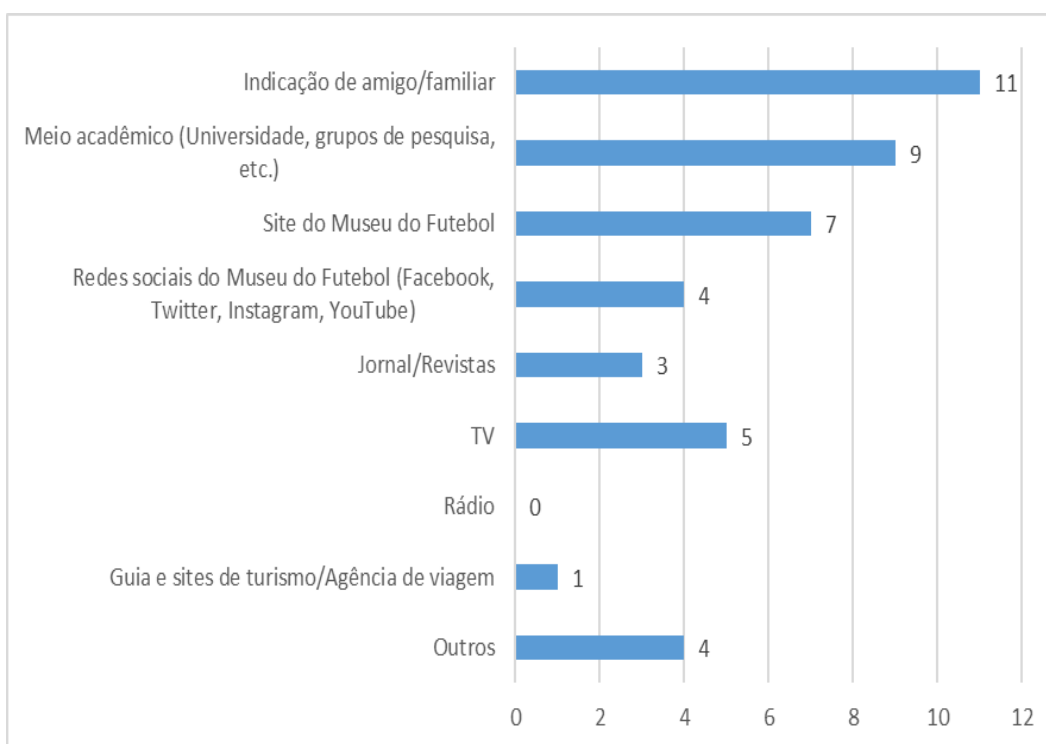


Observa-se que, dentre as respostas, 86,36% correspondem a localidades do sudeste brasileiro, sendo que 31,81% referem-se a municípios paulistas.

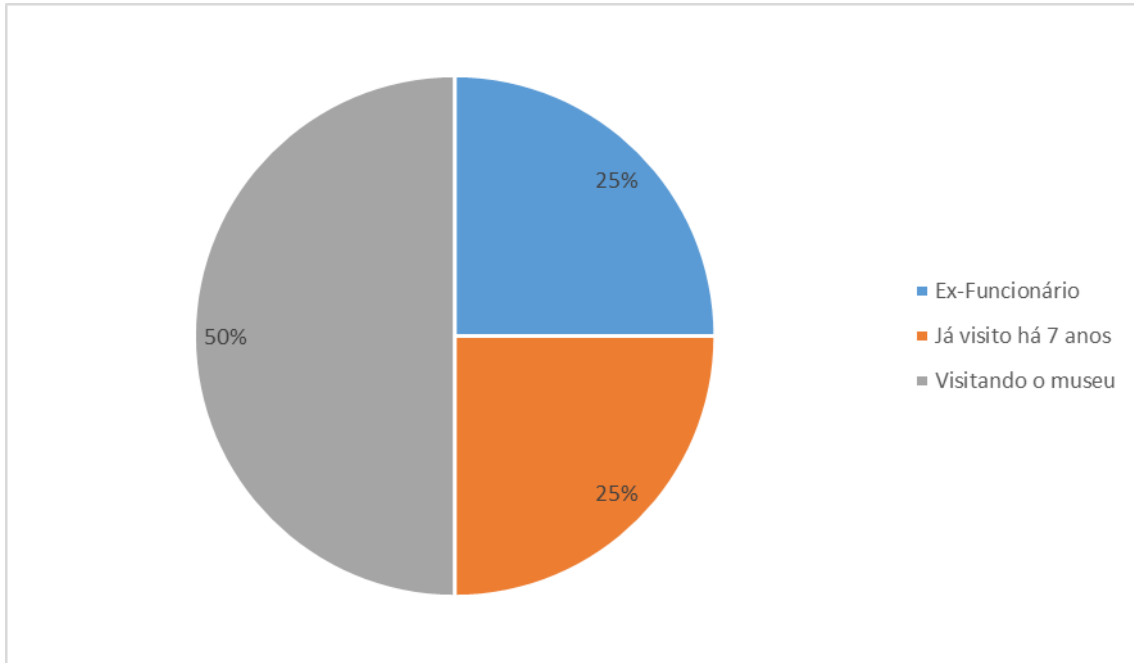
Eixo 2: Acesso

Questão 5: Como você ficou sabendo do CRFB?

Esta questão resultou em 44 respostas. “Indicação de amigo/familiar” e “Meio acadêmico (Universidade, grupos de pesquisa, etc.)” foram apontados por 20 dos entrevistados (45,45% do total) como a primeira fonte de informação sobre o Centro de Referência do Futebol Brasileiro, seguido de “Site do Museu do Futebol”, com 7 respostas (15,90%) e “TV”, com 5 (11,36%).



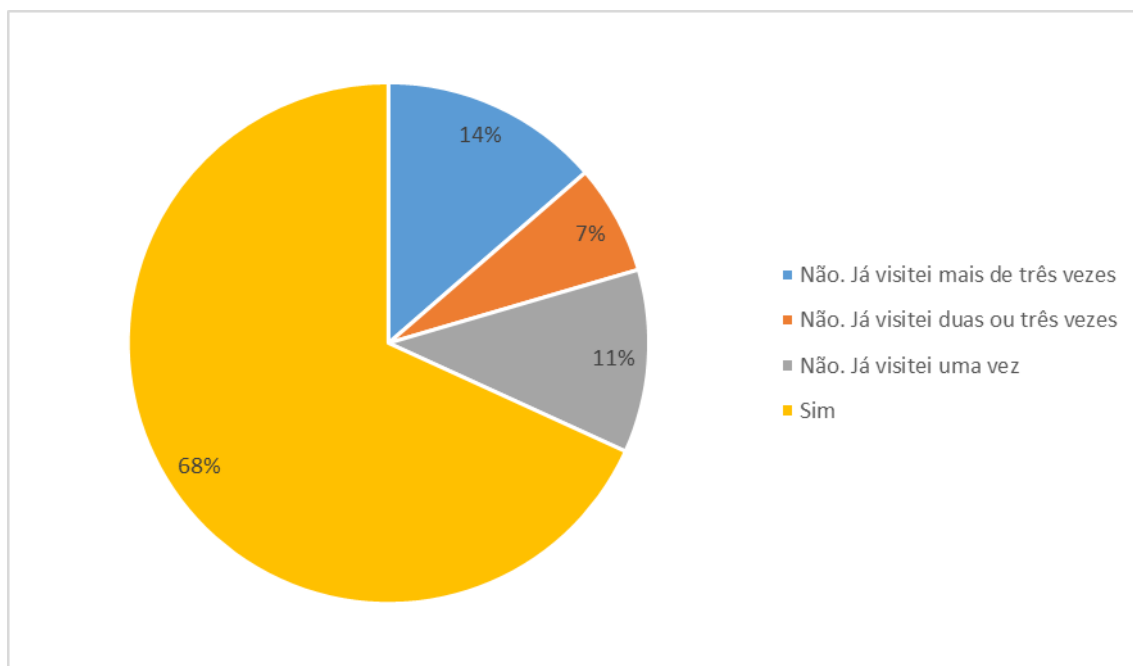
Na mesma questão, o campo "Outros" foi preenchido por 4 dos visitantes que colaboraram com a pesquisa (9%) e apresentou as seguintes indicações:



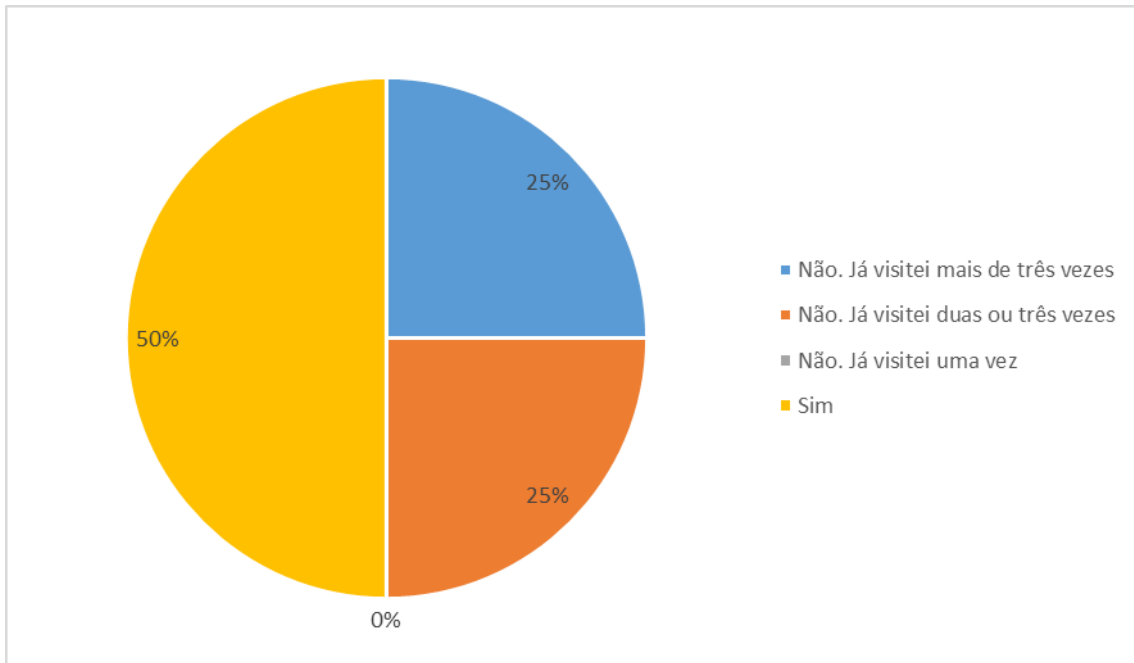
Eixo 3: Experiência

Questão 6: É a sua primeira visita ao CRFB?

Respondida por 44 pessoas, essa questão apontou que 68% dos entrevistados visitaram a Biblioteca/Midiateca do CRFB pela primeira vez durante os meses de outubro, novembro e dezembro. Em segundo lugar, a opção "Não. Já visitei mais de três vezes" recebeu 14% das respostas.

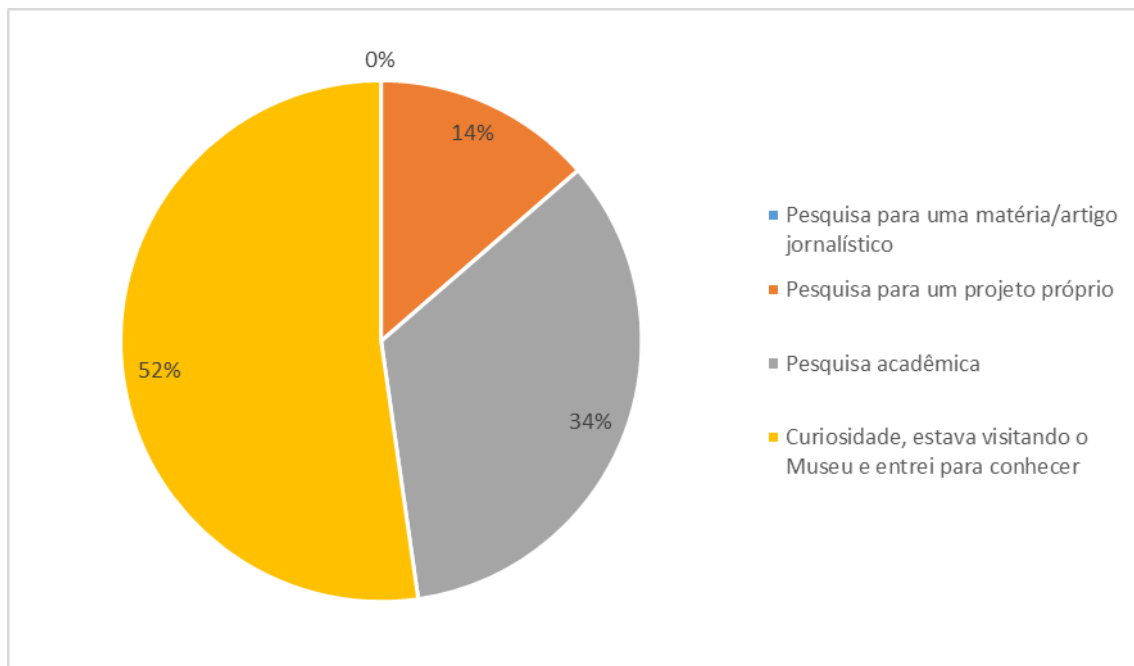


Ao analisar os resultados apenas do mês de outubro, o número de respostas "Sim" correspondeu a 50% do valor total.



Questão 7: Qual o motivo da sua visita?

Dentre as respostas, um elevado número de pessoas selecionou a opção “Curiosidade, estava visitando o Museu e entrei para conhecer”, correspondendo a 52%. Dos demais participantes, destacam-se ainda os 34% que visitaram a Biblioteca para realizar uma pesquisa acadêmica. Em contrapartida, o menor resultado corresponde a 0% dos usuários, referente a pessoas que assinalaram “Pesquisa para uma matéria/artigo jornalístico”.



Questão 8: O que te chamou atenção nesta visita?

De livre resposta, a questão 8 foi respondida por 22 pessoas (50%) e trouxe os seguintes apontamentos:

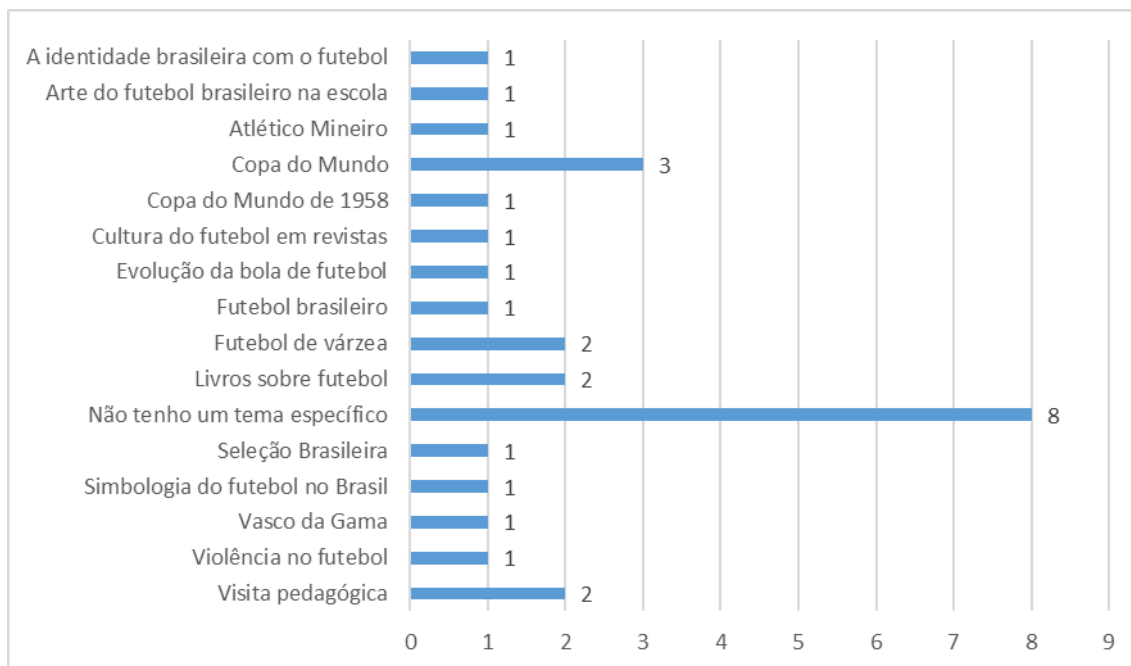
- A quantidade de livros de história do futebol. Autores brasileiros, Nelson Rodrigues. A Gazeta original. Acervo muito bacana.
- A quantidade de livros interessantes.
- A variedade de livros.
- Álbuns de figurinha.
- As fotos antigas.
- As variedades de livros, tanto de clubes quanto de personalidades ligadas ao futebol... Além de títulos importantes dos times de futebol.
- Coleção de álbuns de figurinhas.
- Curiosidades.
- Documentos e história do futebol.

- Interação.
- Livros interessantes, livros infantis.
- O acervo.
- O áudio e vídeo.
- O imenso acervo que o museu possui.
- O número de livros.
- O rico acervo que o local dispõe e o absoluto esmero no cuidado de seus funcionários.
- O tanto de livros.
- Os livros.
- O livro "Gatão".
- Quantidade de material.
- Tudo.
- Tudo, a parte dos áudios, a Biblioteca.

Nota-se que alguns dos usuários fizeram uma análise da exposição do Museu, e não apenas da Biblioteca. Esse dado demonstra que deve ser reforçado, durante a abordagem dos funcionários da biblioteca na oferta do questionário para preenchimento, que se trata de uma pesquisa focada na biblioteca.

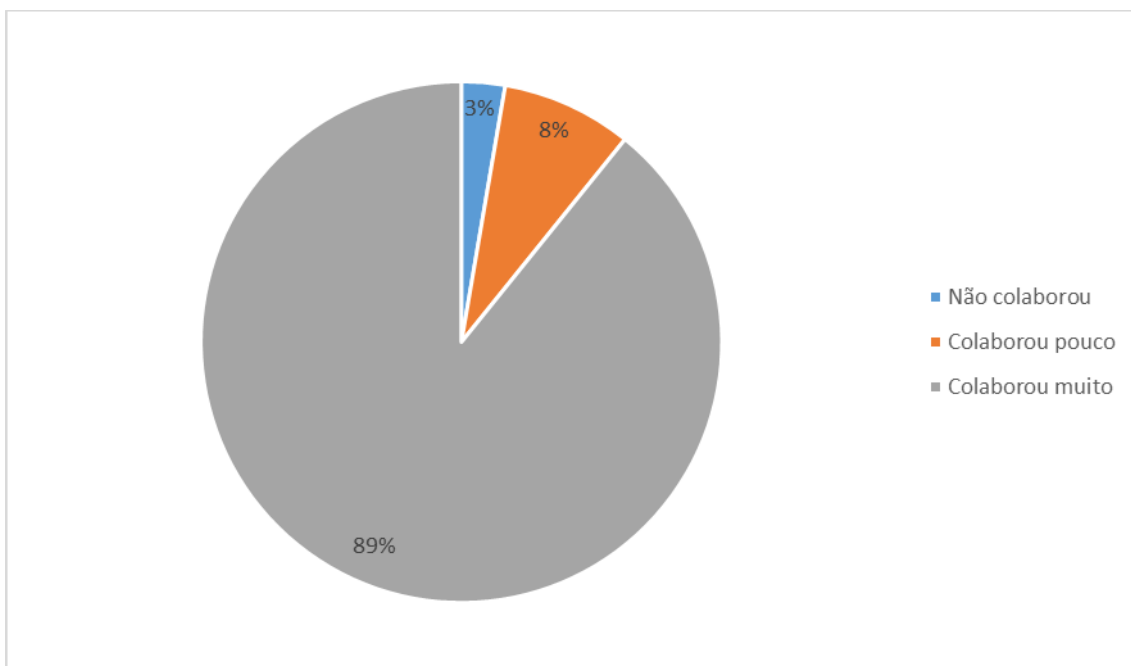
Questão 9: Qual o tema de sua pesquisa?

Essa questão, destinada apenas aos usuários que selecionaram qualquer uma das opções relativas à “pesquisa” na Questão 7, foi respondida por 28 dos participantes (63,63%). Segue abaixo a lista com os temas pesquisados:



Questão 10: O acervo disponível na Biblioteca/Midiateca colaborou para a sua pesquisa?

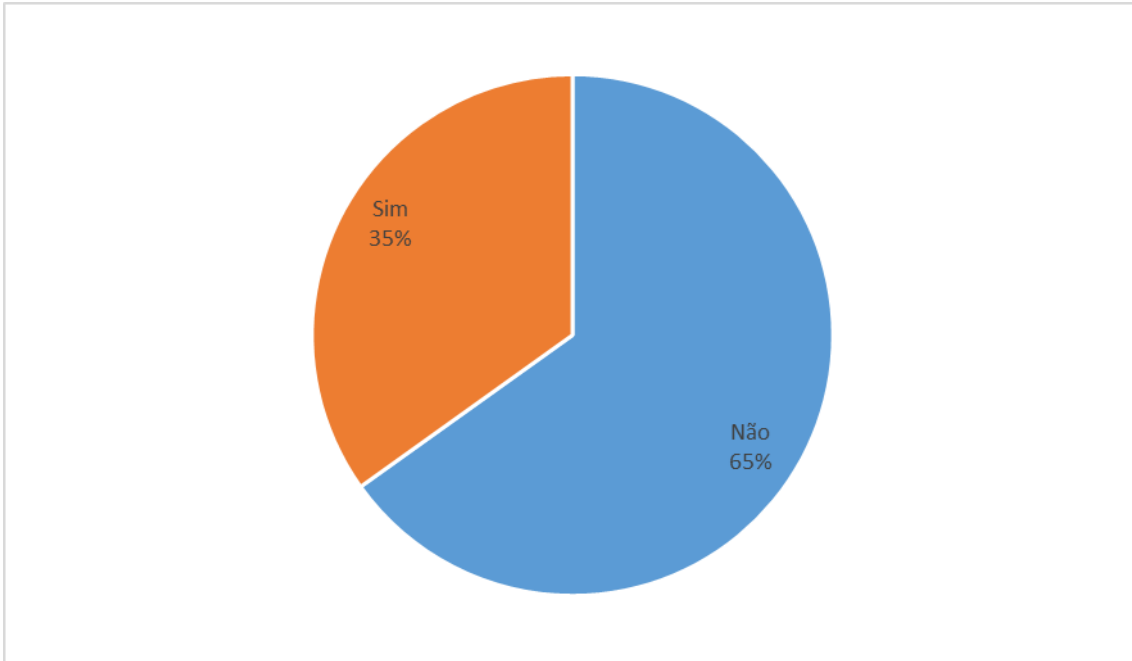
Nessa questão, 89% dos usuários que responderam ao questionário afirmaram que o acervo da biblioteca colaborou muito na busca por informações sobre o tema pesquisado. Assim como a questão anterior, essa questão é destinada apenas aos usuários que selecionaram qualquer uma das opções relativas à “pesquisa” na Questão 7.



Eixo 4: Sobre a Biblioteca/Midiateca

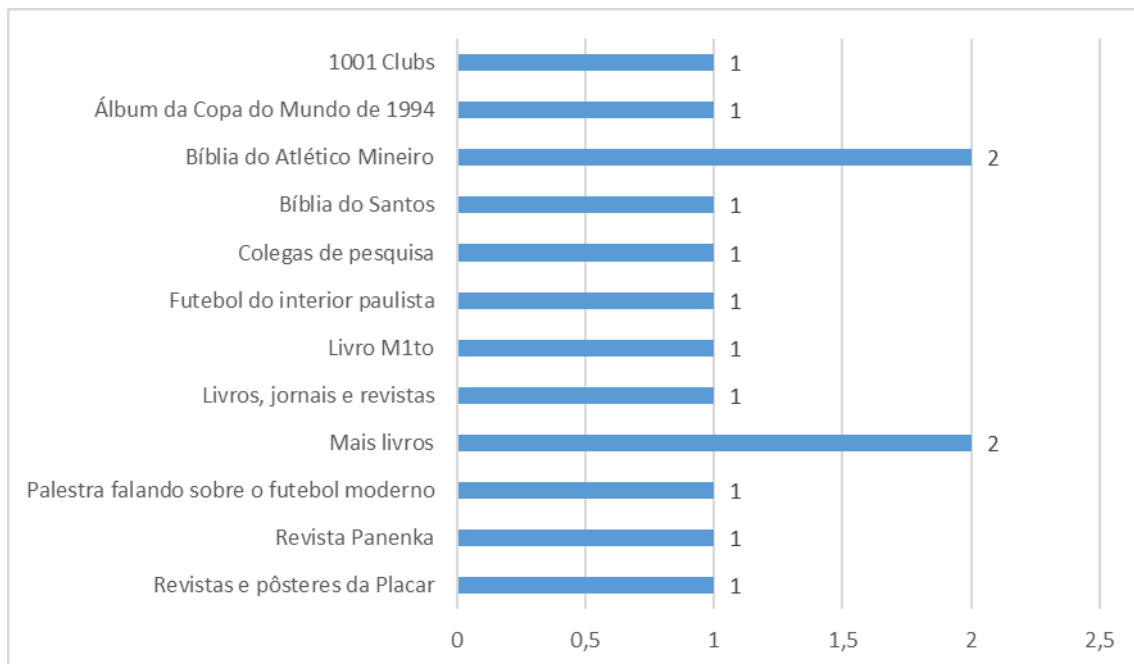
Questão 11: Gostaria de indicar algum item para o acervo da Biblioteca/Midiateca?

A questão apontou que 65% dos visitantes não possuía indicações de itens para o acervo.



Questão 11.2: Qual?

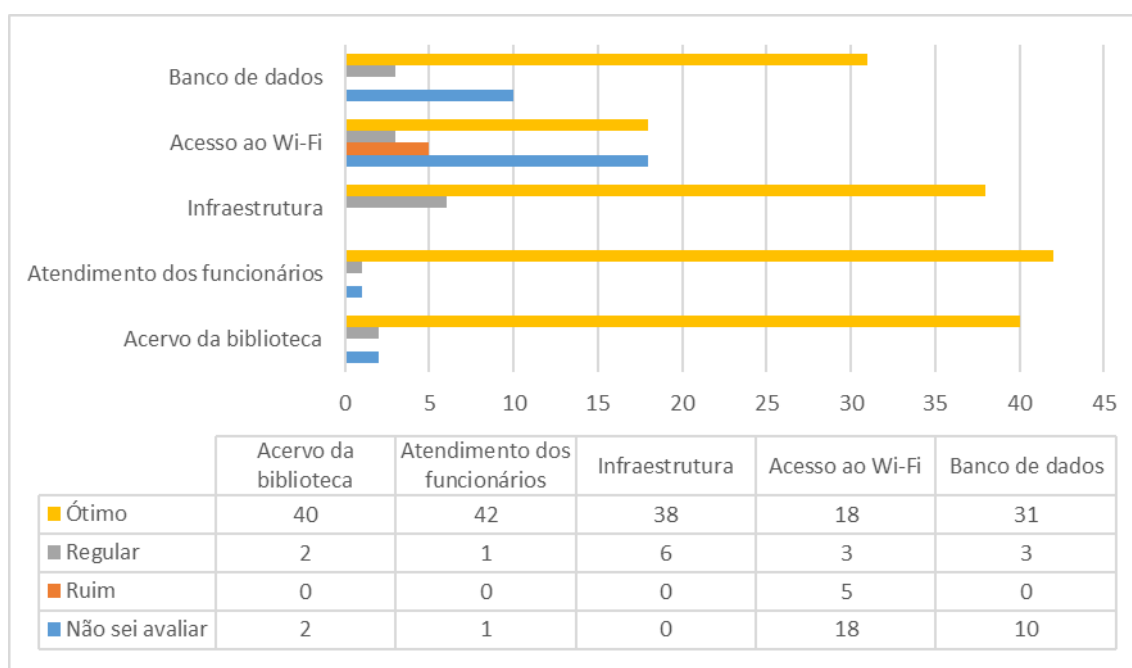
Dentre usuários que selecionaram a opção "sim" na questão anterior, 14 responderam a essa questão (31,81%) e apresentaram as seguintes indicações:



Vale destacar que os itens "Álbum da Copa do Mundo de 1994", "Futebol do interior paulista", "Livro M1to" e "Revistas e pôsteres da Placar" estão contemplados no acervo da Biblioteca/Midioteca – o que aponta para uma possível necessidade de aprimoramento da comunicação das coleções disponíveis nas prateleiras. As obras "Bíblia do Atlético Mineiro" e "Bíblia do Santos", por sua vez, ainda não foram publicadas pela editora Panda Books.

Questão 12: Como você avalia sua experiência em relação a:

Nesta questão, respondida por 44 dos entrevistados, 42 pessoas (95,45% do total) classificaram o atendimento dos funcionários como "ótimo". O acervo da Biblioteca/Midioteca recebeu uma quantidade considerável de respostas positivas, sendo avaliado por 40 usuários (90,90%) como "ótimo". "Infraestrutura" também recebeu notas positivas, contabilizando 38 respostas (86,36%) "ótimo". O destaque negativo vai para o acesso ao Wi-fi, que não foi utilizado por 18 (40,90%) dos frequentadores.



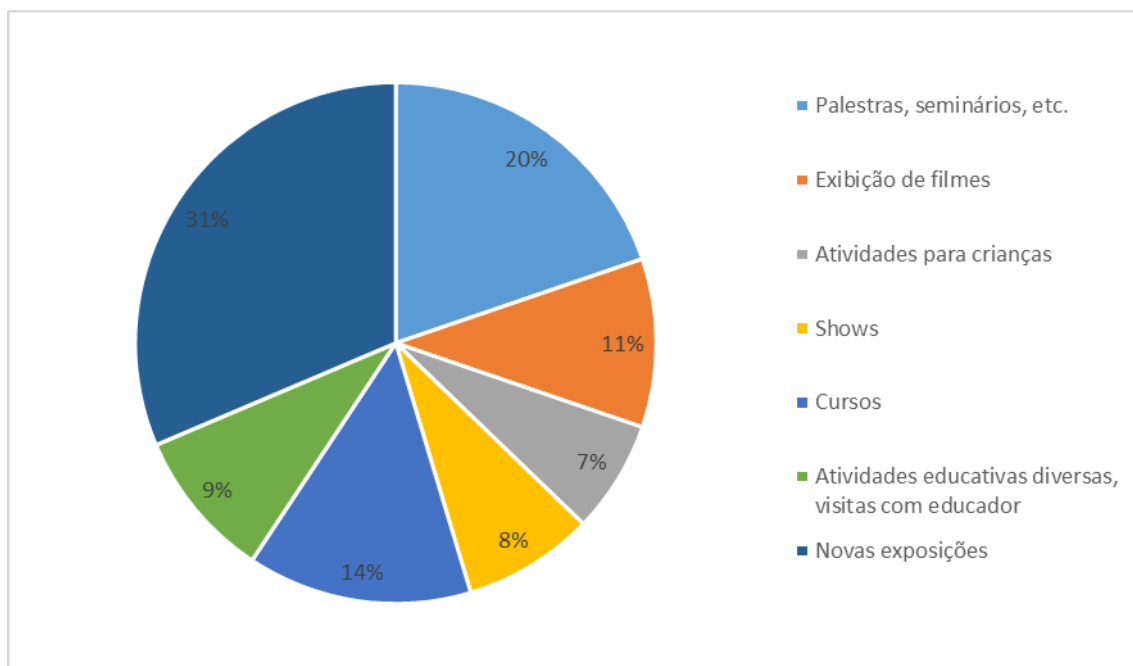
Questão 12.2: Comente.

De livre preenchimento, a questão 12.2 foi respondida por 8 (18,18%) dos participantes e apresentou elogios a equipe.

- A experiência de visita ao museu e ao CRFB é sempre maravilhosa e única. A equipe é simpática e muito prestativa.
- Adorei a recepção e o acesso, funcionários simpáticos e solícitos.
- Continuar melhorando cada vez mais.
- Excelente acervo e orientações dos profissionais, ajudando no desenvolvimento da cultura do futebol para os interessados.
- Excelente espaço.
- Foi ótima a visita.
- Lugar agradabilíssimo. Me sinto absolutamente em casa.
- Não utilizei o Wi-Fi.

Questão 13: Que tipo de atividade faria você voltar ao Museu?

Nesta questão, 31% dos entrevistados apontaram que voltariam ao Museu do Futebol para acompanhar novas exposições. Comparativamente aos resultados obtidos em setembro, houve uma relativa queda no número de pessoas interessadas em palestras e seminários: anteriormente, a opção foi selecionada por 37% dos visitantes e, nesta última aplicação, por 20%.



Questão 14: Gostaria de deixar seu e-mail para receber a programação do Museu?

Nesta questão, 22 participantes (50%) deixaram seus endereços de e-mail para receber a programação do Museu do Futebol através de newsletter.

Meta 26: Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos

Em 2017, foi revalidada a parceria com a Federação Paulista de Futebol visando, nesse momento, o recebimento da Taça do Campeonato Paulista em março de 2018. Para exibir esse tipo de artefato, foi elaborado projeto de construção de mobiliário adequado (apresentado na meta 36).

A taça será exibida entre 06 e 22 de março de 2018. Além do intercâmbio do troféu, a Federação Paulista e o IDBrasil almejam atrair eventos e jogadores para ações no Museu do Futebol.

Outras instituições que foram prospectadas para intercâmbio de acervos foram: Museu Pelé (Santos – SP) e o Museu Brasileiro do Futebol (Belo Horizonte – MG). As parcerias, entretanto, ainda não foram alinhadas por completo, sendo desenvolvidas em 2018.

Meta 28: Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol


Dando continuidade ao cumprimento da meta 28, foram catalogadas neste trimestre 37 entidades no banco de dados, sendo elas 2 exposições itinerantes do Museu e 35 eventos da programação cultural que ocorreram em 2009 e 2010. A catalogação foi realizada pela assistente de documentação Julia Terin.









A meta foi superada devido ao fato de terem sido catalogados todos os eventos relativos aos anos de 2009 e 2010, o que só foi possível a partir da documentação sobre essas ações da programação cultural que foi reunida e organizada durante o trimestre – isto é, dado o andamento da organização, foi decidido registrar todos os eventos relativos ao ano de 2009 e 2010, sendo estratégico finalizá-los todos. Ademais, foram também atualizados nove outros eventos que já haviam sido criados, os quais receberam as informações complementares a partir da documentação reunida.

A exemplo do exposto no relatório do trimestre anterior, foram selecionados os arquivos necessários para a catalogação, sendo eles os releases dos eventos, as artes de divulgação e as fotos que registraram o acontecimento do mesmo no Museu, além dos relatórios trimestrais e anuais. Dentre esses documentos, foram selecionados apenas as versões finais para arquivamento, os quais foram anexados às entidades catalogadas.

Vale destacar, por fim, que o registro desses eventos no banco de dados gerou uma série de catalogações de pessoas e instituições relacionadas às suas participações como realizadores parceiros ou convidados nos eventos – as quais não estão contabilizadas abaixo.

Segue abaixo a lista dos 37 eventos catalogados:

#	Imagem	Código no BD	Entidade
1		667261	1º Encontro de Colecionadores de Camisas
2		668067	1º Férias no Museu 2010
3		669854	1º Workshop "Futebol, um fenômeno social"
4		669544	21º Curta Kinoforum
5		667246	2º Aniversário do Museu do Futebol
6		667283	2º Encontro de Colecionadores de Camisas
7		669951	2º Férias no museu 2010
8		667752	1º Cinefoot
9		669952	2º Workshop "Futebol, um fenômeno social"
10		668640	7º Semana Nacional de Museus
11		668654	Brasil nas Copas

12		666973	Camisa Zero
13		668256	Dia da Música
14		667202	Dia do Botonista
15		665284	Exibição do filme "Adeus, Geral"
16		668817	Exibição do filme "Zico na Rede"
17		667213	FIFA Interactive World Cup 2009
18		668825	Lançamento do livro "50 anos por dentro do Futebol: Histórias e bastidores"
19		668852	Lançamento do livro "A Presença do Futebol na Música Popular Brasileira"
20		668886	Lançamento do livro "Almanaque dos mundiais: os mais curiosos casos e histórias de 1930 a 2006"
21		668911	Lançamento do livro "Clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro"
22		669835	Lançamento do livro "Corinthians 100 anos – Gols Ilustrado"

23		668838	Lançamento do livro "Futebol: uma janela para o Brasil: as relações entre o futebol e a sociedade brasileira"
24		668860	Lançamento do livro "Haja coração: 100 anos de Timão"
25		668935	Lançamento do livro "História do esporte no Brasil: do Império aos dias atuais"
26		668873	Lançamento do livro "Minha paixão pelo futebol"
27		668921	Lançamento do livro "Palmeiras x Corinthians 1945: o jogo vermelho"
28		668448	Oficinas de HQ
29		669803	Ora, Bolas! O Futebol Pelo Mundo - Piracicaba
30		669848	Ora, Bolas! O Futebol Pelo Mundo - Praia Grande
31		668664	Semana 70 anos de Pelé
32		668599	Semana de Cultura do Centenário do Corinthians
33		668902	Sessão de autógrafos do jogador Zico

34		667597	Troca de Figurinhas da Copa do Mundo de 2010
35		667227	Virada Cultural 2009
36		667750	Virada Cultural 2010
37		668576	Virada Esportiva 2010

3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

No quarto trimestre de 2017 foram realizados 13 eventos de programação cultural, com o destaque para a celebração do Dia das Crianças e o início do Programa Férias no Museu (que se estendeu para o mês de janeiro de 2018). No período, foram recebidas 65.294 visitantes.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
30	Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol – 2017"	Número mínimo de eventos realizados	1o tri	No. min.= 5	7
			2o tri	No. min.= 5	11
			3o tri	No. min.= 5	12
			4o tri	No. min.= 5	13
			META ANUAL	No. min.= 20	43
			ICM%	100%	100%
31		Público mínimo recebido nos eventos	Indicativo de Resultados		
			Período		
			Meta Prevista		
			Meta Realizada		
			1o tri	No. min.= 1.500	7.983
			2o tri	No. min.= 500	1.845
32	Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute	1 exposição virtual publicada	Indicativo de Resultados		
			Período		
			Meta Prevista		
			Meta Realizada		
			1o tri	-	-
			2o tri	-	-
33	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol	Número de visitantes recebidos	Indicativo de Resultados		
			Período		
			Meta Prevista		
			Meta Realizada		
			1o tri	75.000	54.889
			2o tri	75.000	64.449
3o tri	75.000	80.246			
4o tri	75.000	65.294			
META Anual	300.000	264.878			
ICM%	100%	88,3%			

34	Elaborar Manual de Gestão tecnológica para exposições do Museu do Futebol	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Manual entregue	1o tri	-	-
2o tri	-		-	-	
3o tri	1		1	1	
4o tri	-		-	-	
META	1		1	1	
ICM%	100%		100%	100%	
35	Iniciar projeto de renovação da exposição de longa duração	Indicativo de Produto	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Implantação de comitê curatorial – Relatório das ações do Comitê	1o tri	-	-
2o tri	-		-	-	
3o tri	1		1	1	
4o tri	-		-	1	
META	1		1	1	
ICM%	100%		100%	100%	
36		Indicativo de produto	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Realizar seminário com especialistas sobre o tema: Ciência do Esporte	1o tri	-	-
2o tri	-		-	-	
3o tri	-		-	-	
4o tri	1		1	1	
META	1		1	1	
ICM%	100%		100%	100%	

JUSTIFICATIVAS

Superação das Metas 30 e 31

A meta previa a realização de um número mínimo de ações culturais (eventos), sendo desejável, portanto, sua superação uma vez que essas atividades são estratégicas para a divulgação do equipamento, e engajamento de novos públicos. Estavam previamente previstos o mínimo de 5 eventos durante o terceiro trimestre, a saber: 03 encontros do grupo Memofut, 1 Encontro de Colecionadores e 1 Programa de Férias.

Eventos que foram realizados em parceria com instituições e/ou a partir de oportunidades e ofertas de terceiros:

-Completamos os 3 encontros do Ciclo Histórias da Várzea: passado, presente e futuro do futebol amador na cidade de São Paulo, em parceria com clubes de várzea de São Paulo e pesquisadores do Núcleo de Antropologia Urbana da USP).

-Seminário Novos Horizontes para o Esporte no Brasil, em parceria com a ONG Atletas pelo Brasil, e teve como objetivo debater o futuro do esporte no país.

-Bate papo com prof. Jorge Knijnik da Universidade Western Sydney/Austrália sobre Torcidas Organizadas Australianas.

-Troca de Livros de Futebol no CRFB, em comemoração aos 4 anos do Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

-Exibição do Festival de Cinema e Futebol, o Cinefoot.

Em todos esses casos, a programação ofertada por terceiros foi recebida pelas equipes da Diretoria Técnica (do Núcleo de Exposições e Programação Cultural com a participação, conforme o caso, do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro e do Núcleo Educativo), avaliada e, quando oportuno, adequada aos interesses do Museu do Futebol, seja de conteúdo, convidados, seja de formato ou público-alvo.

A superação do público mínimo também é decorrência do maior número de atividades, além do fato de a Programação de Férias, tradicionalmente, ser uma atração com alta frequência.

Justificativa do cumprimento parcial da Meta 33

O ano encerrou com 264.878 visitantes, 88,3% da meta prevista. Apesar de ter havido crescimento de 0,8% em relação ao ano de 2016, o resultado ficou abaixo aquém da meta. É importante sinalizar aspectos tomados pela gestão para a atração e dinamização de públicos, sendo: a) busca de parceria com a Secretaria de Estado da Educação para viabilização de transporte para estudantes (projeto a ser iniciado em fevereiro de 2018); b) investimento na Programação Cultural, cujo resultado de público foi quase 30% acima do ano de 2016, demonstrando o potencial de engajamento de visitantes por meio dessas ações; c) oportunidades de divulgar o Museu em anúncios institucionais, articulados por meio de parcerias com veículos de rádio, TV, mídia impressa e *on line*; d) melhoria das editorias de conteúdo das redes sociais e lançamento de novo site em abril de 2017, focado em ser mais responsivo a diferentes plataformas. Ressaltamos também a captação de patrocínio para a realização de uma exposição temporária mas que, por motivos alheios à gestão, teve de ser adiada para 2018. A exposição temporária colaboraria para ampliar a divulgação do Museu, mesmo que sua abertura, caso ocorresse em 2017, seria no mês de dezembro. Compreende-se que é um desafio de todas as áreas da instituição a busca por públicos e, ainda que a meta tenha sido realizada de modo parcial, o ano de 2017 demonstrou que a tendência de queda, acumulada em 2015 e 2016, pode ter sido superada.

ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Metas 30 e 31 -> vide página 61

Meta 32 - > vide página 67

Meta 33 - > vide página 69

Meta 35 - > vide página 69

Meta 36 -> vide página 69

Metas 30 e 31 – Eventos da Programação Cultural Número mínimo de eventos realizados / Público mínimo recebido nos eventos

Mês	Número de eventos	Número de Dias de programação	Público total
Outubro	5	6	5.736
Novembro	3	3	220
Dezembro	4	9	2.279
Total	12	18	8.235

No.	Data Total de dias Público final	Descrição
1	07/10/2017 40 participantes	<p>Reuniões do Grupo Memofut – 92ª Edição</p> <p>Palestra 1: “Retrospectiva dos quatro anos do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) do Museu do Futebol”, com Ademir Takara, bibliotecário do Museu do Futebol</p> <p>Palestra 2: “Algumas histórias de árbitros e outras questões”, com Gustavo Carvalho</p> <p>Palestra 3: Bate-papo bola com Gustavo Santos, autor do livro “Os Proletários da Bola: The Bangu Athletic Club e as lutas de classes no futebol da Primeira República (1894-1933)” (Editora Multifoco, 2017). A obra esteve à venda no local.</p>

<p>2</p>	<p>07/10/2017 15 participantes</p>	<p>Troca de Livros de Futebol – em Comemoração aos 4 anos do CRFB No centro de Referência do Futebol Brasileiro, localizado no segundo andar do Museu do Futebol, aconteceu uma troca de livros de futebol. Os participantes podiam trazer até cinco livros /revistas para fazerem as trocas.</p> 
<p>3</p>	<p>07/10/2017 12 participantes</p>	<p>Bate Papo sobre “Torcidas Organizadas Australianas: Diversidade Cultural e Discriminação” com Prof Jorge Knijnik da Universidade Western Sydney. Com a participação de Felipe Lopes/ Filósofo e professor dr. em Psicologia Social e mediação do prof. Bernardo Buarque de Hollanda.</p>  

<p>4</p>	<p>12/10/2017 a 15/10/2017</p> <p>4 dias</p> <p>5.660 Participantes</p>	<p>Dia das Crianças com ErêLab Brinquedos desenvolvidos pelo Erê Lab ficaram disponíveis para crianças de todas as idades. Com foco no uso de materiais sustentáveis e criativos, os brinquedos apresentados no espaço foram o Prisma e o Metalofone, que estimulam a percepção dos sons e texturas. Os brinquedos foram criados para serem acessíveis a crianças com deficiência.</p> 
<p>5</p>	<p>21/10/2017 36 Participantes</p>	<p>Ciclo Histórias da Várzea: o futebol amador na cidade de São Paulo- 2º Encontro</p> <p>O "Ciclo Histórias da Várzea: o futebol amador na cidade de São Paulo" é composto de três encontros que foram realizados no Museu do Futebol.</p> <p>Neste segundo encontro, foi falado sobre o processo de Tombamento do Parque do Povo, e ações de preservação dos campos da cidade de SP.</p> <p>Palestra 1: Prof. José G. Magnani - Antropólogo e coordenador do Laboratório do Núcleo de Antropologia Urbana da USP. Palestra 2: Profª Simone Scifone - Geógrafa - depto de Geografia/FFLCH/USP - Fez parte da equipe técnica do Condephaat que elaborou o estudo de tombamento do Parque do Povo. Mediação: Enrico Spaggiari - Doutor em Antropologia Social, membro do Ludens e editor do site Ludopédio Ações de Preservação Palestra 3: José Gomes / Pequeninos do Jockey Paulo Cesar Dutra / Associação Anhanguera Otacílio Ribeiro / Complexo Esportivo do Campo de Marte Mediação: Diego Viñas - jornalista</p>

		
6	07/11/2017 80 participantes	<p>Seminário "Novos Horizontes para o Esporte no país", em parceria com a ONG Atletas pelo Brasil.</p> <p>O museu sediou a discussão sobre o futuro do esporte no Brasil, e contou com duas apresentações:</p> <p>Palestra 1: Políticas Públicas: Dados e Gestão / Gabriel Vettorazzo, do PNUD e Ana Moser Diretora da Atletas pelo Brasil.</p> <p>Palestra 2: Governança e Transparência no Esporte/ Magic Paula, associada da Atletas pelo Brasil, Raimundo Neto, do Ministério do Esporte e Ismar Barbosa, do Tribunal de Contas da União.</p>
7	11/11/2017 35 participantes	<p>Reuniões do Grupo Memofut – 93ª Edição</p> <p>Palestra 1: "A literatura do futebol: 1977", com Ademir Takara.</p> <p>Exibição de vídeo com a retrospectiva da campanha do Corinthians no Campeonato Paulista de 1977.</p> <p>Palestra 2: "Corinthians: os 22 anos sem títulos e a conquista do Campeonato Paulista de 1977", com José Teixeira, preparador físico do clube na campanha de 1977. Com quase seis décadas dedicadas ao futebol e passagens como técnico e preparador físico pela equipe profissional e equipes de base do Corinthians, Teixeira é autor do livro "A história de um tabu que durou 22 anos (São Paulo: Danju, 2005).</p> <p>Palestra 3: "O elo perdido", com José Roberto Fornazza.</p> <p>Bate-papo bola sobre futebol e autoritarismo no Brasil e na América do Sul com Lívia Gonçalves Magalhães, professora adjunta de História do Brasil República do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense (UFF). Lívia é autora dos livros "Histórias do futebol" (São Paulo: Arquivo Público do Estado, 2010) e "Com a taça nas mãos: sociedade, Copa do Mundo e ditadura no Brasil e na Argentina" (Rio de Janeiro: Lamparina/FAPERJ, 2014).</p>
8	25/11/2017 80 participantes	<p>Ciclo Histórias da Várzea: o futebol amador na cidade de São Paulo - 3º Encontro</p> <p>O "Ciclo Histórias da Várzea: o futebol amador na cidade de São Paulo" é composto de três encontros que foram realizados no Museu do Futebol.</p> <p>Neste terceiro encontro, foi abordado o papel das instituições acadêmicas e do Museu na preservação do futebol de várzea e de suas memórias.</p>

		<p>Palestra 1: Futebol amador em Belo Horizonte / pesquisador Raphael Rajão Palestra 2: Pesquisa sobre a preservação de registros e divulgação do Futebol de Várzea / equipe CRFB / Rafael Piva (USP) / Enrico Spaggiari (USP). Palestra 3: História do Complexo Esportivo do Campo de Marte e seus clubes / mediação de Diego Viñas (jornalista). Logo após as palestras, o evento foi presenteado com um pocket show do vocalista da banda Clube do Balanço, onde ele apresentou músicas ligadas ao futebol de várzea.</p> 
<p>9</p>	<p>01/12/2017 à 03/12/2017 495 participantes</p>	<p>8º Festival de Cinema de Futebol – Cinefoot O Museu abrigou a sessão de abertura do Festival, com o filme “Dentro de um vulcão – a ascensão do futebol Islandês” A mostra Dente de Leite, é uma programação dedicada a filmes infanto-juvenis e é exibida nos dois dias no final de semana. Os bate papos também fizeram parte da programação das mostras especiais, além das exibições dos filmes competitivos de curta e longa metragens. A parceria com o Cinefoot atrai para o Museu do Futebol um público fiel e crescente a cada ano.</p> 

		
10	09/12/2017 35 participantes	<p>Reuniões do Grupo Memofut – 94ª Edição</p> <p>.Palestra 1: Bate-papo bola com o sociólogo e ex-dirigente do Corinthians Adilson Monteiro Alves. Diretor de futebol do clube no início dos anos 1980, Adilson foi um dos idealizadores da Democracia Corinthiana.</p> <p>Palestra 2: Sobre documentário “A História do Grêmio Mauaense - A Locomotiva do ABC” / com os jornalistas Daniel Alcarria e Samuel Boss. Daniel é autor do livro “Almanaque histórico do Grêmio Esportivo Mauaense” (Mauá: Edição do Autor, 2017) e Samuel é produtor e diretor do documentário que foi exibido antes do bate-papo.</p> <p>Palestra 3: “Algumas histórias de árbitros e outras questões - parte final” / com Gustavo Carvalho.</p>
11	09/12/2107 400 participantes	<p>24º Encontro de Colecionadores de camisas de futebol – temática “Clássicos Brasileiros”</p> <p>Este evento atrai colecionadores de todo o Brasil, e a cada ano o número de participantes cresce. Chegando na sua 24ª Edição, o encontro aconteceu no foyer em frente à sala Osmar Santos, na área externa do Museu. Foi investido mobiliário para receber os colecionadores com suas camisas. Este evento acontece com a parceria entre o Museu e o blog Na Gaveta e o site Minhas Camisas.</p> 
12	26/12/2017 à 30/12/2017 1.349 participantes	<p>Programa Férias no Museu (programação de dezembro) programação que vai até 28/01/2018.</p> <p>O Museu ofereceu atrações gratuitas para toda a família em espaço para brincadeiras, com mesa de pebolim, futebol de botão, e ping-pong, além de oficinas e atividades variadas. Recreadores ficaram à disposição do público promovendo uma série de dinâmicas e brincadeiras.</p>



Meta 32 - Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute – 1 exposição publicada

A exposição virtual idealizada para o cumprimento dessa meta relacionava-se com a temporária “Clássico é Clássico”, seguindo a linha curatorial de criar, na plataforma digital, uma narrativa que completasse os temas trabalhados na sede física do Museu. Com o adiamento da mostra para o segundo semestre de 2018, deliberou-se que, ao invés de lançar uma nova narrativa (tendo em vista que em 2017 foram lançadas três novas mostras fruto da participação no Projeto Fashion, articulado pelo Google), aproveitar-se-ia a oportunidade para reeditar 4 exposições já existentes na plataforma Google Cultural & Arts, quais sejam: “O Jogo e o Povo” (2013); “Futebol de Papel” (2013); “Mário Américo – massagista das seleções” (2014) e “Visibilidade para o Futebol Feminino” (2015).

As quatro mostras foram elaboradas na versão 1.0 da plataforma do Google. Esta empresa alterou, em 2017, sua forma de visualização e o conteúdo dessas mostras foi automaticamente transposto a um novo formato, não adequado à curadoria inicial. Foi feito, portanto, um trabalho de reedição cuidadosa desse material original, ajustando todo o conteúdo a novos layouts.

Meta 33 - Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol

Em seguida, a planilha com o detalhamento do público recebido no período de outubro a dezembro e no acumulado de 2017

Resumo 2017 - Planilha de Visitantes - Bilheteria +Ações					
	Categories	OUT	NOV	DEZ	Total
1	Individual	9.784	9.302	9.323	115.780
2	Individual Estrangeiro	1.403	1.458	888	13.393
3	Estudante Estrangeiro	129	89	155	1.678
4	Estudante Pagante	2.282	1.940	2.610	27.046
5	Idoso	773	743	688	10.205
6	Aposentado	13	13	34	241
7	Escola Privada	1.097	585	102	8.176
8	Escola Pública	4.061	4.523	1.153	22.813
9	Instituições / ONGs	899	848	469	12.729
10	Professor de Rede Pública	80	92	84	1.054
11	Professor da rede Particular	164	59	15	1.025
12	Deficientes	29	42	40	579
13	Gratuidades	280	341	291	4.137
14	Sec. Segurança Pública	50	46	29	470
15	Menores de 07 anos	1.061	1.042	1.303	16.672
16	Parceiros	270	-	-	981
17	Funcionários de Instituições Museológicas	1	4	9	33
18	Acompanhantes	154	142	154	2.048
19	Promoção Clubes	-	-	-	103
20	Promocionais (Peixe Urbano e outros)	246	225	432	3.049
21	Arraial / Dia dos Pais	-	-	-	946
Total Visitantes - Bilheteria		22.776	21.494	17.779	243.158

Visitas Exclusivas	21	100	100	1.119
Programação Cultural	386	220	2.279	20.172
Workshops técnicos			28	28
Visitas CRFB	24	46	41	401
TOTAL META	23.207	21.860	20.227	264.878
Extra Muros	4.598	4.335	3.753	45.120
SISEM	108	147	67	22.696
TOTAL GERAL	27.913	26.342	24.047	332.694

Meta 35 - Iniciar projeto de renovação da exposição de longa duração – Implantar comitê curatorial

Meta 36 – Realizar seminário com especialistas sobre o tema: Ciência do Esporte

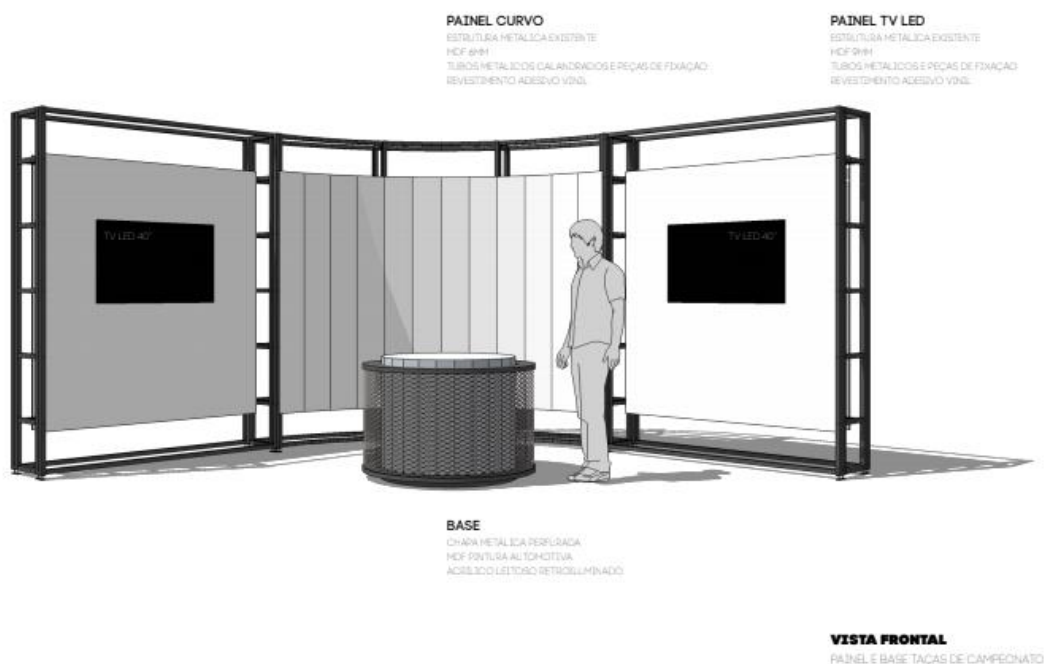
Como enviado no relatório do terceiro trimestre de 2017, o cenário orçamentário do Museu para o ano de 2018, com a incerteza dos resultados de captação de recursos até o final de dezembro de 2017, fez com que a gestão do Museu adiasse a implantação de um comitê curatorial para a discussão da renovação da exposição de longa duração, uma vez que não é certo a continuidade desse projeto no médio prazo.

Além disso, com a nova direção executiva do IDBrasil, os projetos prioritários para o ano de 2018 foram equacionados para ampliar o número de exposições temporárias, rever as ações de programação cultural, criação de novas ações promocionais e de comunicação. O projeto, incluído na proposta de renovação do contrato de gestão em 2016, de renovar a exposição de longa duração a partir do tema da Ciência do esporte, teve de ser, nesse contexto, repensado. Havia sido pactuado um evento para o mês de dezembro com o tema a “Ciência do Esporte” com vistas à produção de conteúdo para uma exposição. No quarto trimestre, foram consultados alguns centros de pesquisa em São Paulo que poderiam colaborar com a ação, tais como: Colégio Brasileiro de Ciência do Esporte (<http://www.cbce.org.br/dn.php>) e o Departamento de Biodinâmica do Movimento Humano da USP. No entanto, devido à novidade do tema e, com

a preocupação de que o evento não ficasse sem ter qualquer continuidade nas discussões relacionadas à exposição, optou-se por seguir um novo caminho para a renovação e atualização da exposição de longa duração.

A partir da pesquisa de público realizada no mês de abril de 2017, confirmou-se a preferência dos visitantes por ver no Museu mais objetos em exposição, como troféus, bolas, camisas. Nesse sentido, a gestão do Museu encomendou um projeto de mobiliário para o recebimento de troféus. Os objetivos do projeto são: a) criar estrutura cenográfica adequada para a exibição desse tipo de acervo; b) criar estrutura que pudesse ser montada em diferentes ambientes do Museu, permitindo dialogar com a exposição de longa duração e c) criar uma estrutura que seguisse a linguagem expográfica da exposição principal.

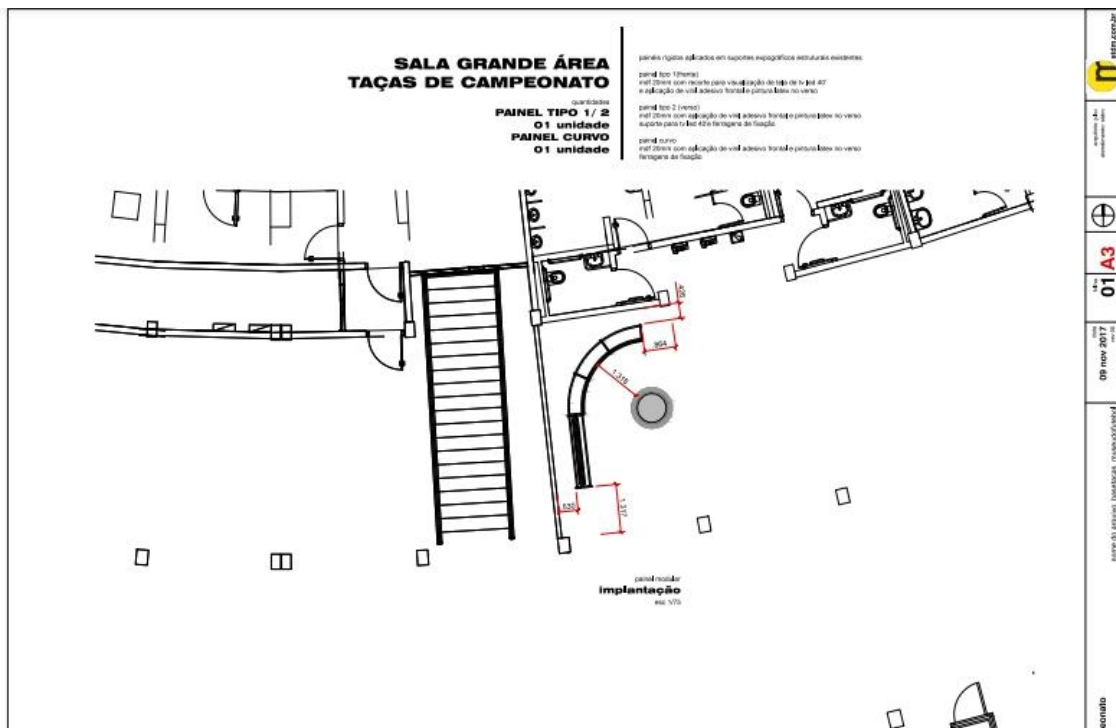
Abaixo apresenta-se os resultados e as plantas para implantação do projeto em quatro locais diferentes: na sala Osmar Santos (exposições temporárias), na Sala Grande Área, na sala Números e Curiosidades e na sala Dança do Futebol.



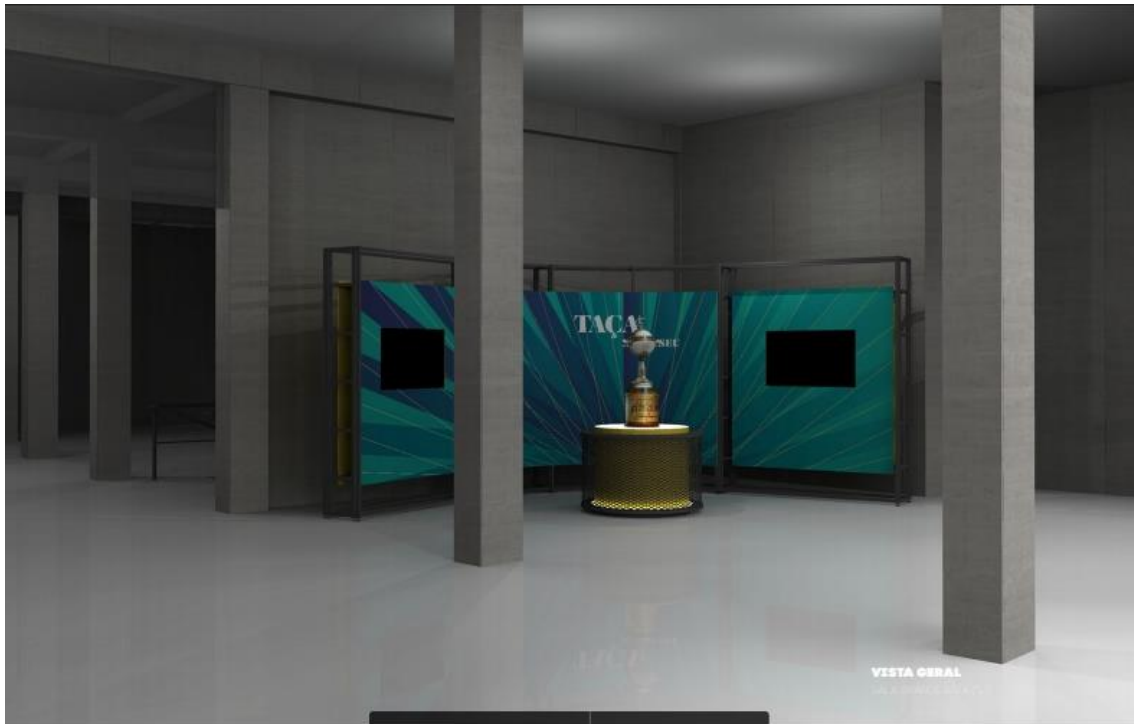
Vista da implantação considerando fundo com três partes, duas delas podendo receber TV para exibição de material audiovisual.



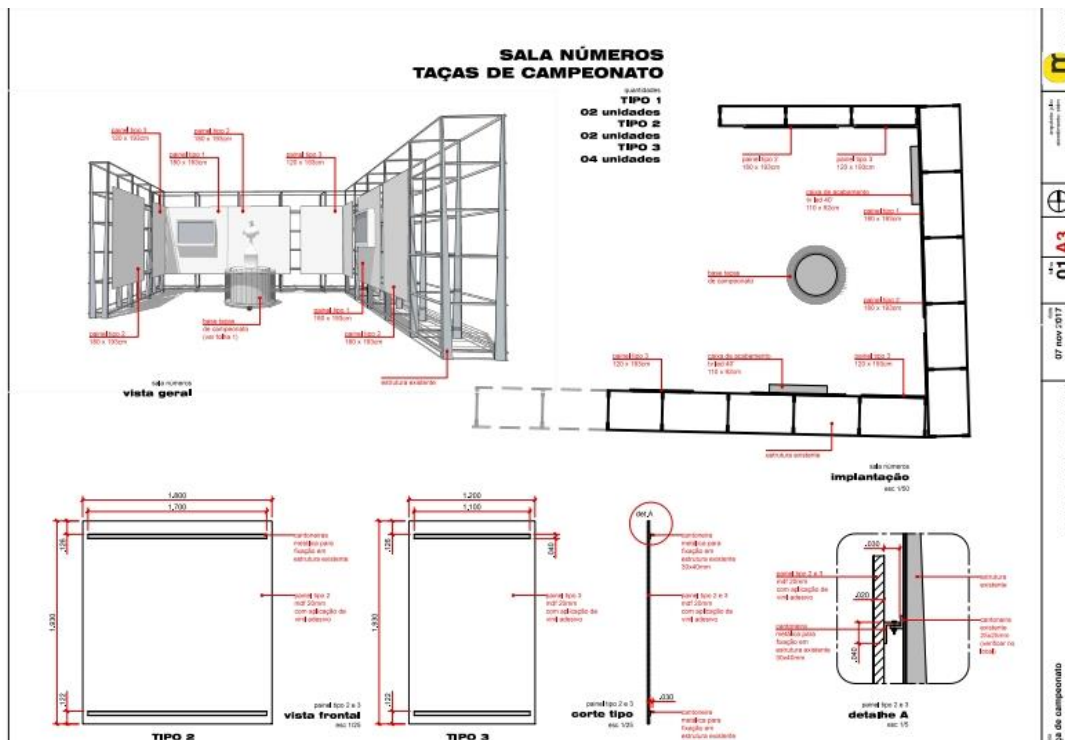
Perspectiva da implantação do cenário na Sala Osmar Santos (exposições temporárias).



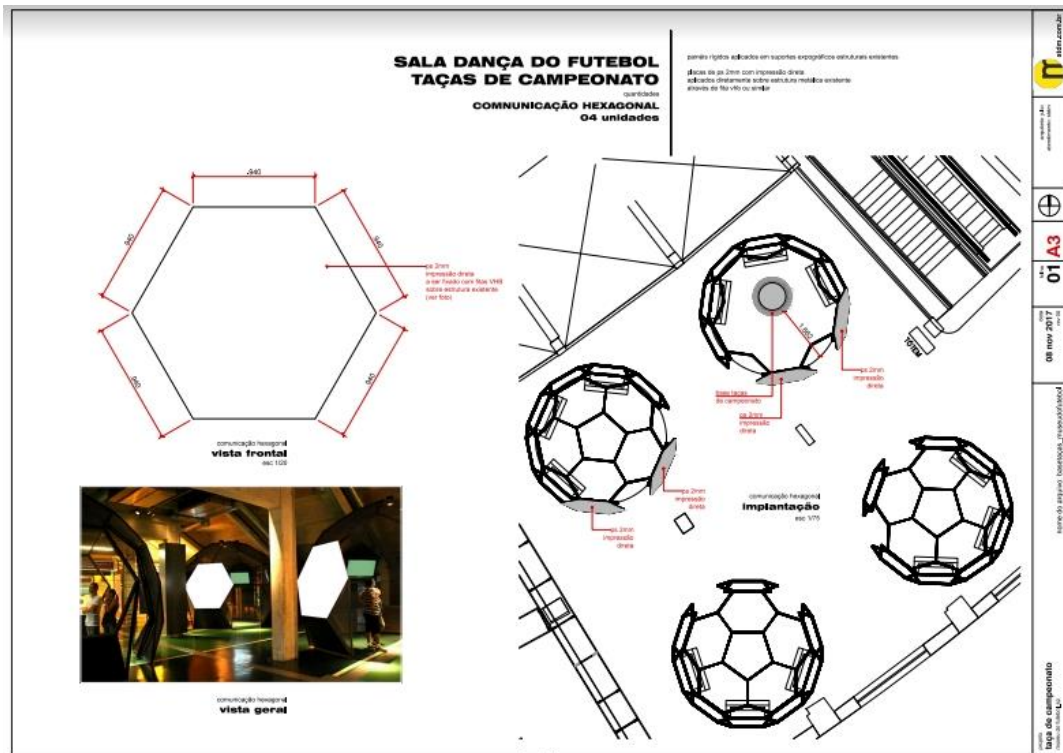
Proposta de implantação na Sala Grande Área (com duas peças ao fundo e não três).



Perspectiva da implantação na Sala Grande Área.



Adaptação para implantação na Sala Números e Curiosidades, aproveitando as estruturas já existentes no local.



Adaptação para implantação na Sala Dança do Futebol, aproveitando as estruturas já existentes no local.

Será elaborado um calendário para recebimento de taças ao longo de 2018, sendo a primeira delas a do campeonato paulista, da Federação Paulista de Futebol.

A programação cultural de 2018 será realizada com aporte de recursos oriundos da Lei Rouanet. O objetivo é diversificar os tipos de eventos visando atrair maior visitação. Assim, ao invés de implantar um Comitê curatorial para a renovação da exposição de longa duração, como previa a meta n. 35, apresenta-se abaixo nomes para compor um comitê curatorial para a programação cultural e exposições. Os nomes serão validados no primeiro trimestre de 2018.

4. PROGRAMA EDUCATIVO

No quarto trimestre de 2017, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 11.548 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. O total de atendimentos representa 17,6% do público total de visitantes presenciais do Museu do Futebol (65.294) neste período. Todas as metas anuais foram atingidas integralmente.

Do total de atendimentos do Educativo, 9.330 (80,7%) foi oriundo de visitas educativas agendadas, dos quais o maior volume, 6.866 (59,4%) foi proveniente escolas, número maior do que o período anterior, tendo em vista os meses de plena atividade letiva em outubro, novembro até meados de dezembro. Foi observado aumento de público oriundo de escolas municipais e, principalmente, de escolas estaduais, em comparação com o trimestre passado. O mesmo ocorreu com o público universitário. A tabela abaixo resume os atendimentos do quatro trimestre.

Engajamento	Perfil	Capacidade de Atendimento*	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo educativo no 4º Trimestre/2017
Visitas agendadas	Público Escolar	8.199	6.866	84%	59,4%
Visitas agendadas	Público Específico	7.921	2.464	31%	21,3%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Estádio do Pacaembu e ao Museu	Público Espontâneo	13 (visitas oferecidas)	237	79%	2%
Atividades educativas aos finais de semana/feriados	Público Espontâneo	49 (atividades oferecidas)	1427	100%	12,3%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Museu	Público Espontâneo	42 (horários oferecidos)	554	100%	5%
Total público atendido pelo Núcleo Educativo			11.548		100%

* Total de vagas dividido e atividades e horários oferecidos

O período também marcou o encerramento dos trabalhos do projeto Deficiente Residente com foco na Síndrome de Down. Neste relatório apresentamos o desenvolvimento do projeto, os principais aspectos da residência com Estela Almeida e seus respectivos produtos, quais sejam, 2 jogos e 1 cartilha com um roteiro de visita ao Museu do Futebol. Registramos ainda o Relatório Analítico de Satisfação do Público Escolar com base no modelo da SEC.

No dia 12 de dezembro ocorreu o lançamento do projeto "Hoje é dia de Futebol!", no auditório do Museu e com a presença do Secretário de Educação, José Renato Nalini e da Coordenadora da UPPM Regina Ponte. O

projeto consiste em receber 200 alunos da rede pública estadual por semana para visitas e atividades no Museu do Futebol, ao longo de todo o ano de 2018. Abaixo, fotos do lançamento do projeto:



Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
37	Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas	1º trimestre	7.239	7.239
			2º trimestre	10.857	10.857
			3º trimestre	10.857	10.857
			4º trimestre	7.239	8.199
			META ANUAL	36.192	37.152
			ICM %	100%	103%
38		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo = 37% da capacidade de atendimento)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	1.100	832
			2º trimestre	5.500	5.800
			3º trimestre	5.500	5.826
			4º trimestre	2.500	6.866
			META ANUAL	14.600	19.324
ICM %	100%	100%			

39		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral					
		Nº de ações/programas e projetos para públicos específicos oferecidos: 2 – Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – (Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol) e Visitas educativas agendadas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
			1º trimestre	2	2			
			2º trimestre					
			3º trimestre					
			4º trimestre					
META ANUAL	2	2						
ICM %	100%	100%						
40	Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc.	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral					
		Capacidade de atendimento por trimestre de públicos específicos (turistas, pessoas em situação de vulnerabilidade, público beneficiário de programas de instituições sociais, alunos de escolas de futebol, etc) em visitas educativas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
			1º trimestre	7.921	7.961			
			2º trimestre	4.143	5.723			
			3º trimestre	4.143	5.403			
			4º trimestre	7.921	7.921			
			META ANUAL	24.128	27.008			
		ICM %	100%	112%				
		41		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			
				Número mínimo de público especial atendido em visitas educativas (mínimo de 42% da capacidade de atendimento)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
					1º trimestre	2.600	2.458	
2º trimestre	3.100				3.830			
3º trimestre	3.100				4.655			
4º trimestre	1.800				2.464			
META ANUAL	10.600				13.407			
ICM %	100%	100%						

42	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
	Projeto Museu Amigo do Idoso: escrever artigo sobre o projeto	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	1	1
		2º trimestre	-	-
		3º trimestre	-	-
		4º trimestre	-	-
		META ANUAL	1	1
ICM %		100%	100%	
43	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
	Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Síndrome de Down - criação de 02 atividades/jogos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	-	-
		2º trimestre	-	-
		3º trimestre	-	-
		4º trimestre	2	2
		META ANUAL	2	2
ICM %		100%	100%	
44	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
	Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Síndrome de Down - criação de manual de convivência com a pessoa com Síndrome de Down (aplicado aos espaços culturais/museus)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	-	-
		2º trimestre	-	-
		3º trimestre	-	-
		4º trimestre	1	1
		META ANUAL	1	1
ICM %		100%	100%	

45	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Número de relatórios entregues	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	-	-
			2º trimestre	1	1
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	1	1
			META ANUAL	2	2
ICM %	100%	100%			
46	Índice de satisfação (> ou = 80%)	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Índice de satisfação (> ou = 80%)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	-	-
			2º trimestre	>= 80%	98,7%
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	>= 80%	98,1%
			META ANUAL	>= 80%	98,4%
ICM %	100%	100%			
47	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	3	3
			2º trimestre		
			3º trimestre		
			4º trimestre		
			META ANUAL	3	3
ICM %	100%	100%			

48	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
	Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	20	20
		2º trimestre	20	25
		3º trimestre	20	28
		4º trimestre	20	13
		META ANUAL	80	86
ICM %		100%	108%	
49	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
	Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número mínimo de visitantes atendidos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	300	497
		2º trimestre	300	540
		3º trimestre	300	642
		4º trimestre	300	237
		META ANUAL	1.200	1.916
ICM %		100%	100%	
50	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
	Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: quantidade de atividades oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	25	55
		2º trimestre	25	40
		3º trimestre	25	36
		4º trimestre	25	49
		META ANUAL	100	180
ICM %		100%	180%	

51	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
	Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1º trimestre		250	1.709	
2º trimestre		250	1.317	
3º trimestre		250	901	
4º trimestre		250	1.427	
META ANUAL		1.000	5.354	
ICM %		100%	100%	
52	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
	Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados: número de visitas oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	24	26
		2º trimestre	24	55
		3º trimestre	24	25
		4º trimestre	24	42
		META ANUAL	96	148
ICM %		100%	154%	
53	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
	Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		1º trimestre	72	265
		2º trimestre	72	597
		3º trimestre	72	362
		4º trimestre	72	554
		META ANUAL	288	1.778
ICM %		100%	100%	

COMENTÁRIOS E JUSTIFICATIVAS DOS RESULTADOS DAS METAS

Justificativa de superação da meta 37

Neste trimestre, por conta das ausências dos horários reservados à parceria da Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social, foi possível disponibilizar mais vagas para o público escolar. Como será possível observar, houve uma demanda significativa de escolas para visitas

educativas neste período, incluindo o mês de dezembro, o que corrobora para a superação da meta, a qual não sofreu impacto orçamentário.

Comentários da meta 38

A superação da meta de atendimento é desejável, uma vez que o número pactuado estabelece o mínimo relativo à capacidade total. No período, destacou-se o público oriundo de escolas estaduais que, comparado ao trimestre anterior, duplicou sua presença em visitas educativas agendadas. Levando este dado em consideração, os alunos de escolas estaduais representam 30% do público total atendido pelos educadores no período. Já os visitantes oriundos de escolas municipais seguem com um bom índice. À exceção do primeiro trimestre, a presença de alunos de escolas municipais se deu em uma média de 2.500 visitantes por trimestre, um número bom advindo, principalmente, da parceria do Museu com o Programa de Visitas Monitoradas da Prefeitura de São Paulo. Neste período, os alunos de escolas municipais representam 27,8% do público total atendido pelos educadores. Por outro lado, o número de estudantes oriundos de escolas particulares caiu em comparação ao período anterior, pois, dado sabido, o período letivo das escolas particulares se encerra em novembro. Neste período, os alunos de escolas particulares representam 8,1% do público total atendido pelos educadores. Por sua vez, o número de estudantes do ensino superior praticamente duplicou, em comparação ao trimestre anterior, atingindo 180 visitantes no período. No entanto, ainda é um público a se expandir. No retrospecto do ano, o público escolar representou um pouco mais da metade do público total do Educativo, o que indica a conformidade da porcentagem de vagas dedicadas, dentro da nossa capacidade, para o atendimento deste perfil de público. Dentro desta perspectiva, os alunos de escolas municipais constituem 22% de todo o público atendido pelo Educativo no ano de 2017 em visitas agendadas, com 8.039 visitantes. Já os alunos de escolas estaduais respondem por mais 20% do atendimento total, com de 7.337 visitantes no ano. Os alunos de escolas particulares, por sua vez, representam 9,6% do público total do Educativo, com 3.498 visitantes. Ao receber número tão significativo de público em visitas mediadas pelos educadores, o Museu do Futebol reforça seu caráter interdisciplinar e de extensão dos conteúdos curriculares da educação básica, bem como consolida-se como espaço de educação não-formal. Tendo em vista todos estes fatores, a meta foi superada sem impacto orçamentário.

Comentários da meta 41

A superação da meta de atendimento é desejável, uma vez que o número pactuado estabelece o mínimo relativo à capacidade total. Importante destacar que as mudanças ocorridas na gestão da Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social, já sinalizadas no relatório anterior, consolidaram a diminuição significativa do envio de transporte às entidades parceiras da SMADS fazendo com que o acesso a espaços de cultura, tal como o Museu do Futebol, para pessoas em situação de vulnerabilidade social ficasse ainda mais restrito. O Núcleo Educativo realizou constantes esforços com o intuito de manter o canal de comunicação aberto com o Cerimonial do Gabinete da referida pasta, dispendo-se, inclusive, a realizar a intermediação entre as entidades e a própria secretaria, uma vez que o argumento inicial era que a pasta não dispunha de pessoal para realizar este trâmite. Mesmo com este esforço, o desconhecimento deste procedimento por parte das entidades e, posteriormente, a ratificação da ausência de transportes por parte da secretaria, confirmaram a redução do atendimento oriundo por esta parceria neste trimestre. Neste período, o público oriundo desta parceria representa apenas 0,8% do público atendido pelo Educativo, com 82 visitantes, e indica uma queda de 74% em comparação ao trimestre passado, com 314 visitantes. Tendo isso em vista, e tal como já realizado no período anterior, coube à gestão do Núcleo Educativo a reorganização dos horários destinados a esta parceria, de modo que o atendimento a este perfil de visitante não deixasse de ser realizado. Assim sendo, estes horários foram destinados a ONGs e instituições sociais que trabalham com o público infanto-juvenil e pessoas em situação de vulnerabilidade social. Esta reorganização fez com que o público infanto-juvenil continuasse a representar o perfil mais significativo dentro da categoria de público específico, representando 13% do público atendido no período, consolidando-se como a terceira maior fatia de público que realiza visitas educativas no museu, atrás apenas do público escolar de escolas municipais e estaduais. Ainda que em menor quantidade, ONGs, instituições sociais e escolas de esporte seguiram visitando o museu neste período. Tendo em vista todos estes fatores, a meta foi superada sem impacto orçamentário.

Justificativa de superação das metas 50 e 52

Neste período, por conta das variadas oportunidades de feriados (3 somente em outubro e novembro – Dia da Criança, Dia de Finados e Dia da Consciência Negra), foi possível elaborar uma programação especial que não se limitasse apenas aos finais de semana, mas que oportunizasse tanto

o período quanto os feriados e suas emendas. Nesse sentido, é um momento de aproveitar a presença mais intensificada do público no museu, oferecendo-lhe uma diversidade de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu. Além disso, por conta das constantes restrições de visitas conjugadas ao Estádio neste período, as visitas que seriam estendidas ao Pacaembu se tornaram visitas mediadas somente ao museu, o que fez a oferta deste tipo de ação subir significativamente.

Comentários da meta 51

A meta de público atendido em jogos e atividades educativas foi superada. O engajamento da equipe em oportunamente oferecer de maneira ampla atividades para a família e demais perfis de público que visitam o museu nos finais de semana e feriados, uma vez que as avaliações qualitativas destas atividades têm sido muito positivas, bem como a procura do público, cada vez maior, fizeram com que a presença de público atividades, dinâmicas e jogos educativos seguissem com o alto número. Também corrobora para tanto a constante divulgação da programação das ações do Educativo nas redes sociais e no site do museu.

Comentários da meta 53

A meta de público atendido em visitas ao museu foi superada. O engajamento da equipe em oportunamente oferecer de maneira ampla atividades para a família e demais perfis de público que visitam o museu nos finais de semana e feriados, uma vez que as avaliações qualitativas destas atividades têm sido muito positivas, bem como a procura do público, continuamente alta, fizeram com que a presença de público nas visitas educativas ao museu seguissem com o bom número. Além disso, com as várias interdições para visitas ao Estádio neste quarto trimestre, as visitas que seriam conjugadas passaram a ser somente no museu, o que contribuiu para o incremento da meta. Também corrobora para tanto a constante divulgação da programação das ações do Educativo nas redes sociais e no site do museu.

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

Meta 37 - Indicativo de Produtos: Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas

Meta 38 – Indicativo de Resultado: Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo de 37% da capacidade de atendimento)

Detalhamento das metas 37-38

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
37	7.239	8.199	6.866	84%
* público atendido				

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

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)						
Ação 38	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Federais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Outubro	1417	1084	0	572	114	3.187
Novembro	1092	1.396	0	240	5	2.733
Dezembro	310	565	0	10	61	946
Total realizado	2.819	3.045	0	822	180	6.866
Resultado Realizado	6.866					
Resultado mínimo previsto	2.500					
ICM (trimestre)	275%					



A educadora Flávia Violim realiza visita com grupo escolar

Ação: Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc.

Meta 40 - Indicativo de Produtos: Capacidade de atendimento por trimestre de públicos específicos (turistas, pessoas em situação de vulnerabilidade, público beneficiário de programas de instituições sociais, alunos de escolas de futebol, etc.) em visitas educativas

Meta 41 – Indicativo de Resultado: Número mínimo de público especial atendido em visitas educativas (mínimo de 42% da capacidade de atendimento)

Detalhamento das metas 40-41

Tabela 3. Demonstração de vagas disponibilizadas (público específico)

Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)				
Meta	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
40	7.921	7.921	2.464	31%
* público atendido				

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

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)												
Ação 41	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Família (oriunda de instituições sociais)	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Empresas	Turistas	VIPS	Imprensa	Escolas de Futebol	Total mensal
Outubro	44	33	47	490	88	0	25	0	0	0	70	797
Novembro	46	116	75	584	0	116	0	0	53	0	149	1139
Dezembro	70	28	60	249	14	0	105	0	2	0	0	528
Total realizado	160	177	182	1323	102	116	130	0	55	0	219	2464
Resultado Realizado	2.464											
Resultado mínimo previsto	1.800											
ICM (trimestre)	137%											



As educadoras Laís Oliveira e Bruna Colucci realizam visita com grupos de ONGs

Meta 43 - Indicativo de Produtos: Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada: Síndrome de Down – criação de 02 atividades/jogos

O projeto Deficiente Residente

- ✓ Breve retrospecto

Nos trimestres anteriores, apresentamos os primeiros passos da segunda temporada do projeto *Deficiente Residente* que, neste ano, tem como foco a Síndrome de Down. Detalhamos também o contato da Coordenação do Educativo com a escola Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento, que

trabalha exclusivamente com pessoas com deficiência; a indicação da direção da escola para a contratação da aluna Estela Almeida; os contatos com a mãe de Estela, a Sra. Árthemis Almeida; e finalmente, a reunião de Estela e Árthemis com a Coordenação do Educativo aqui no museu para os acertos finais do encaminhamento da contratação de Estela, ocorrida em junho. Também foi realizada uma entrevista para detalharmos um pouco o perfil de Estela para a equipe antes do início da residência. No mês de setembro, por conta do projeto, recebemos a visita da deputada federal Mara Gabrilli, que veio conhecer o trabalho de acessibilidade, os frutos das edições anteriores do projeto e a nossa residente Estela Almeida. A visita de Mara foi significativa e repercutiu nas redes sociais e no site do partido ao qual é vinculada.

✓ A residente

Estela Almeida tem 41 anos e possui síndrome de Down e autismo leve. É aluna da escola Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento, onde também auxilia os professores em seu contra-turno de aula. Moradora do bairro do Morumbi, Estela é apaixonada por futebol, tendo se declarado são-paulina, e também pela Grécia, país o qual já visitou algumas vezes. Ainda que saiba ler, sua escrita é comprometida, motivo pelo qual, pela primeira vez, optou-se pela residente não produzir relatórios escritos.

O desafio com Estela deu-se no âmbito da cognição e da própria fala. Confirmar a compreensão de Estela do que estava sendo proposto ou perguntado foi o exercício constante da equipe de orientadores e educadores em seu cotidiano com a residente. Além disso, Estela apresenta dificuldades fonéticas e de expressão verbal próprias de pessoas com síndrome de Down, o que por vezes também dificultou a compreensão, por parte de seus interlocutores, do que estava sendo verbalizado.

No âmbito geral, sua socialização é fácil, uma vez que Estela tem domínio dos códigos sociais básicos de convivência. O apoio de sua mãe Árthemis durante o projeto, trazendo para a Coordenação constantes feedbacks de Estela em seu período fora do museu (inclusive na própria escola), colaborou significativamente para a qualidade da convivência com Estela.

✓ A residência

Iniciada em 02/08, a residência teve duração de três meses, sendo finalizada no dia 26/10. Estela trabalhava às quartas e quintas, os melhores dias para o museu e para a sua agenda na escola. Seu horário fixo era das 10h às 16h, com 1h de almoço. Tal como realizado na segunda parte do

projeto *Museu Amigo do Idoso*, a residência foi dividida entre orientadores e educadores, sendo que aos primeiros coube a quarta-feira e aos segundos a quinta-feira. As atividades quotidianas de Estela foram registradas diariamente pelos supervisores, que detalharam as ações e os envolvidos, como se pode verificar abaixo.

Em sua rotina, Estela participou de visitas com os educadores, atuou diretamente no atendimento ao público no espaço expositivo junto aos orientadores, avaliou jogos e atividades educativas, bem como o próprio espaço expositivo.

Data	Equipe	Ações
02/ago	Ialê e Marcelo	Apresentação para museu / Visita ao museu
	Todos os educadores	Apresentação para educadores
	Tati, Débora, Rodrigo, Angélica, Neto, Diego	Jogo Puppet
	Todos os orientadores	Apresentação para orientadores
03/ago	Daniel, Ana e Cláudia / Isabel	Perceber a Cidade
	Todos os educadores	Oficina Faça sua Pipa
	Angélica e Tatiane	Pakayemby (os dois)
	Angélica	Volta no estádio
09/ago	Ana e Ialê	Com que roupa eu vou?
	Rosa / Raphael	Atendimento ao público - Entrada
	Ademir	Acolhimento de grupos
10/ago	Flávia e Bruna	Proposta a partir do livro O Livro Negro das Cores
16/ago	Ialê e Ana	Gravação Tv Ressoar, Com que Roupa eu Vou?
	Larissa	Atendimento ao público - Guarda Volumes
	Cleris	Atendimento ao público -Porta Pacaembu
	Bárbara	Atendimento ao público -Chute a Gol
	Isabel/Rosa/Raphael	Atendimento ao público - Entrada
17/ago	Bruna / Claudia	Dinâmica sobre cores, texturas e escalas
	Bárbara / Flávia	Dinâmica Tudo é Bola
	Angélica/Rodrigo	Caça Detalhes
		Fotografia
23/ago	Cleris/Bárbara/Isabel	Apresentação da Sala das Copas do Mundo e
		Maquetes tateis
	Mauro	Apresentação da Sala Números e interação comos visitantes
	Ademir/Patrícia	Confecção de vaso grego em cartolina

24/ago	Cláudia / Ana / Bárbara	Dado com movimetos do futebol para espelhar o movimento / Anjos Barrocos e Origens para apropriação do espaço utilizando o corpo.
	Cláudia / Ana / Bárbara	Mapa das Torcidas
	Laís / Rodrigo	Visita ao museu
30/ago	Bárbara/Isabel/Rosa	Visita ao estádio - falar sobre alguns Clubes e sobre as torcidas - Depois a Estela pintou com tinta o que ela memorizou do estádio.
	Larissa/Mauro/Patrícia	Atividade: Jogo de tabuleiro - Ludo, proposta foi observá-la no âmbito social. Ludo - Um jogo infantil , criado na Índia, com o objetivo de estimular a capacidade de lidar com as vitórias e derrotas através da competição.
	Cleris/Raphael	Realizaram uma atividade com escudos táteisno intuito de analisar como a Estela se expressa na tomada de decisão e transmite sua memória por meio de associação.
31/ago	Bruna / Ana / Flávia / Bárbara / Cláudia	Atividades corporais / brincadeiras com elementos do futebol / musicalidade (Sala Osmar Santos) - Projeto: roteiro + acolhimento
	Laís / Rodrigo / Neto	Leitura Animal (Números)/ Atividade de expressões faciais (Copas) - Projeto: Contação de Histórias
06/set	Ademir/Larissa/Patrícia	Pintura com tinta guache
	Bárbara	Pesquisa sobre estádios, Jogo quebra cabeça
	Isabel	Atendimento ao Público - Catraca Entrada
	Raphael	Atendimento ao Público - Porta Pacaembu
07/set	Bárbara / Diego / Ana	O que tem no museu? / Palavras
		Fotografias sobre o que faz parte do museu
		Pessoas que fazem parte do museu
		Autorretrato (Eu dentro do museu)
13/set	Anderson/Larissa/Patrícia/Ademir	Atividade na área externa - Futebol de Cinco
	Raphael/Rosa	Captação de imagens do museu
	Mauro/Ademir	Desenvolvendo jogo da velha, utilizando palitos de sorvete e tampinhas de refrigerante
	Anderson	Atendimento ao público - Porta pacaembu
15/set	Todos	Encontro com Mara Gabriilli
	Débora e Laís	Memória + Ação (sílabas)
20/set	Rosa/Patrícia/Ademir	Confecção do caderno quem sou eu
	Bárbara/Raphael	Mapa das torcidas e dos Estádios
	Larissa	Guarda Volumes - Atendimento ao Público
	Anderson	Catraca Entrada - Atendimento ao Público

	Raphael	Porta Pacaembu - Atendimento ao Público
21/set	Flávia / Bruna / Cláudia	Percepção do corpo dentro do museu (salas Grande Área, Anjos, Gols e Rádios)
	Angélica / Débora / Rodrigo / Flávia	Jogo de associação entre sílabas e imagens / Proposta de livro acessível
27/set	Anderson/Bárbara/Cleris	Atividade tomba Latados Carrascos da seleção, cara cara olímpico
	Rosa	Catraca Entrada - Atendimento ao Público
	Patrícia/Larissa/Isabel	Pintura da bandeira da Grécia, confecção do jogo de palito, leitura de livro e atividade no chute ao gol
28/set	Cláudia	Apresentação e observação de Estela sobre as propostas do roteiro
	Rodrigo / Angélica / Laís / Débora	Criação de narrativas através da fotografia
04/out	Patrícia/Larissa/Rosa	Jogo de palitos, atividade no caderno que sou eu
	Bárbara/Isabel	Atividade com massinha de modelar
	Anderson/Cleris	Jogo de adivinhação de objetos
05/out	Bruna / Flávia	Visita do Núcleo de Aprendizagem Desenvolvimento
11/out	Bárbara/Patrícia/Raphael	Atividade - Jogo Memoriball
	Isabel/Mauro	Construção do Jogo das Argolas
	Patrícia	Confecção Pebolim
	Anderson/Rosa	Preparação de material para o caderno (Quem Sou Eu)
12/out	Todos os educadores	Acompanhamento dos educadores durante ações do Dia das Crianças
18/out	Equipe	Selecionando material para exposição caseira - MEU OLHAR
19/out	Diego / Bárbara	Mapa das Torcidas (estádios)
	Cláudia / Ana	Finalização de roteiro para visita
	Angélica / Rodrigo	Confecção de livro
	Débora / Neto	Memoriball
25/out	Todos os orientadores	Fechamento - exposição de fotos e materiais desenvolvidos
26/out	Todos os educadores	Fechamento - apresentação e bate-papo

Como forma de estimular sua rotina, Estela também preencheu uma lista de presença, a qual segue abaixo.

MUSEU DO FUTEBOL

NÚCLEO DE AÇÃO EDUCATIVA

Deficiente Residente 2017

FOLHA DE PRESENÇA

Nome: ESTELA

Data de Nascimento: 12/07/1976

Data	Número de Entrada		Assinatura
	08:00	18:00	
02/04/17	12	4	ESTELA
03/04/17	10	4	ESTELA
04/04/17	10	4	ESTELA
05/04/17	10	4	ESTELA
06/04/17	10	10 4	ESTELA
07/04/17	17	10 4	ESTELA
08/04/17	23	4	ESTELA
09/04/17	24	10 4	ESTELA
10/04/17	20	10 4	ESTELA
11/04/17	27	10 4	ESTELA
12/04/17	6	10 4	ESTELA
13/04/17	13	10 4	ESTELA
14/04/17	15	10 4	ESTELA
15/04/17	20	10 4	ESTELA
16/04/17	27	10 4	ESTELA
17/04/17	7	10 4	ESTELA

01/04/17	27	10 4	ESTELA
02/04/17	28	10 4	ESTELA
03/04/17	4	10 4	ESTELA
04/04/17	5	10 4	ESTELA
05/04/17	11	10 4	ESTELA
06/04/17	18	10 4	ESTELA
07/04/17	25	10 4	ESTELA
08/04/17	25	10 4	ESTELA
09/04/17	26	10 4	ESTELA
10/04/17	10/10	10 4	ESTELA

ESTELA

Assinatura do Residente

Assinatura da Coordenação

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

Em seus relatos, a equipe aponta para as dificuldades relacionadas à memória, mais especificamente em relação a um esforço no pensamento. A relação com expressões faciais também foi um ponto trabalhado, dada a barreira de Estela relacionar sentimentos e emoções com expressões faciais. A dificuldade de elaboração do pensamento se refletiu nas atividades que demandaram a construção de narrativas, uma vez que uma estória tem começo, meio e fim; além de diferentes dimensões do tempo, tais como passado, presente e futuro. Ainda que sua memória fosse um auxílio, a criação de uma nova estória confundia a residente.

Por outro lado, é notável o envolvimento de Estela com a temática do futebol. Sua associação dos escudos dos mais diversos times do Brasil se deu de forma natural, revelando um conhecimento adquirido e estimulado. A associação de palavras e imagens foi um ponto forte também percebido na residência de Estela. Buscando o estímulo destas associações, educadores e orientadores também trabalharam movimentos corporais, ora reproduzindo movimentos do futebol, ora criando outros tipos de movimento, sempre tendo em vista a singular flexibilidade do corpo de pessoas com Síndrome de Down.

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

Data: 07/09/2017

Nome (s): Ana Friedman, Barbara Cinelli, Diego Sales

Residente: Estela Pereira de Almeida

Salas trabalhadas: Sala Lounge, Sala Grande área, Sala Copas e Sala Origens

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-chaves?

Iniciamos as atividades no Lounge do educativo usando algumas palavras-chave. A proposta era que a Estela identificasse as palavras e através delas se lembrasse do acervo, dizendo se faziam ou não parte do museu. Palavras utilizadas: Futebol, copa do mundo, circo, espetáculo, corpo humano, história, torcida, jogadores, etc.

Estela soube identificar a maioria das palavras rapidamente, também na maioria das vezes disse que sim, estas faziam parte do museu, entretanto percebemos que ao perguntarmos onde ficariam determinadas coisas no museu, ora a residente não sabia dizer, ora respondia com uma expressão genérica, por exemplo: "- lá em cima", "-pra lá".

Na segunda etapa da Atividade, utilizando uma câmera fotográfica, a residente deveria fotografar no espaço do museu, as coisas que corresponderiam às palavras que ela mesma julgou fazerem parte de museu. Por exemplo, ao ler a palavra "arquitetura", Estela identificou as colunas no teto do museu e as fotografou. Com essa dinâmica percorremos algumas salas do museu e a residente com facilidade e empolgação foi apontando e fotografando as imagens que ela encontrava e associava às palavras que o educador lia em voz alta.

Data: 09/08/2017

Nome (s): Ana Friedman, Ialê Cardoso

Residente: Estela Pereira de Almeida

Local: Sala Números e Curiosidades

Redator: Ana Friedman

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-chaves?

Trabalhamos com a Estela a atividade "Com que Roupa eu Vou", criada dentro do Projeto Deficiente Residente, na edição da Deficiência Intelectual,

em 2011. A ideia era realizar esta atividade para perceber como a Estela constrói a sua linha de pensamento em relação à sua compreensão cognitiva e o quanto precisamos trabalhar com ela relações de imagem e contexto.

Pontos que percebemos que são potenciais a desenvolver durante a residência:

- conceito de 'passado' e 'presente', como por exemplo, a roupa que representa o jogador de antigamente (terno e gravata), foi associada por ela à roupa do narrador Galvão Bueno por ser uma figura atuante no futebol de hoje em dia.

- associação de imagens estimulada pela mediação, como por exemplo, quando ao montar a roupa usada pelo goleiro, perguntamos quem vestia a camisa nº1 e ela associou com o Marcos, goleiro do Palmeiras. Em seguida, ao buscar a parte de baixo da roupa, já foi estabelecida a relação de que se a camisa possuía o nº1, era conjunto da bermuda que também tinha o nº1 (alfabeto visual).

- associação de imagens pela percepção dela sobre as cores, pelos aprendizados que a residente teve até hoje, como por exemplo, ao perguntarmos sobre o uniforme do juiz, ela associou de primeira com o terno. Ao perguntarmos o porquê, ela explicou que era por causa da cor preta, que era a cor da roupa do juiz. Coube a nós fazer a pergunta certa para aquele momento, para que estimulasse ela a construir o caminho, também por associação, até chegar na roupa que representasse o juiz. E de que forma isso foi feito? Perguntamos quais objetos o juiz de futebol utilizava, até chegar no cartão; perguntamos então onde o juiz guardava o cartão e aí ela concluiu a associação de que a camisa do juiz possuía um bolso para guardar esses cartões. E a partir disso, ela montou o juiz com toda a vestimenta correta, incluindo apito e relógio.

- outra observação é em relação às escolhas das expressões faciais dos personagens. Cada escolha que ela fazia, nós perguntávamos como era aquela 'cara' e o porquê de ela ter escolhido aquela expressão. Na maioria das vezes a resposta dada não condizia com o sentimento que aquela expressão demonstrava, e aí, de novo, por meio da mediação, ela trocava por outra que fazia mais sentido para o que ela queria. Por exemplo, ao pegar uma expressão facial feliz, aleatoriamente, para colocar no juiz, perguntávamos o que aquela 'cara' estava representando, e ela respondia "está com raiva". Questionávamos então se aquela cara expressava mesmo

a raiva, e aí ela percebia que não, e então trocava pela que realmente expressava raiva.

Por fim, a cada personagem montado, ela vibrava (e a gente também) com o resultado, fruto de uma construção após todo o caminho percorrido pelas associações feitas. No nosso entendimento, esse caminho percorrido só teve sucesso quando ao percebermos que, quando fazíamos uma pergunta e nos frustrávamos com a resposta, essa pergunta precisava ser refeita de uma maneira diferente que fizesse sentido pra ela ou, buscar uma associação que faça mais sentido para ela.

Data: 11/08/2017

Nome (s): Rodrigo Luzzi e José Rodrigues

Residente: Estela Pereira de Almeida

Local: Sala das Copas e Passarela

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-chaves?

Para este dia, dando continuidade às propostas anteriores, ficou estabelecido que seriam feitas apenas 2 atividades com a residente. Entretanto, a aplicação de uma terceira atividade não prevista acabou tendo grande relevância para o resultado do processo.

Para a primeira etapa, utilizou-se um grande dado de papelão, em cujos lados foram colocadas figuras com 6 expressões humanas distintas: alegria, raiva, tristeza, indiferença, preocupação e surpresa. O objetivo consistia no sorteio, identificação e conseqüente reconhecimento de cada expressão nas fotos da sala das copas, o qual foi alcançado de maneira satisfatória. Não houve inicialmente qualquer resistência por parte da Estela quanto à proposta, respondendo tranquilamente ao que lhe era solicitado, porém, após algum tempo ela demonstrou cansaço em relação à repetição da proposta.

A segunda atividade foi a "Leitura Animal", desenvolvida esta na passarela sobre uma pequena mesa de futebol de botão. O objetivo era montar um time de futebol com determinados animais de papel, escolhendo suas posições em campo de acordo com suas características principais, porém dessa vez o objetivo ficou aquém do esperado. Assim como ocorreu anteriormente, também não houve resistência por parte da residente, mas a associação dos animais a uma determinada posição por conta de suas

características não ocorreu, tendo tais escolhas sido feitas sem qualquer critério específico.

Conforme mencionado, não estava prevista a aplicação de uma terceira atividade, porém, a fim de se aproveitar melhor o tempo restante com a Estela, decidimos aplicar o jogo "Era Uma Vez", que consiste na elaboração de um conto a partir das imagens contidas em um baralho temático. As cartas são devidamente embaralhadas, repartidas entre os participantes, e então alguém dá início à história. Após algum tempo, chamou a atenção a facilidade com que a residente reconhecia todos os objetos desenhados em suas cartas, não havendo grande dificuldade em sua descrição. Entretanto, os entraves surgiam na relação de cada objeto a um determinado contexto, uma história com passado, presente e futuro. A relação estabelecida sempre se dava com algo já registrado em sua memória, fruto de experiências passadas, mas nunca com um enredo em desenvolvimento.

Portanto, por meio dessa observação, constata-se que estimular a ampliação de seu vocabulário, seu conhecimento descritivo quanto ao mundo que a cerca possa, talvez, apresentar resultados práticos muito satisfatórios para o projeto, visto que o campo das conexões temporais e mesmo materiais sempre se mostra muito peculiar e imprevisível.

✓ Visita da escola Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento

No dia 05/10, a convite do Educativo, Estela e as educadoras Bruna Colucci e Flávia Violim receberam colegas da escola onde Estela estuda e trabalha, o Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento. Na ocasião da visita, as três alunas possuíam deficiência intelectual, sendo que uma delas, assim como Estela, também possuía Síndrome de Down.



Visita da escola Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento

✓ Exposição "Meu Olhar"

Como ações de encerramento, a equipe de Orientação elaborou uma micro-exposição caseira sobre os trabalhos desenvolvidos com Estela no convívio com os orientadores.

O processo de elaboração da exposição intitulada “Meu Olhar” pela equipe de Orientação demandou esforços coletivos dos orientadores como um todo. O *lounge* do Educativo foi totalmente esvaziado para dar lugar à exposição. Ainda que caseira, a exposição contou com um texto de apresentação e uma linha narrativa que culminou na produção do diário da Estela, desenvolvido ao longo de todo o período da residência. Contando com os registros de imagem, a exposição foi desenvolvida em quatro partes, a saber:

- “Conhecendo a Equipe” - Com a equipe de Orientação, a residente Estela Pereira de Almeida vivenciou as rotinas de trabalho e o relacionamento com o público que visita o Museu do Futebol, propiciando mais desenvoltura em sua estadia profissional, além de expor suas capacidades.
- “Revelando a Estela” - Em meio à experiência, foram realizadas atividades educativas que fizeram uma leitura de suas habilidades, nas quais ela mesma foi desfrutando e expondo para a equipe todo seu potencial.
- “Se Descobrimdo/Espelho” - Durante o projeto, foram realizadas atividades que mexeram com suas habilidades motoras e criativas, que inspiraram a criação de jogos pensados nas pessoas com deficiência que visitam o Museu. Assim, surgiu o jogo “Mapa dos Estádios”, que se trata de uma adaptação do já existente “Mapa das Torcidas”, articulado com a associação de sua interpretação cognitiva. Surgiram também os jogos de Pebolim e o Lança-Argola, bem como a Maquete de Massinha, Vaso Grego e a Oficina de Origami na confecção do Cisne Negro.
- “Meu primeiro Diário” - Para um registro de suas atividades e análise cognitiva foi criado um diário mostrando mais de sua criatividade, gostos pessoais, bordões, ilustrações e escrita descrevendo um pouco mais de sua personalidade nessa relação.

No dia da abertura da exposição, 25/10, Estela e sua mãe Árthemis foram convidadas para um café da manhã comunitário ao qual seguiu a inauguração da exposição. Além das fotos e objetos construídos ou

trabalhados com Estela, a exposição contou também com um vídeo com compilados de diversos momentos da residente com os orientadores. Todos os funcionários do museu foram convidados a conhecer a exposição e, por conseguinte, o trabalho desenvolvido pelos orientadores junto à Estela.



Café da manhã comunitário no fechamento do projeto com a equipe de Orientação

Meu Olhar

O Projeto/Introdução

Norteados pelo Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol (PAMF), que promoveu, neste ano, a 1ª edição da segunda temporada do projeto Deficiente Residente, trabalhamos com a residente Estela Pereira de Almeida buscando estabelecer um convívio que apresentasse as especificidades da síndrome de Down. Assim, por meio dessa relação, as equipes do Núcleo Educativo visam desenvolver seu trabalho e o indivíduo, transformando seu atendimento em uma experiência mais cativante e refinada.

A cada edição surge um novo desafio e o que foi apresentado pela Estela nessa temporada diz respeito à sua interpretação de mundo, que requer uma atenção na associação com o que é comunicado. Dessa maneira, com o andamento do projeto, a equipe de Orientação se empenhou em realizar ações que fizessem ela se retratar mais. Isto inspirou essa exposição.

Durante o andamento da residência, a equipe de Orientação se engajou tanto no espaço expositivo quanto no estádio e no Núcleo Educativo em realizar algumas atividades que descrevessem a Estela em seus diversos sentidos de convivência, bem como: relacionamento, interação, memória, percepção, competitividade, rotina entre outros, o que produziu um acervo que guarda suas lembranças, assim como o seu desenvolvimento por meio desta vivência.

Dessa forma, convidamos a todos para conhecer mais sobre este trabalho engrandecedor que gerou, pela inclusão, uma grande visão humanitária. Sejam bem vindos à exposição, "Meu Olhar"!

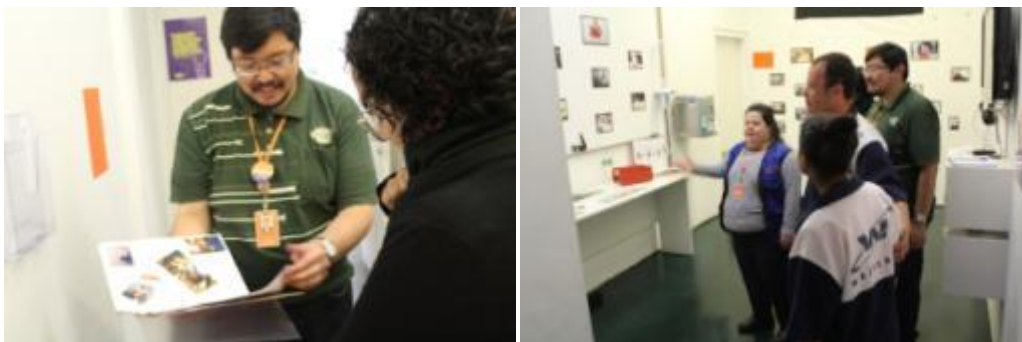
Texto de abertura da exposição "Meu Olhar"



Visão geral da exposição "Meu Olhar"



A equipe de Orientação inaugura a exposição junto com Estela e Árt hemis Almeida






Estela e equipe do Museu na exposição caseira "Meu Olhar"

✓ Fechamento - Educadores

Para os educadores, o fechamento consistiu em uma apresentação com momentos e palavras de Estela que refletiram a convivência com a equipe. Desenvolvida pelo supervisor Daniel Magnanelli, a apresentação foi um momento de reflexão e rememoração dos resultados do projeto como um todo, a qual segue abaixo.



AGRADECIMENTOS ESPECIAIS:
Estela Pereira de Almeida pelo carinho, dedicação e aprendizados.
Árthemis Pereira de Almeida pela confiança em nossa equipe.
Núcleo Aprendizagem Desenvolvimento pela flexibilização de horários e pela visita em 05 de outubro.
Equipe do Museu do Futebol pelo investimento, cada um à sua maneira, no projeto e nas pessoas.

Esta apresentação é uma maneira de agradecer a todos que estiveram envolvidos com o projeto Deficiente Residente de 2017 e nossa querida Estela Pereira de Almeida.

Os aprendizados e os materiais ficarão para nosso trabalho com os visitantes. Mas são as reflexões para a vida toda que resultaram desta convivência que permanecerão em nossa memória.







Em seguida, os educadores compartilharam entre si as atividades desenvolvidas ao longo do projeto e conjuntamente à residente, as quais apresentamos como resultados do projeto.

✓ Prêmio de Ações Inclusivas

No relatório do 2º trimestre (Cf. Rotinas do Programa Educativo), apontamos nossa inscrição do projeto “Deficiente Residente” no VI Prêmio Ações Inclusivas para Pessoas com Deficiência, fomentado pela Secretaria da Pessoa com Deficiência. A cerimônia de entrega do prêmio, realizada no dia 07/12 na sede da referida secretaria, confirmou a relevância do projeto, que ficou em finalista juntamente com outros 30 projetos dentre os mais de 100 inscritos. Na ocasião da entrega do certificado de finalista, estavam presentes a diretora técnica do museu, Daniela Alfonsi, a coordenadora Ialê Cardoso, o assistente de coordenação Marcelo Continelli, e os residentes Luis Felipe Macedo, Fernanda Bucci e Estela Almeida. Além do certificado, o Museu do Futebol também recebeu um livro com um breve resumo de todos os projetos finalistas, concretizando, mais uma vez, a importância do projeto Deficiente Residente no âmbito das ações de acessibilidade e inclusão social.



A equipe do Educativo e os residentes recebem certificado de finalista do VI Prêmio de Ações Inclusivas

Atividades

- ✓ Mapa dos Estádios

Tipo de Ação

Atividade

Proponente (s)

Diego Sales e Raphael Vasconcelos

Introdução

A atividade Mapa dos Estádios é uma nova versão do jogo Mapa das Torcidas Brasileiras, que corresponde a um tradicional jogo de quebra-cabeças na qual as peças representam as 5 regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste). O tabuleiro tem o formato do mapa do Brasil dividido pelos estados e pelas regiões, classificadas por cores e texturas, com as legendas dos estados em Braille. Para esta versão, as fichas possuem imagens em relevo dos estádios de futebol utilizados na Copa do Mundo de 2014 no Brasil, o Estádio do Pacaembu (SP) e das Laranjeiras (RJ) por suas importâncias históricas. No verso de cada imagem, o nome do estádio e o estado escritos em Braille.

Mapa dos Estádios foi desenvolvido a partir da convivência com Estela Pereira, residente com síndrome de Down que participou do projeto Deficiente Residente em 2017. Dentre os aprendizados, as equipes de educadores e orientadores identificaram, com a Estela, a oportunidade de utilizar o Mapa das Torcidas para falar sobre a localização dos estádios e os times que lá atuam.

Palavras-chave

Geografia; mapa; acessibilidade; Braille; estádios.

Objetivos

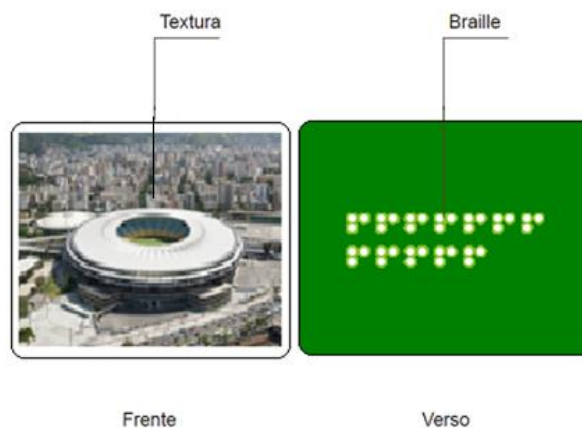
- Desenvolver a coordenação motora e as habilidades cognitivas, aprimorando a capacidade de resolução de problemas e potencializando o raciocínio.
- Estimular o conhecimento das regiões do Brasil e conhecer mais sobre alguns estádios de futebol.

Público-Alvo

Público geral a partir dos 5 anos.

Metodologia

Os visitantes serão convidados a montar o quebra-cabeça para a formação do território brasileiro, dialogando sobre as 5 regiões. Após a montagem, colocarão as fichas dos estádios sobre a região ao qual pertencem. Neste momento, o educador irá propor uma conversa sobre a localização dos estádios presentes na atividade e de suas importâncias culturais e econômicas além de outras situações como analisar quais clubes usam o estádio, detalhes possíveis de identificar na foto entre outros.



Arte da ação



Estádio: Jornalista Mario Filho (Maracanã)



Ano de Construção: 1950
Recorde de Público: 173.850 (Pagantes)
Capacidade Atual: 78.838

Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho (Pacaembu)



Ano de Construção: 1940
Recorde de Público: 72.018 (Pagantes)
Capacidade Atual: 37.730

Estádio Governador Magalhães Pinto (Mineirão)



Ano de Construção: 1965
Recorde de Público: 132.834 (Pagantes)

Capacidade Atual: 61.846

Estádio Nacional de Brasília Mané Garrincha



Ano de Construção: 1974/2013 (Reconstrução)

Recorde de Publico: 69.112 (Pagantes)

Capacidade Atual: 72.788

Estádio Presidente Manoel Schwartz (Laranjeiras)



Ano de Construção: 1919

Recorde de Publico: 25.718 (Pagantes)

Capacidade Atual: 8.000

Arena Fonte Nova



Ano de Construção: 2013

Recorde de Publico: 51.227 (Pagantes)
Capacidade Atual: 47.907

Arena Amazônia



Ano de Construção: 2014
Recorde de Publico: 44.419 (Pagantes)
Capacidade Atual: 44.351

Estádio Joaquim Americo Guimalthães (Arena da Baixada)



Ano de Construção: 1914 / 2014 (Reconstrução)
Recorde de Publico: 39.414 (Pagantes)
Capacidade Atual: 42.370

Estádio Governador Carlos Wilson Campos (Arena Pernambuco)



Ano de Construção: 2013
Recorde de Publico: 45.010 (Pagantes)

Capacidade Atual: 44.300

Arena das Dunas



Ano de Construção: 2014

Recorde de Publico: 39.760 (Pagantes)

Capacidade Atual: 31.375

Arena Corinthians



Ano de Construção: 2014

Recorde de Publico: 63.267 (Pagantes)

Capacidade Atual: 47.605

Estádio Governador Plácido Castelo (Castelão)



Ano de Construção: 1973

Recorde de Publico: 118.496 (Pagantes)

Capacidade Atual: 63.903

Estádio José Pinheiro Borda (Beira-Rio)



Ano de Construção: 1969
Recorde de Público: 106.554 (Pagantes)
Capacidade Atual: 50.128

Arena Pantanal



Ano de Construção: 2014
Recorde de Público: 40.499 (Pagantes)
Capacidade Atual: 43.150

- ✓ Museu do Futebol para Todos

Tipo de Ação

Material educativo

Proponentes

Angélica S. Angelo e Débora de Oliveira

Introdução

O material "Museu do Futebol para todos" foi desenvolvido a partir da convivência com Estela Pereira, residente com síndrome de Down e participante da edição 2017 do projeto Deficiente Residente. Durante esta residência foi trabalhado o gosto da Estela pela leitura, levando em

consideração os livros que não dialogavam diretamente com ela. Partindo desse desafio, começamos a elaborar com ela um material que pudesse sintetizar os conceitos de futebol de uma maneira lúdica, iconográfica, criativa, além de ser compreensível à sua cognição.

Dentro dessa perspectiva desenvolvemos este material que consiste em um livro-caixa, um formato diferente do habitual. Composto por cards, com perguntas norteadoras sobre o que é o futebol, abrimos um leque com opções variadas de resposta que estimulam a reflexão a partir de imagens sobre o esporte.

Palavras-chave

Acessibilidade; Deficiência Intelectual; Futebol; Museu do futebol para todos; PAMF.

Objetivos

- Transpor a linguagem.
- Estimular a compreensão sobre o tema futebol, associando imagens com texto.
- Promover o acesso a leitura para pessoas com deficiências intelectuais.
- Propor atividades a serem desenvolvidas por professores ou cuidadores responsáveis interagindo com o público alvo deste material.

Público-Alvo

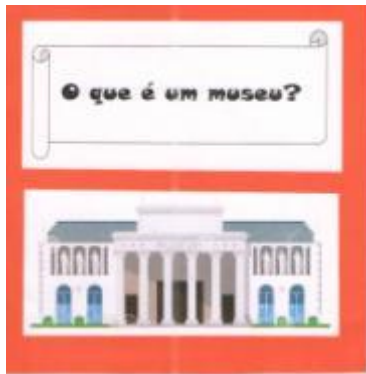
Pessoas com deficiência intelectual; professores e cuidadores.

Metodologia

O material é composto por *cards* independentes, ou seja, a leitura não é contínua e pode ser realizada por diversas pessoas ao mesmo tempo. A caixa contém 13 cards ilustrados e coloridos ao total sendo que 10 deles apresentam perguntas e ilustrações que estimulam a reflexão sobre as temáticas dos textos colocados no verso de cada carta.

O “Museu do Futebol Para Todos” será entregue aos grupos do PAMF (Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol) e servirá como material de apoio para ser trabalhado fora do museu, antes ou depois da visita, uma vez que contém dicas e sugestões de atividades a serem realizadas pelos professores e/ou cuidadores responsáveis.

Arte da ação – Protótipo



Quem participa?



Nesta imagem descreva a cidade de Florianópolis, com uma partida acontecendo, sendo a presença de torcida, dos jogadores em suas cores, dos jogadores, torcida, etc.

Como é chamado o jogador que marca nos jogos e qual o seu papel?

Como é chamado o jogador que atua no meio-campo?


Como é chamado o jogador que atua no ataque e qual o seu papel?

Como é chamado o jogador que atua no defesa e qual o seu papel?

Como é chamado o jogador que atua no goleiro e qual o seu papel?

Como acompanhar um jogo de futebol?

A maneira mais antiga de acompanhar um jogo de futebol é através da televisão, sendo assim, basta ligar o aparelho e assistir o jogo ao vivo.



Existem várias maneiras...

No tempo das redes sociais não havia muitas meios de comunicação então para acompanhar uma partida de futebol era bem raro.

(Criear uma breve história, com uma história, com personagens exemplificando uma situação de época onde acompanhavam as partidas sendo raros.)

No tempo das redes sociais já haviam inventado o rádio então todas as partidas eram transmitidas por rádios muito diversificados.

(Criear uma breve história, com uma história, com personagens exemplificando uma situação de época onde acompanhavam as partidas ouvindo rádio.)

No tempo das redes sociais, já tinham inventado a televisão e eles sempre costumavam assistir todas as partidas através desse meio de comunicação.

(Criear uma breve história, com uma história, com personagens exemplificando uma situação de época onde acompanhavam as partidas assistindo televisão.)

Hoje em dia temos acesso a muitos meios de comunicação, o mais usado é a internet.

(Criear uma breve história, com uma história, com personagens exemplificando uma situação de época onde acompanhavam as partidas pelo.)

Além da internet hoje temos acesso a todos os outros meios de comunicação que acabamos de ver e o mais interessante é que com cada um deles podemos ter uma situação diferente.

Como começou o futebol?




Resumo:

- Bola Antiga
- Uma partida de futebol
- Um livro de regras
- Uma bola para chutar de lado
- Um jogo de futebol antigo
- Um jogador antigo
- A bola de futebol
- Uma partida

Resumo de Charles Miller jogando futebol em 1888 com uma bola de época feita de couro.

Tudo começou com uma viagem, há muito tempo um jovem chamado Charles Miller viajou para a Inglaterra. Chegando lá, ele conheceu o futebol e resolveu trazer o esporte dentro de sua mala. O que será que ele trouxe na mala?

Que podemos vestir para jogar futebol?



Que roupa vestimos em uma partida de futebol?

Camisas, shorts, meias, calças, tênis, etc.





Observação: o projeto gráfico do jogo está sendo desenvolvido por um designer juntamente com a equipe do educativo e as imagens são meramente ilustrativas.

Meta 44 - Indicativo de Resultado: Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada: Síndrome de Down – criação de manual de convivência com a pessoa com Síndrome de Down (aplicado a espaços culturais e museus)

Cartilha

Na convivência com Estela, houve uma preocupação em desenvolver junto com ela um roteiro de visita que pudesse contemplar dois aspectos centrais da residência: a apreensão de conteúdo, dado específico do Museu do Futebol; e a inserção da Estela em um ambiente com estímulos sensoriais que incluem barulhos, diferentes iluminações, lugares com percepção de altura, imagens e vídeos. Tendo isso em vista, o Educativo desdobrou o roteiro inicialmente desenhado para a Cartilha de Convivência (título provisório). Nesta Cartilha, cujo projeto gráfico está em desenvolvimento com um designer, a proposta é que os visitantes que possuem Síndrome de Down ou cuidadores responsáveis por pessoas com Síndrome de Down

possam realizar uma visita que leve em consideração aspectos específicos da Síndrome em um espaço tal como o Museu do Futebol.

Apresentamos aqui o roteiro de visita elaborado juntamente com Estela que tem como objetivo um melhor aproveitamento da visita tanto ao Museu do Futebol quanto em outros espaços culturais por uma pessoa com Síndrome de Down. A cartilha será enviada à SEC quando o projeto gráfico for concluído.

Roteiro

Visita grupo com Síndrome de Down

Tema:

O Corpo

Proponentes:

Ana Friedman
Barbara Cinelli
Bruna Colucci
Cláudia Stocco
Diego Sales
Daniel Magnanelli
Flávia Violim

Introdução:

Este Roteiro é um fruto da 2ª temporada do projeto Deficiente Residente que teve como foco a Síndrome de Down, construído através da convivência da Residente Estela Pereira de Almeida com a equipe de educadores do período da manhã. O roteiro possui como tema o 'Corpo' e todas as suas singularidades, seja o corpo próprio do indivíduo, assim como ele pertencendo/interagindo com o espaço, no caso, o espaço expositivo do Museu do Futebol.

A escolha de trabalhar com este tema surgiu após a equipe de educadores perceber o grande interesse e entusiasmo da Estela quando era sugerido trabalhar movimentos com o corpo ou fazer atividades corporais.

A proposta deste Roteiro é que ele seja apenas um guia para educadores e orientadores para o atendimento de público com Síndrome de Down. Como o roteiro visa o melhor aproveitamento do grupo no museu, é importante destacar que o educador que estiver realizando a visita não precisa necessariamente fazer todas as propostas aqui sugeridas e nem utilizá-las nas salas recomendadas, mas sim, considerá-las como uma base de quais aplicá-las respeitando o “tempo” dos integrantes do grupo.

Palavras chave:

Down;
Corpo;
Sentidos;

Objetivo:

- Atender de forma lúdica a temática do Corpo, Movimento e Futebol para o público com Síndrome de Down.
- Estimular a percepção do próprio corpo no museu, assim como, o estímulo que o museu causa no corpo do visitante.

Público alvo:

Pessoas com Síndrome de Down

Disciplina/Matéria:

Acessibilidade

Acolhimento:

Com base nos interesses da residente Estela, as propostas para um acolhimento de um grupo com as especificidades de pessoas com síndrome de Down, seriam:

- **Vivo ou Morto do Futebol** – Esta atividade tem como base o jogo “Vivo ou Morto” onde um dos participantes é escolhido como líder, no caso o educador que estiver realizando a visita, e ficará à frente do grupo. É ele quem vai dar as instruções que devem ser obedecidas pelos outros jogadores. Entretanto, na brincadeira original em que os movimentos são de levantar e abaixar, nesta versão, os movimentos serão baseados nas pessoas que compõem uma partida de futebol, como Jogador, Juiz, Torcida, entre outros. Os movimentos que representarão cada personagem serão decididos pelo grupo. E depois de todos decididos o jogo se iniciará.

- **Dado** – Com imagens representando posições de jogadores em cada face do Dado, a ideia é que todos os participantes joguem o dado e repitam as imagens que caírem na face de cima, ou reproduzissem a imagem com uma continuidade, ou seja, o que ocorreria com esta cena após o movimento do jogador.

O objetivo dessas atividades é fazer com que os participantes percebam a movimentação do corpo dos personagens que estão ligados diretamente e indiretamente com o futebol, e como em certos momentos nós nos tornamos esses personagens e fazemos esses movimentos quando estamos em um estádio de futebol, ou em casa assistindo uma partida, quando estamos jogando futebol com os colegas e ficamos em varias posições, incluindo a de Juiz.

Desenvolvimento:

Anjos Barrocos

Com base nas atividades realizadas no Acolhimento, o educador poderá aplicar uma atividade na Sala Anjos Barrocos, com o foco na observação dos jogadores que aparecem e utilizá-las como proposta de uma atividade relacionada, por exemplo: “Esculturas do futebol”, no qual os participantes são separados em duplas e eles serão colocados um como escultor e outro como escultura. O escultor terá que usar o corpo da “escultura” e “esculpir” o movimento que ele faria se fosse um jogador de futebol.

Gols

“O Corpo fala”, na sala Gols, uma proposta que o educador poderá experimentar é trabalhar os movimentos que, geralmente, realizamos ao contar uma memória/história, utilizando em base um narrador escolhido na sala.

Material de apoio: Rostos da atividade “Com que roupa eu vou”, para ilustrar nossas expressões faciais.

Exaltação

Atenção: Devido à expografia da sala Exaltação, é importante que haja uma conversa do educador com o responsável antes de entrar na sala, se é necessário *preparar* o grupo antes ou *conversar* individualmente com alguns participantes.

O comportamento da torcida reflete o que está ocorrendo em campo, o educador pode utilizar o movimento dos torcedores e indagar como está o andamento de jogo e como nos movimentamos enquanto assistimos a uma partida de futebol, fazendo uma correlação com o tema "O Corpo Fala", iniciado na sala Gols.

Origens

As fotos da sala das Origens possibilita uma variedade de atividades utilizando as pessoas e como elas estão representadas.

Atividades sugeridas para este roteiro:

1. Material de apoio: Espelhos ou tablets/celulares - Conversar sobre expressões e corpos que aparecem nas fotografias e tentar copia-las, observando suas próprias expressões faciais pelos espelhos, ou tirando fotos das mesmas;
2. Material de apoio: Baú da memória – Mostrar os objetos e conversar sobre o tipo de roupas que as pessoas utilizavam antes, procurar esses objetos nas fotos.

Rito de Passagem

Na sala Rito de Passagem, assim como nas salas anteriores existe a possibilidade de conversar sobre a mudança de expressões que ocorrem durante a partida, como as pessoas estavam reagindo no início do jogo e como houve a mudança de comportamento durante a partida, devido ao resultado. Destaque nas expressões da torcida, do Goleiro Barbosa e o choro do jogador Ademir.

Copas do Mundo

Material de apoio: Taças da Copa do Mundo

No começo da sala o educador pode iniciar o diálogo com o grupo perguntando se eles sabem quantas Copas do Mundo o Brasil já ganhou e atentar o olhar deles para as estrelas nos Totens.

Com as taças da Copa do Mundo, pode-se conversar sobre o movimento do capitão ao receber o troféu do campeonato. Com isso, destacar a criação desta ação pelo capitão brasileiro Bellini, apontar que a partir do Totem de 58, todos os capitães das seleções campeãs dos seguintes Totens repetem o mesmo movimento. Procurar esses capitães na sala.

Números e Curiosidade

Apesar da sala Números e Curiosidades, ser uma sala com um teor muito informativo e com interatividade, a proposta de roteiro é utilizar desta interatividade das mesas de Pebolim para trabalhar o movimento, observar os movimentos que fazemos ao jogar Pebolim, como os bonecos estão representados, se em jogos reais é daquela forma que os jogadores se comportam, retomando os movimentos realizados no Acolhimento e na sala Anjos Barrocos, assim como também, pode-se utilizar as imagens de jogadas que aparecem na sala e apontar os movimentos de outras profissões que aparecem nas placas, como bandeirinha, técnico e massagista.

Jogo de Corpo

“Corpo e diversão”, na sala Jogo de Corpo será o momento em que o movimento do corpo será explorado totalmente nas atividades que a sala oferece – Campo Virtual e Chute a Gol – podendo ser finalizado na área do Slow Motion, que traz o detalhe do movimento em câmera lenta. Esta parte permite demonstrar ao grupo que quando realizamos algum tipo de ação o corpo reage e se move junto.

Fechamento:

Para o fechamento, a equipe de educadores sugeriu algumas atividades com o intuito de complementar e concluir o que foi visto durante a visita, e uma atividade *coringa* caso o educador sinta que as atividades aqui proposta não atinja o grupo em questão.

Atividades:

- **Desenhando o corpo:** Com uma folha grande de craft ou papel cartão, o grupo desenhará o corpo de um dos participantes com canetinhas e colocarão dentro deste “corpo”, palavras ou desenhos que pra eles ficaram marcantes na visita.
- **Monte a cena:** Nesta atividade, o grupo e os educadores montaram uma cena utilizando objetos, como se fosse um quadro ou uma foto.
- **Corpo X Objeto:** A atividade consiste nos participantes representarem com o corpo como seria um objeto, por exemplo: “como é o formato de uma bola?” e o participante ou o grupo tentará representar a bola com o próprio corpo.

Atividade coringa:

- **Mala:** O educador levará uma mala, como se fosse uma mala de viagem, e o grupo colocará dentro dessa bagagem o que eles mais gostaram da visita, dando a entender o que eles levaram com eles como fruto da visita no Museu do Futebol.

Ação: Realizar pesquisa de perfil e satisfação de público escolar e apresentar relatório das pesquisas realizadas, conforme orientações da SEC

Meta 45 - Indicativo de Produto: Nº de relatórios entregues

Meta 46 - Indicativo de Resultados: 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 40 avaliações de Estudantes do 6º ao 9º ano e 72 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 05 de setembro a 10 de outubro de 2017.

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 72 avaliações.

1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 05 de setembro a 10 de outubro de 2017 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

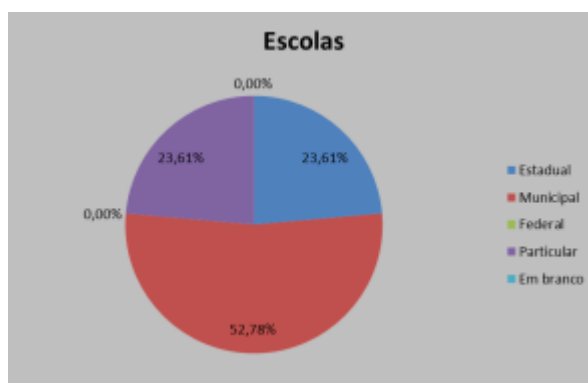
A tabulação dos dados foi realizada pelo assistente administrativo Rafael Degl'Iesposti. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação.

1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

1.4.1 Rede de ensino

Diferentemente da pesquisa realizada em maio deste ano, quando 95,7% das avaliações foram preenchidas pelas redes estadual e municipal de ensino, tivemos a predominância apenas da rede municipal com 52,78% das avaliações preenchidas. As escolas particulares e estaduais tiveram resultados iguais, sendo 23,61% das avaliações preenchidas de cada.

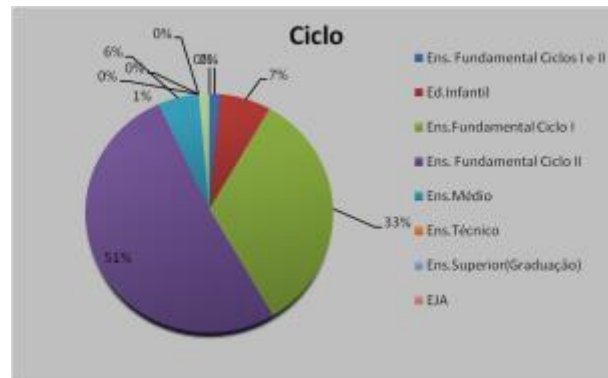
Acredita-se que, no caso das escolas municipais, esta incidência seja fruto da parceria com o Programa de Visitas Monitoradas da Secretaria Municipal de Educação.



1.4.2 Ciclo de ensino

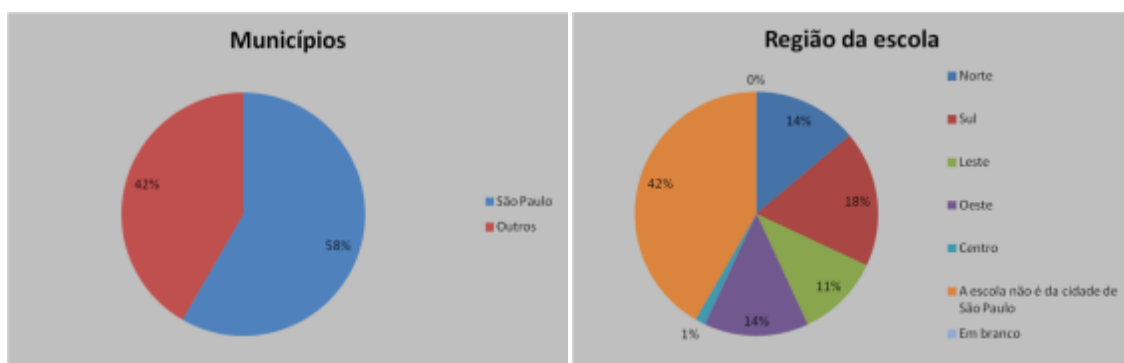
O Ensino Fundamental Ciclo II apresentou a maior porcentagem da pesquisa, totalizando 51%. Analisando as possibilidades de uma maior incidência do Fundamental Ciclo II, consideramos o perfil dos grupos agendados durante o período e a disponibilidade dos responsáveis para o preenchimento de duas avaliações, uma vez que optamos por entregar a avaliação proposta pela SEC e a avaliação desenvolvida pelo Educativo. Se

comparado ao semestre anterior, tivemos uma maior incidência de grupos do Ensino Fundamental I de 16% para 33%.



1.4.3 Localização da escola

Houve maior predominância das escolas do município de São Paulo, totalizando 58% das avaliações preenchidas. Considerando apenas o território municipal, percebeu-se uma maior participação das escolas da região Sul e, assim como no primeiro semestre, a falta de instituições de ensino do Centro (1%).



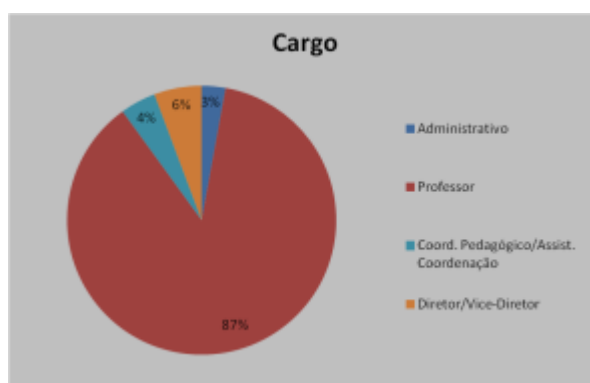
1.4.4 Região administrativa da escola

Não foi identificada, na avaliação, dados que possibilitassem uma análise sobre a região administrativa da escola que fosse diferente 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 considerado relevante para ser relatado. O fato de serem professores faz com que as relações interdisciplinares propostas pelos educadores do museu sejam melhor apreendidas do que 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 78% das avaliações preenchidas por professores, notamos uma maior incidência de Diretor / Vice-Diretor substituindo a presença de professores com os grupos escolares.



1.4.6 Disciplina lecionada

A maioria dos professores (38%) leciona Educação Física, fato comum ao se considerar a temática do esporte no museu. Salvo os professores polivalentes (22%) e Português (10%), 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.

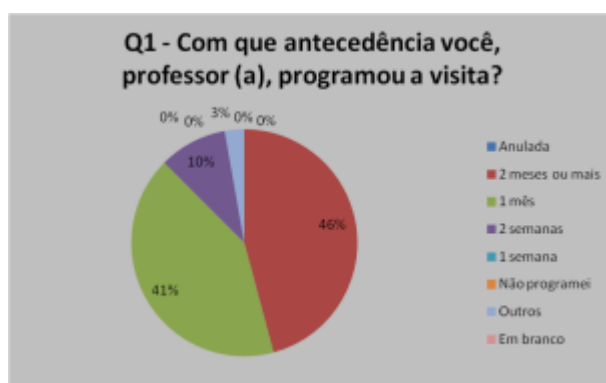
Comparando os dados tabulados neste semestre com os dados do semestre passado, não houve mudanças significativas com relação às disciplinas lecionadas.



1.5. SOBRE A VISITA

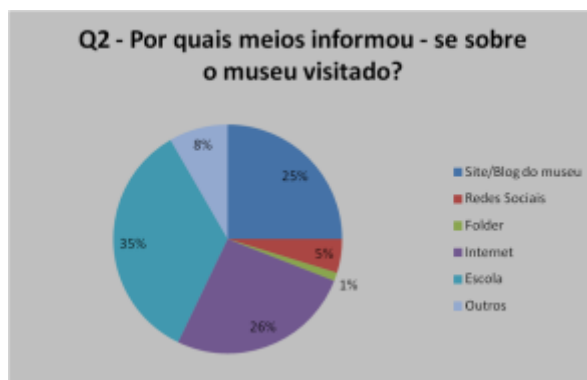
1.5.1 Antecedência da visita

Os responsáveis dos grupos prepararam-se, em sua maioria (46%), com 2 meses ou mais de antecedência; em sequência, 1 mês (41%). Assim como no semestre anterior, os responsáveis apresentaram uma antecedência de programação de visita acima de 1 mês.



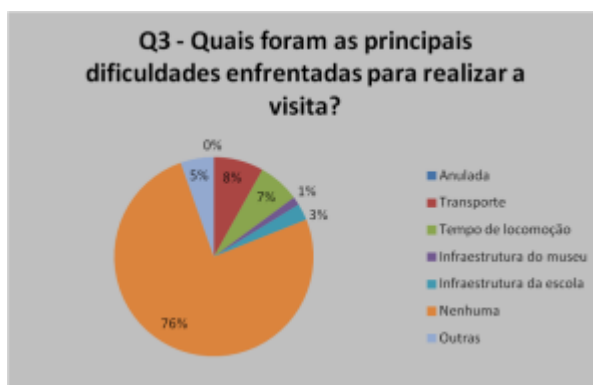
1.5.2 Canais de informação sobre o museu visitado

Os principais de comunicação apontados pelos professores foram a própria escola (35%), seguidos da Internet (26%) e o site do museu (25%). Considerando os dados do semestre passado para uma breve comparação, é possível identificar um crescimento de pessoas que utilizaram o site do museu para ter maiores informações (de 19% para 25% neste semestre). Se associarmos os dados obtidos na pesquisa sobre a antecedência da visita aos canais de comunicação, podemos considerar que o site do museu continua a contribuir à facilidade e visibilidade das informações necessárias para despertar o interesse e o planejamento da visita ao museu por parte das instituições de ensino.



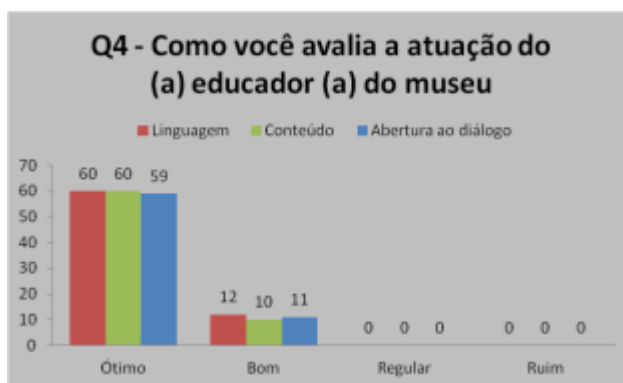
1.5.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita

Para a maioria dos responsáveis (76%) não houve dificuldade para a realização da visita. Assim como no semestre anterior, as poucas dificuldades que apareceram para a realização da visita foram transporte (8%) e tempo de locomoção (7%). Comparado aos 2 semestres anteriores, foi mantido o aumento na quantidade de instituições que não tiveram problemas enfrentados para a realização da visita. Em setembro/16 e maio/17 o índice de "nenhuma" eram 61% e 69%, respectivamente, já neste semestre foi 76%, gerando um impacto positivo para toda a experiência estimulada durante a visita ao museu.



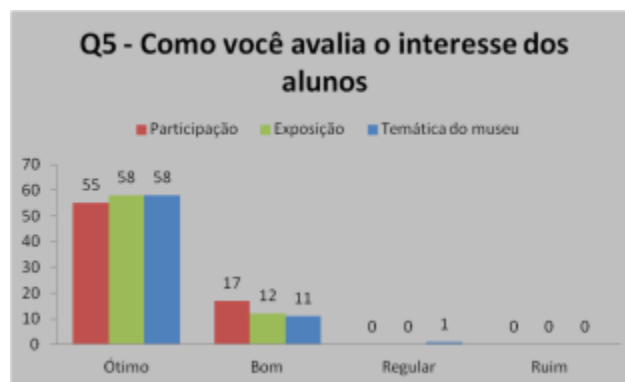
1.5.4 Avaliação da atuação do educador do museu

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, processo de formação contínuo dos educadores - que possuem horário de pesquisa diário -, reuniões frequentes com coordenação e supervisão do núcleo, realização de avaliações qualitativas sistemáticas das visitas educativas e a preocupação com o outro no processo de mediação.



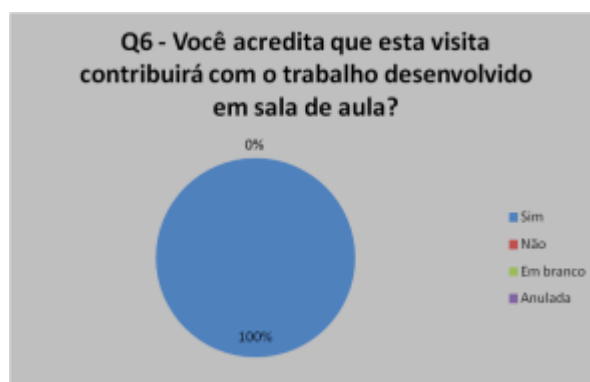
1.5.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita

Realizando uma breve descrição do gráfico, para as respostas de "ótimo", tivemos 55 marcações em "participação", 58 em "exposição" e 58 em "temática do museu". Para as respostas de "bom", tivemos 17 marcações em "participação"; 12 em "exposição" e 11 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" (100%), considerando que apenas 1 pessoa não respondeu, sendo computado como "Em branco". Não houve mudanças significativas dos resultados dos semestres passados para esse semestre.



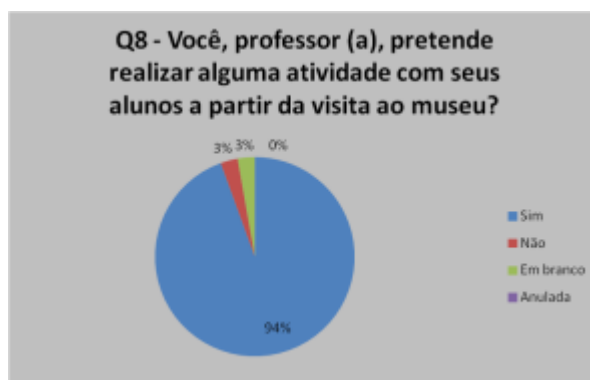
1.5.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos

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” (42). É importante ressaltar que “propiciar a sociabilização” também tem, constantemente, apresentado altos índices das respostas (34), o que indica essa preocupação dos responsáveis pelas visitas com uma educação integral do indivíduo. Comparado ao semestre anterior, houve inversão na ordem dos itens de maior relevância, visto que, anteriormente, “complementar conteúdos curriculares” teve maior incidência que “aprender sobre o tema específico do museu” (49).



1.5.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita

Analisando o gráfico, conclui-se que os responsáveis compreendem a importância de trabalhar, em sala de aula, as experiências obtidas na visita ao museu. Desta maneira, 94% dos avaliados pretendem realizar alguma atividade com seus alunos. Os tipos de atividades que os professores apontaram na pesquisa foram diversos como, por exemplo, debates, rodas de conversa, redação, painéis e relatórios, organização de murais, seminário entre outros.



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

Apenas 25,4% das avaliações tiveram esta questão respondida, para as demais respostas, a maior incidência foram sugestões (12,7%) e elogios (9,9%). Dentre os principais comentários, recebemos sugestões sobre o tempo de visitação, a quantidade de visitantes – um responsável sugeriu aumentar a quantidade de alunos por grupo e o outro sugeriu que diminuísse -; para dinamizar a visitação, o educador andar enquanto fala; excelente espaço para socialização; e elogio sobre a estrutura do museu e exploração proposta pelo educador. Houve um grande número de respostas em branco (74,6%). 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 2016. 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 40 avaliações. Referente à questão 4 - "O que aprendeu ou descobriu na

visita”, 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 05 de setembro a 10 de outubro de 2017 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

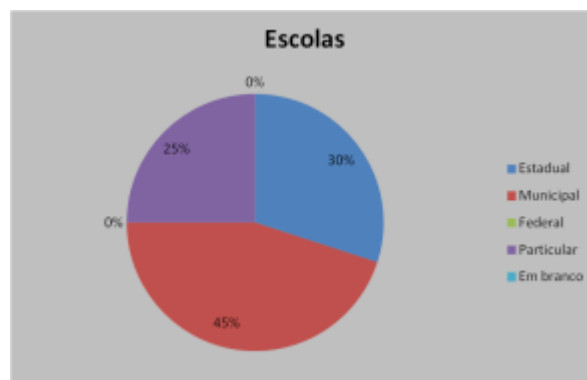
2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação dos dados foi realizada pelo supervisor de equipe Daniel Magnanelli com auxílio do assistente administrativo Rafael Degl’Iesposti. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação.

2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES

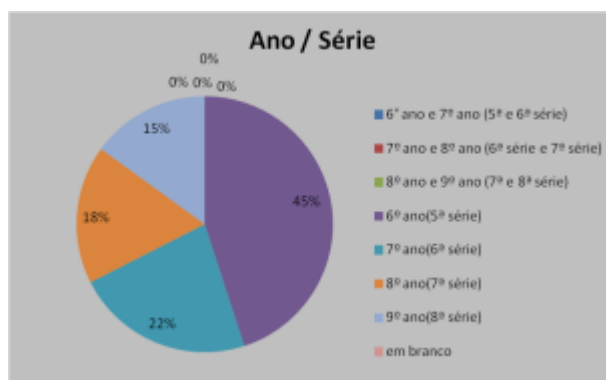
2.4.1 Rede de ensino

As redes de ensino predominantes foi a do município de São Paulo (45%). Comparado à pesquisa realizada no semestre anterior, houve uma mudança de cenário visto que 56% das avaliações foram respondidas por alunos da rede estadual de ensino.



2.4.2 Ciclo de ensino

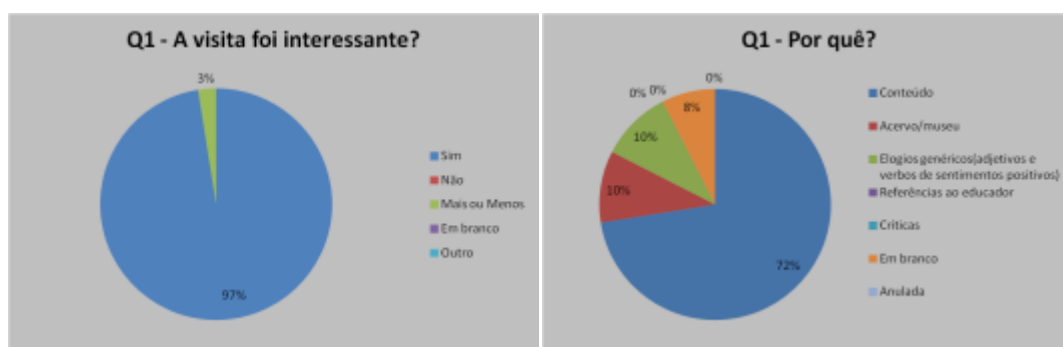
A escolha do Ciclo II ocorreu a partir de um mapeamento realizado em relação aos ciclos escolares atendidos com maior frequência entre os museus da SEC. Para este perfil de público, houve maior incidência de alunos do 6º ano (45%), repetindo o semestre passado (46%).



2.5 SOBRE A VISITA

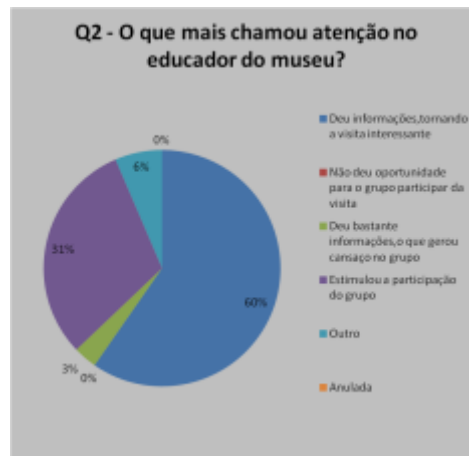
2.5.1 A visita foi interessante

97% dos alunos consideraram a visita interessante e 3% - que corresponde a um aluno - consideraram a visita mais ou menos interessante. O motivo mais citado foi "conteúdo" (72%).



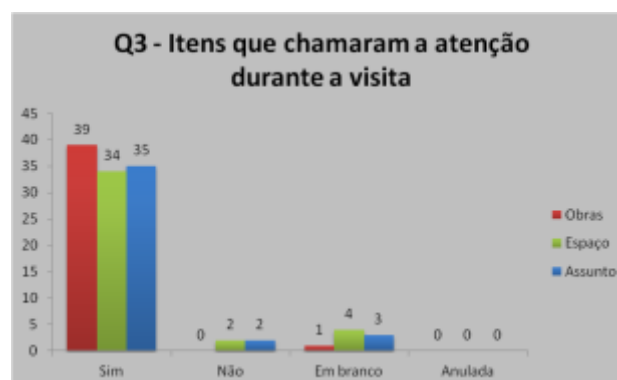
2.5.2 Avaliação da atuação do educador do museu

Os itens que receberam maior número de indicações pelos estudantes foram “deu informações, tornando a visita interessante” (60%) e “estimulou a participação do grupo (31%)”. A partir desses dados, é possível avaliar que o trabalho dos educadores foi considerado satisfatório. 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 foi equilibrado com a seguinte ordem: “obras” (39), “assunto” (35) e “espaço” (34). Os itens que receberam as maiores avaliações negativas - apenas 2 cada - foram “espaço” e “assunto”. Comparado aos resultados obtidos no semestre anterior, houve inversão na ordem dos itens melhores avaliados, sendo que “espaço” e “assunto” haviam sido apontados, respectivamente, por 37 e 34 alunos. Na avaliação dos itens que não chamaram atenção o item “assunto” teve uma redução de 6 para 2 apontamentos dos alunos.



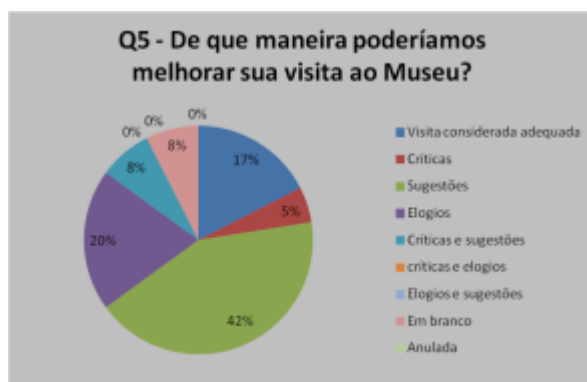
2.5.4 O que aprendeu ou descobriu na visita

A ideia geral predominante é impessoal (63%). O verbo mais utilizado pelos estudantes foi "aprender" (37). A temática mais citadas foi "história do futebol". Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



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

De modo geral, os estudantes apontaram sugestões (42%). No mais, 17% consideraram a visita adequada, 20% realizaram elogios e 8% foram compreendidas como críticas / sugestões. Tivemos 8% das respostas em branco, mas não foi possível identificar o motivo de tal incidência. Dos principais apontamentos, podemos citar os elogios sobre a visita, o acervo e o trabalho do educador e para as críticas e sugestões, foram apontados: entrada no estádio, mais espaço para os alunos e mais atividades durante a visita.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

O nível de satisfação dos professores foi de 97,67%, considerando a média ponderada das questões 4 e 6. O nível de satisfação dos alunos foi de 98,50%. Importante salientar que 97% consideraram a visita interessante.



Modelo desenvolvido com a ferramenta wordclouds.com

Ação: Desenvolver ações, projetos, programas para famílias

Meta 47 - Indicativo de Produto: Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público

Detalhamento da meta 47

Tabela 5. Resumo das Ações

RESUMO DAS AÇÕES 47-53 (4TRI)						
Tipos de atividades oferecidas às famílias	PRODUTOS			RESULTADOS		
	Previstas	Realizadas	ICM (trimestre)	Público mínimo previsto	Público atendido	ICM (trimestre)
Visitas ao Estádio do Pacaembu	20	13	65%	300 (15 pessoas por visita)	237	79%
Jogos, atividades e dinâmicas (área expositiva e/ou área externa)	25	49	196%	250 (10 pessoas por atividade)	1.427	571%
Visitas educativas às famílias – público espontâneo	24	42	175%	72 (3 pessoas por visita)	554	769%
Totais	69	104		622	2.218	

Meta 48 - Indicativo de Produto: Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas

Meta 49 - Indicativo de Resultado: Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas

Detalhamento das metas 48-49

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	7	38	2
	8	18	1
	21	45	2
Novembro	18	9	1
	28	4	1
Dezembro	3	22	2
	16	46	2
	23	55	2
Total do trimestre		237	13

Comentários

Neste trimestre, a meta de oferta de visitas ao Estádio e a meta de público atendido em visitas ao Estádio não foram integralmente atingidas. O motivo foi a grande ocorrência de eventos no Pacaembu nos dias em que essa visita é realizada, qual seja, o sábado. É sabido que, em dias de eventos no Estádio, o acesso ao redor do campo é restringido, o que impossibilita a realização da visita conjugada. Nos dias 14/10 e 28/10 ocorreram jogos do Campeonato Brasileiro, no dia 04/11 houve o jogo da taça Cidade de São Paulo, no dia 11/11 aconteceu a Copa Nescau Jovem Pan, no dia 25/11 ocorreu um evento do Colégio Paulistano e a final da taça Cidade de São Paulo, no dia 02/12 aconteceu jogo do Campeonato Paulista e no dia 09/12 aconteceu o Projeto Arrastão. Apesar disso, as metas anuais de oferta de visita e de público atendido foram cumpridas mais que integralmente. Importante ressaltar que, na impossibilidade da realização da visita conjugada, os educadores realizaram visitas com o público espontâneo dentro do museu, o que contribuiu para o alto número de público e oferta referente a esta meta.

Meta 50 – Indicativo de Produto: Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: quantidade de atividades oferecidas

Meta 51 – Indicativo de Resultado: Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

Detalhamento das metas 50-51

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
01/10/2017	Caça ao Tesouro	Atividade	9º aniversário do Museu	125
01/10/2017	Pebolim Humano	Jogo	\	6
07/10/2017	Cosmópolis	Jogo	\	6
08/10/2017	Deuses Olímpicos	Jogo	\	10
12/10/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	106
12/10/2017	Contação de História - Pedro Bandeira	Contação/Intervenção	Dia das Crianças	50
12/10/2017	Oficina de Balangandã	Oficina	Dia das Crianças	23
12/10/2017	Oficina Duplo Retrato - do selfie ao desenho	Oficina	Dia das Crianças	23
12/10/2017	Futebol de tampinha	Jogo	Dia das Crianças	10
13/10/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	88
14/10/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	117
14/10/2017	Futevôlei	Jogo	Dia das Crianças	12
15/10/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	Dia das Crianças	75
15/10/2017	Contação de História - Mirela Estelles	Contação/Intervenção	Dia das Crianças	20
15/10/2017	Oficina de Dedoche	Oficina	Dia das Crianças	5
21/10/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	29
21/10/2017	Oficina Duplo Retrato - do selfie ao desenho	Contação/Intervenção	Dia do Poeta	25
22/10/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	21
22/10/2017	Futebol Acessível	Atividade	\	12
29/10/2017	Oficina Caderno Literário	Oficina	Dia Nacional do Livro	8
02/11/2017	Memoriball (mascotes)	Jogo	\	20
02/11/2017	Deuses Olímpicos	Jogo	\	26
04/11/2017	Futebocha	Jogo	\	58
05/11/2017	Pupet	Atividade	\	10
11/11/2017	Dado das Copas	Atividade	\	55
12/11/2017	Qual é a História?	Atividade	\	20
15/11/2017	Artilheiro Adaptado	Atividade	\	15
15/11/2017	História das Taças das Copas	Atividade	\	21
18/11/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	56
18/11/2017	Oficina Explorando Cores e Formas	Oficina	\	17
19/11/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	23
19/11/2017	Oficina de Máscara Africana	Oficina	Consciência Negra	7
25/11/2017	Oficina de Mascotes	Oficina	\	25
26/11/2017	Jogo da Memória (Consciência Negra)	Jogo	Consciência Negra	10
02/12/2017	Mapa das Torcidas	Jogo	Virada Inclusiva	23
03/12/2017	Goalball	Atividade	Virada Inclusiva	13
09/12/2017	Respeita a Moça	Jogo	Sonhar o Mundo	10
10/12/2017	Futebol Acessível	Atividade	Sonhar o Mundo	70
16/12/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	24
16/12/2017	Futevôlei	Jogo	\	13
17/12/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	18

17/12/2017	Mundo das Copas	Jogo	\	25
22/12/2017	Memory Ball Mascotes	Jogo	\	12
23/12/2017	Oficina de Estamparia Africana	Oficina	\	11
26/12/2017	Pebolim Humano	Jogo	Férias no Museu	15
27/12/2017	Artilheiro Adaptado	Atividade	Férias no Museu	12
28/12/2017	Futevôlei	Jogo	Férias no Museu	23
29/12/2017	Kablan	Atividade	Férias no Museu	9
30/12/2017	Experimentando o Futebol de Botão	Jogo	Férias no Museu	15

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	5	3	4	573	44	95	59
Novembro	7	4	0	3	200	114	0	49
Dezembro	6	8	0	1	146	136	0	11
Total	21	17	3	8	919	294	95	119
Resultado Realizado	49				1427			
Resultado mínimo previsto	25				250			
ICM (trimestre)	196%				571%			



As educadoras Débora Oliveira, Bárbara Cinelli e Flávia Violim aplicam atividades educativas com o público espontâneo

Meta 52 - Indicativo de Produto: Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número de visitas oferecidas

Meta 53 - Indicativo de Resultado: Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos

Detalhamento das metas 52-53

Tabela 8. Relação das visitas ao museu e número de participantes por mês

Tabela 9. Relação das visitas ao museu e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Outubro	12	27	2
	13	2	1
	14	35	2
	15	10	1
	22	4	2
	29	18	2
Novembro	2	41	4
	4	64	2
	5	12	2
	11	15	1
	12	15	2
	15	34	3
	19	25	2
	24	7	1
	25	15	1
	26	30	2
28	4	1	
Dezembro	2	54	2
	9	52	2
	13	2	1
	17	3	1
	20	3	1
	27	3	1
	30	79	3
Total do trimestre		554	42



Os educadores José Neto e Angélica Santos realizam visita mediada ao museu com o público espontâneo

5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM

Todas as metas planejadas para o SISEM foram cumpridas no segundo trimestre de 2017. Fruto da articulação do SISEM, a mostra itinerante "Visibilidade para o Futebol Feminino", composta por oito painéis e um vídeo, foi montada no Museu de Esportes de São José dos Campos no período de 10 de outubro a 28 de janeiro de 2018, recebendo, até 31 de dezembro, 322 pessoas.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
54	Realizar Ações com a Rede Memória e Esporte – Elaborar projeto conjunto para difusão/preservação de acervos	Projeto elaborado e submetido em edital	1º tri		-
			2º tri		1
			3º tri	1	-
			4º tri	-	-
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
55	Elaborar mapeamento de ações potenciais para integração do SISEM-SP dentre as ações planejadas em diversas áreas técnicas da OS	Mapeamento elaborado e entregue	1º tri	1	1
			2º tri	-	
			3º tri	-	
			4º tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ao longo do 4º trimestre de 2017, os perfis do Museu do Futebol nas redes sociais foram alimentados para a divulgação do equipamento. No final do período, constatou-se **2.983 novos seguidores nas redes sociais** 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.

Anúncios foram veiculados na Revista Piauí e jornal O Estado de S. Paulo, banners eletrônicos no portal de internet UOL e spots nas rádios Bandeirantes e BandNews. Também foi veiculado anúncio em painel de LED durante a final da Copa Brasil 2017, partida esta transmitida pela Rede Globo.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa **465 inserções em veículos de comunicação**, com destaque para a programação no Dia das Crianças e o programa "Férias no Museu do Futebol".

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS							
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada				
56	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do Museu	Nº de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube 6 - Spotify	1º tri	5	5				
			2º tri		5				
			3º tri		6				
			4º tri		6				
			META ANUAL	5	6				
			ICM%	100%	120%				
57	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do Museu	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada				
						Nº de parcerias/projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação	1º tri	No mín:1	1
							2º tri	No mín:1	2
							3º tri	No mín:1	2
							4º tri	No mín:1	0
							META ANUAL	No mín:4	5
ICM%	100%	100%							
58	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do Museu	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada				
						Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação	1º tri	3	3
							2º tri	3	3
							3º tri	3	3
							4º tri	3	3
							META ANUAL	12	12
ICM%	100%	100%							

		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
59		Elaborar e implantar Plano de Comunicação exclusivo ao CRFB – 1 plano entregue	1º tri	-	
			2º tri	1	1
			3º tri	-	
			4º tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
60	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Nº mínimo de inserções na mídia	1º tri	No mín: 200	574
			2º tri	No mín 200	439
			3º tri	No mín: 200	686
			4º tri	No mín: 200	465
			META ANUAL	No mín: 800	2.164
			ICM%	100%	100%
61	Monitorar nº de visitantes virtuais no website	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Monitorar nº de visitantes virtuais no website	1º tri	No mín: 16.000	55.036 no período / 56.196 soma mês a mês
			2º tri	No mín: 16.000	110.524 no período / 112.946 soma mês a mês
			3º tri	No mín: 16.000	122.716 no período / 125.380 soma mês a mês
			4º tri	No mín 16.000	93.996 no período / 95.671 soma mês a mês
			META ANUAL	No mín: 48.000	390.193
			ICM%	100%	100%

62		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º tri	No mín 10.000	2.452
			2º tri	No mín: 10.000	4.147
			3º tri	No mín: 10.000	3.380
			4º tri	No mín: 10.000	2.992
			META ANUAL	No mín: 40.000	12.971
			ICM%	100%	32%
63	Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios (pessoas físicas e jurídicas)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório semestral de monitoramento do Plano de Patrocínios, parcerias e programa de doadores pessoas físicas	1º tri	-	-
			2º tri	1	1
			3º tri	-	-
			4º tri	1	1
			META ANUAL	2	2
			ICM%	100%	100%
64		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoas físicas (número mínimo)	1º tri	No. Mín: 1	4
			2º tri	No. Mín: 1	1
			3º tri	No. Mín: 1	-
			4º tri	No. Mín: 1	4
			META ANUAL	No. Mín: 4	9
			ICM%	100%	100%
65	Realizar adequações à página virtual do Museu do Futebol para atendimento integral do itens do Índice de Transparência desenvolvido pela SEC	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Relatório sobre as atualizações/melhorias executadas	1º tri	-	-
			2º tri	-	-
			3º tri	1	1
			4º tri	-	-
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

COMENTÁRIOS E JUSTIFICATIVAS – METAS SUPERADAS E/OU CUMPRIDAS PARCIALMENTE

Meta n. 56 - N° de canais de comunicação implantados

A superação (de 5 para 6) ocorreu devido à abertura do perfil no SPOTIFY, desde abril de 2017. Não há custo extra ao Contrato de Gestão, pois se tratou de uma parceria com a plataforma.

Meta n. 57 - N° de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação

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.

Meta n. 60 - N° mínimo de inserções na mídia

Por se tratar de uma meta com a previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável e não onerara o contrato de gestão.

Meta n. 61 - Monitorar n° de visitantes virtuais no website

Por se tratar de uma meta com a previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável. No caso, observou-se o grande crescimento de acessos ao site desde o mês de abril de 2017, em razão de dois fatores: a) implantação de novo site, em plataforma responsiva a tablets e celulares e com melhor programação de SEO, posicionando melhor o site em plataformas de buscas e b) utilização da ferramenta do Google *Adwords*, sem custos ao Contrato de Gestão.

Meta n.62 – Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)

Como tem ocorrido nos trimestres anteriores, a meta não foi alcançada. O incremento de seguidores em redes sociais por meio de ferramentas de login social, uma das estratégias programadas para o cálculo da meta, não se mostraram efetivas. Primeiro, por não haver a possibilidade de contar com ferramentas gratuitas e, por outro lado, as que apresentam custos estão fora do orçamento estimado para a área. Depois, por essa estratégia ter sido pensada para o acesso de visitantes ao serviço de *WiFi* do Museu, o que tem apresentado pouca demanda. De outubro a dezembro, foram 2.671 acessos ao WiFi, sendo que 89% deu preferência a realizar o login ao serviço deixando uma conta de email, contra somente 11% por meio a rede social Facebook. Isso reflete um comportamento do visitante não

considerado quando da elaboração da meta, ou seja, a de que o visitante seria um usuário do serviço de *WiFi* da instituição, o que não tem ocorrido em grandes volumes. Assim, tem havido um crescimento orgânico dos seguidores, mas não o suficiente para atingir o número estimado. O mesmo será revisto para o ano de 2018.

Meta n.63 – Relatório semestral de monitoramento do Plano de Patrocínios, parcerias e programa de doadores pessoas físicas

Ao longo do semestre, os esforços foram concentrados na prospecção de patrocínios ao Museu do Futebol, já que é nesse período do ano que as empresas definem os projetos culturais para os quais destinarão recursos por meio da lei de incentivo à cultura, Lei Rouanet.

Cerca de 200 empresas foram contatadas para a apresentação do Museu como projeto a ser patrocinado, resultando em um total de mais de 40 reuniões realizadas.

Antes disso, no entanto, as Diretorias Executivas e de Conteúdo definiram o escopo dos projetos a serem inscritos no Plano Anual do Museu na Lei Rouanet, levando-se em conta a Copa do Mundo FIFA 2018 e o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol, em setembro do ano que vem. A segunda etapa do trabalho de prospecção envolveu a elaboração de apresentações dos projetos para, em seguida, serem realizadas as reuniões e elaboradas as propostas comerciais.

Quanto à ampliação das fontes de receita por meio de doações junto a pessoas físicas, decidiu-se pela elaboração de uma ação ou de um programa em 2018, dedicando, assim, o segundo semestre de 2017 à prospecção de patrocínios. Pelo mesmo motivo, o plano para ampliação de parcerias institucionais também será trabalhado em 2018.

Meta n. 64 - Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoas físicas

Como resultado dos esforços realizados ao longo do segundo semestre de 2017, quatro empresas fecharam patrocínio ao Museu do Futebol. A Motorola é patrocinadora máster do Museu e patrocinadora da exposição itinerante "Museu do Futebol na Área", que percorrerá quatro capitais do Brasil: Rio de Janeiro, Recife, Belo Horizonte e Porto Alegre. O Grupo Globo é patrocinador do Museu, assinando também o patrocínio a uma exposição temporária e à programação cultural. A Via Varejo é patrocinadora do Programa Educativo; e a Decathlon é apoiadora do Museu, patrocinado a

realização de projeto envolvendo quatro dias de atividades esportivas, na área externa do Museu.

ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Meta 56 -> vide página 143

Meta 57 - > vide página 147

Meta 58 - > vide página 149

Meta 60 - > vide página 150

Meta 61 - > vide página 151

Meta 62 - > vide página 154

Meta 56 - N° de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube 6 - Spotify

Destacam-se, no período, as seguintes ações nos canais de comunicação mantidos pelo Museu do Futebol.

SPOTIFY: foram criadas duas novas *playlists*, conforme abaixo:



FACEBOOK: Exemplos de postagens:

- Editoria "Futebol entre aspas" – frases ditas por personalidades reconhecidas na área. Exemplos:



- Conteúdo de divulgação das ações do CRFB:



- Conteúdo que relaciona o futebol às disciplinas escolares, à história do futebol e/ou postagens sobre as ações do Núcleo Educativo do Museu:



- Programação do final de semana:



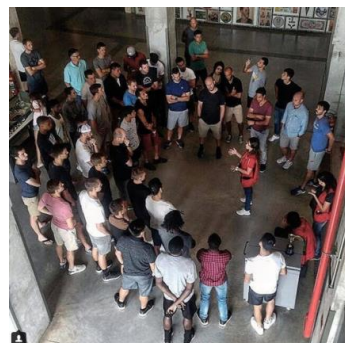
- Ação "Sonhar o Mundo":



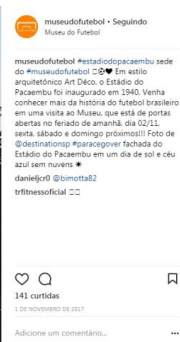
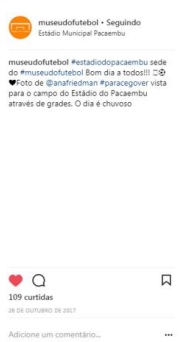
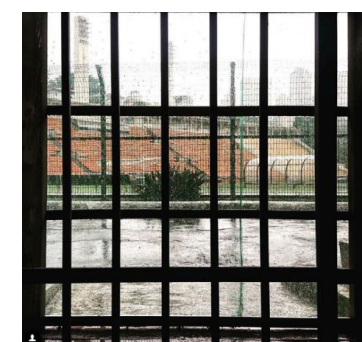
INSTAGRAM

Exemplos de postagens:

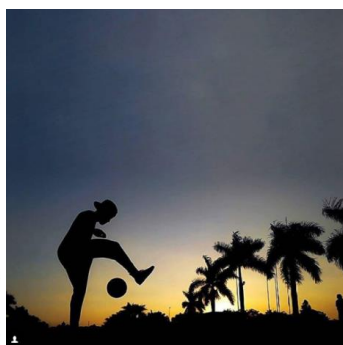
- Editoria "O Museu do Futebol pelo olhar dos visitantes":



- Editoria "Estádio do Pacaembu":



- Editoria "Futebol se joga na alma":



Meta 57 - Nº de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação




No período, houve a inserção de anúncios institucionais nos veículos parceiros: Revista Piauí, O Estado de S. Paulo e site UOL.

Como resultado de negociação com a agência Kefler, efetivou-se acordo em permuta para a inserção de anúncio do Museu do Futebol em painel de LED no jogo da final da Copa do Brasil 2017, realizado em 27/09/2017, às 21h50, e televisionado pela Rede Globo de Televisão.

Neste trimestre, também se firmou parceria para a veiculação de spots do Museu nas rádios Bandeirantes e BandNews.

Abaixo a síntese dos anúncios no período.

Período: outubro a dezembro/2017 Total de 208 anúncios em 06 veículos		
Veículo	Data veiculação	Imagem
Site UOL (online)	Semestral	

<p>Rádio Bandeirantes (75 Spots) e BandNews (125 Spots): anúncio do Museu do Futebol</p>	<p>Outubro, novembro e dezembro</p>	<p>Texto do Spot: "Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo e Secretaria da Cultura apresentam Conheça a história do Brasil por outro ângulo no Museu do Futebol! São 15 salas que ocupam 6 mil metros quadrados e instigam o visitante a experimentar sensações e compreender por que o futebol no Brasil é mais do que um esporte. De terça a domingo, no estádio que é um cartão postal, o Estádio do Pacaembu. Informações no site museu do futebol ponto org ponto BR. Classificação livre. O Museu do Futebol conta com o apoio da Lei de Incentivo à Cultura do Governo Federal".</p>
<p>Final da Copa do Brasil: anúncio (4 minutos, divididos em 8 inserções de 30 segundos/cada) em painel de LED no jogo de futebol da final da Copa do Brasil – 27/09/2017, às 21h50. A partida foi televisionada pela TV Globo</p>	<p>27/09/2017</p>	
<p>O Estado de S.Paulo (impresso): 4 anúncios Férias no Museu do Futebol</p>	<p>- Caderno de Esportes 17/12/2017 - Caderno 2 24/12/2017 - Caderno 2 26/12/2017 - Caderno 2 27/12/2017</p>	
<p>Revista Piauí (impresso)</p>	<p>Edições de outubro, novembro e dezembro.</p>	

		
--	--	--

Meta 58 - Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação

Dentre os conteúdos produzidos no período, apresentam-se três novas ações:

a) Criação de conteúdos para postagens dentro da ação “Sonhar o Mundo”

Durante a semana que antecedeu o Dia dos Direitos Humanos (10/12), as equipes de Comunicação e Centro de Referência prepararam uma postagem/dia para o *Facebook* da instituição dentro da iniciativa “Sonhar o Mundo”, encabeçada pela Secretaria da Cultura.

b) Toda a segunda-feira do trimestre, foi preparado *post* da editoria “Futebol entre Aspas”

Essa editoria fixa no *Facebook* requer pesquisa de frases e imagens, além de elaboração de textos sobre a personalidade do futebol cuja frase é destaque de cada *post*.

c) Criação de 2 *playlist* para o perfil do Museu do Futebol no SPOTIFY

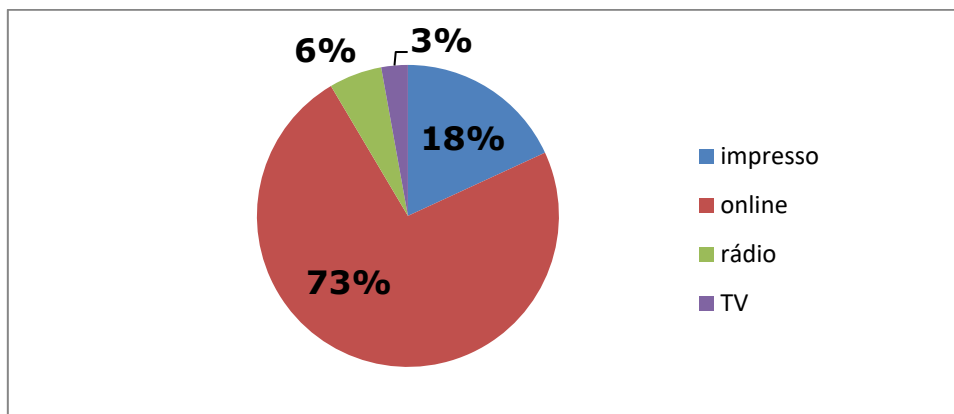
Foram criadas 2 *playlist* no período: “Futebol Cantado para Crianças” e “Cantando o Rei Pelé”. As *playlist* requerem pesquisa prévia para seleção de músicas atreladas ao tema selecionado.

Meta 60 - N° mínimo de inserções na mídia

O resultado do relacionamento com a imprensa no quarto trimestre foi de **465 inserções**. As ações do Museu do Futebol que mais repercutiram na mídia nesse trimestre foram: programação para o feriado do Dia das Crianças e a programa "Férias no Museu". Algumas matérias veiculadas estão demonstradas no item "Rotinas" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

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

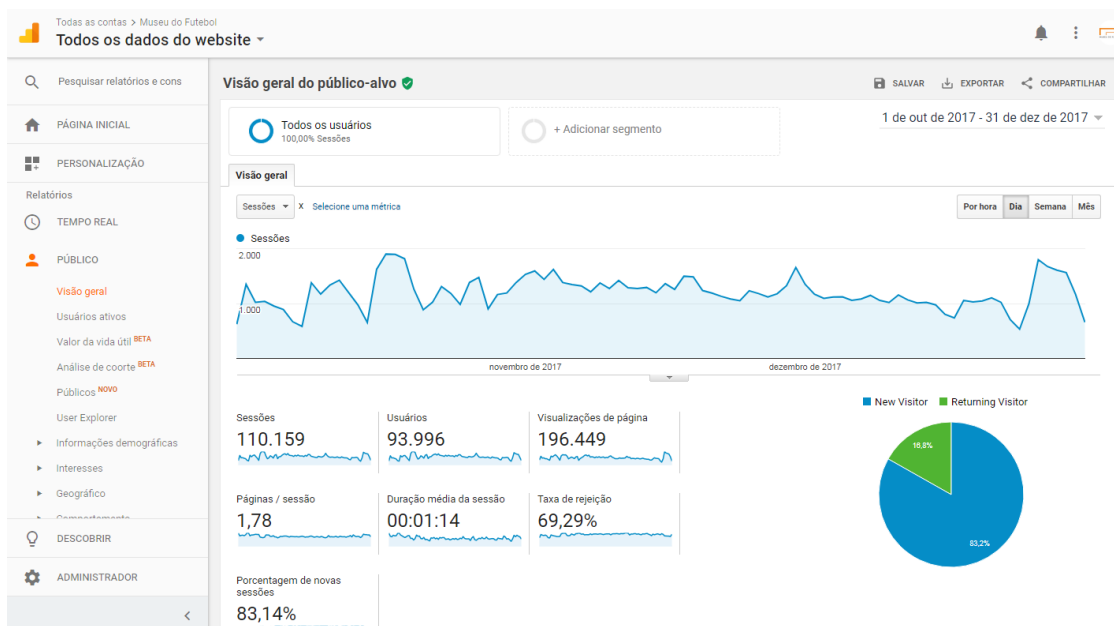
Mês	Número de Inserções
Outubro	118
Novembro	162
Dezembro	185
Total	465
Tipo de mídia	Total de Inserções
Impressa	83
Online	332
Rádio	28
TV	22



Meta 61 - Monitorar nº de visitantes virtuais no website

O site do Museu do Futebol (www.museudofutebol.org.br) fechou o 4º trimestre de 2017 com 93.746 visitantes únicos, sendo 88,2% novas visitas. O resultado foi menor do que no trimestre anterior.

Abaixo seguem dados de visitas ao site:



Picos de visitação ao site:

- 1º: 17/outubro: 1.805 visitas
- 2º: 30/novembro: 1.581 visitas
- 3º: 26/dezembro: 1.655 visitas

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

País ?	Aquisição			Comportamento		
	Sessões ? ↓	Porcentagem de novas sessões ?	Novos usuários ?	Taxa de rejeição ?	Páginas / sessão ?	Duração média da sessão ?
	110.159 Porcentagem do total: 100,00% (110.159)	83,18% Média de visualizações: 83,14% (0,04%)	91.626 Porcentagem do total: 100,04% (91.585)	69,29% Média de visualizações: 69,29% (0,00%)	1,78 Média de visualizações: 1,78 (0,00%)	00:01:14 Média de visualizações: 00:01:14 (0,00%)
1. Brazil	107.948 (97,99%)	83,10%	89.706 (97,90%)	69,45%	1,78	00:01:13
2. United States	626 (0,57%)	89,94%	563 (0,61%)	63,58%	2,19	00:01:33
3. (not set)	142 (0,13%)	86,62%	123 (0,13%)	74,65%	1,54	00:00:58
4. Chile	127 (0,12%)	88,19%	112 (0,12%)	44,88%	2,20	00:02:01
5. Argentina	100 (0,09%)	80,00%	80 (0,09%)	57,00%	2,72	00:02:49
6. United Kingdom	89 (0,08%)	79,78%	71 (0,08%)	51,69%	2,61	00:02:33
7. Colombia	81 (0,07%)	85,19%	69 (0,08%)	40,74%	2,95	00:03:01
8. Portugal	80 (0,07%)	86,25%	69 (0,08%)	65,00%	1,89	00:02:02
9. Canada	76 (0,07%)	92,11%	70 (0,08%)	71,05%	1,75	00:01:22
10. Peru	65 (0,06%)	73,85%	48 (0,05%)	53,85%	1,78	00:00:55

Exibir link

Principais páginas acessadas: "Home", "Horário e Ingressos" e "Seu evento aqui".

Página ?	Visualizações de página ? ↓	Visualizações de páginas únicas ?	Tempo médio na página ?	Entradas ?	Taxa de rejeição ?	Porcentagem de saída ?
	196.449 Porcentagem do total: 100,00% (196.449)	161.028 Porcentagem do total: 100,00% (161.028)	00:01:34 Média de visualizações: 00:01:34 (0,00%)	110.159 Porcentagem do total: 100,00% (110.159)	69,29% Média de visualizações: 69,29% (0,00%)	56,08% Média de visualizações: 56,08% (0,00%)
1. /	67.370 (34,29%)	49.745 (30,89%)	00:01:11	47.971 (43,55%)	50,31%	48,43%
2. /pagina/horarios-e-ingressos	33.089 (16,84%)	29.146 (18,10%)	00:02:35	12.957 (11,76%)	80,21%	61,73%
3. /pagina/eventos-museu-do-futebol/?pagina/seu-evento-aqui=	26.810 (13,65%)	24.778 (15,39%)	00:03:22	24.434 (22,18%)	92,33%	90,85%
4. /agenda	11.076 (5,64%)	8.426 (5,23%)	00:00:52	3.584 (3,25%)	48,58%	30,23%
5. /pagina/seu-evento-aqui	9.020 (4,59%)	8.215 (5,10%)	00:03:27	7.998 (7,26%)	89,17%	87,11%
6. /pagina/exposicao-longa-duracao	3.291 (1,68%)	2.896 (1,80%)	00:02:38	295 (0,27%)	75,93%	46,70%
7. /evento/estadio-do-pacaembu-jogo-sao-paulo-x-flamengo	3.018 (1,54%)	2.733 (1,70%)	00:03:21	2.596 (2,36%)	89,56%	86,48%
8. /pagina/conheca-o-crfb	2.273 (1,16%)	1.909 (1,19%)	00:01:25	200 (0,18%)	76,50%	32,64%
9. /pagina/trabalhe-conosco	2.040 (1,04%)	1.599 (0,99%)	00:02:16	1.276 (1,16%)	71,24%	75,64%
10. /pagina/planejamento	1.777 (0,90%)	1.521 (0,94%)	00:02:17	241 (0,22%)	75,10%	38,10%

Origem do tráfego:

Origem ?	Aquisição			Comportamento		
	Sessões ? ↓	Porcentagem de novas sessões ?	Novos usuários ?	Taxa de rejeição ?	Páginas / sessão ?	Duração média da sessão ?
	3.765 Porcentagem do total: 3,42% (110.159)	76,49% Média de visualizações: 83,14% (-7,99%)	2.880 Porcentagem do total: 3,14% (91.585)	50,25% Média de visualizações: 69,29% (-27,47%)	2,41 Média de visualizações: 1,78 (34,88%)	00:01:58 Média de visualizações: 00:01:14 (59,10%)
1. prefeitura.sp.gov.br	777 (20,64%)	73,36%	570 (19,79%)	50,84%	2,42	00:01:37
2. saopaulo.sp.gov.br	291 (7,73%)	72,51%	211 (7,33%)	40,89%	2,36	00:01:48
3. buzzfeed.com	280 (7,44%)	93,93%	263 (9,13%)	48,57%	2,10	00:02:05
4. facebook.com	184 (4,89%)	41,30%	76 (2,64%)	38,04%	5,55	00:06:52
5. m.facebook.com	175 (4,65%)	87,43%	153 (5,31%)	50,29%	2,26	00:01:08
6. esporte.uol.com.br	133 (3,53%)	96,99%	129 (4,48%)	81,20%	1,27	00:00:33
7. br.search.yahoo.com	125 (3,32%)	75,20%	94 (3,26%)	48,00%	2,36	00:02:31
8. googleweblight.com	98 (2,60%)	65,31%	64 (2,22%)	53,06%	2,13	00:01:46
9. cidadedesapaulo.com	95 (2,52%)	75,79%	72 (2,50%)	33,68%	2,42	00:01:33
10. enviajes.cl	90 (2,39%)	81,11%	73 (2,53%)	34,44%	2,32	00:03:11

Meta 62 - Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)

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 31/12/2017)	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado 2017
Facebook	50.168	1.565	1.815	1.984	1.558	6.922
Twitter	22.820	470	498	534	294	1.796
Instagram	5.351	306	893	671	979	2.849
Youtube	1.583	111	236	166	152	665
Spotify	740	-	705	25	10	740
Total	80.662	2.452	4.147	3.380	2.992	12.971

7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
66	Elaborar a organização de informações sobre as características técnicas da edificação.	Documento com as informações sobre as características técnicas das edificações. Elaborado e entregue.	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	1	1
			4o tri	-	-
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%-
67	Elaborar a organização de informações sobre a destinação dos espaços e suas cargas máximas, conforme as estruturas existentes.	Documento com informações sobre a destinação dos espaços e suas cargas máximas. Elaborado e entregue.	1o tri	-	-
			2o tri	-	-
			3o tri	-	-
			4o tri	1	1
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%
			68	Revisar Manual de Limpeza e conservação do edifício	Manual de Limpeza e conservação do edifício revisado e entregue
2o tri	1	1			
3o tri	-	-			
4o tri	-	-			
META ANUAL	1	1			
ICM%	100%	100%			

ANEXO COMPROBATÓRIO DA META DO PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

META 67 – Elaborar a organização de informações sobre a destinação dos espaços e suas cargas máximas, conforme as estruturas existentes.

Introdução

Cargas elétricas instaladas nos painéis elétricos

Rede trifásica

Este tipo de rede é assim denominado por apresentar três condutores de fase os quais transportam energia elétrica, próximos aos pontos de força (QFL – quadros de luz e força, QF – quadro de força, QL – quadro de luz e QB – quadro de bombas).

Ramal trifásico

São condutores que, por estarem sempre ligados à rede trifásica, são denominados de ramais trifásicos.

Estes condutores transportam energia elétrica, diretamente aos pontos de força ou máquinas elétricas.

Algumas redes e ramais trifásicos apresentam-se com três condutores de fase e um condutor neutro. Nestes casos, recebem a denominação de rede e ramal trifásico a quatro fios.

Segundo as normas técnicas brasileiras, as redes e ramais trifásicos devem ter três condutores de fase e um condutor neutro aterrado. Nestes casos, recebem a denominação de redes e ramais trifásicos a quatro fios com neutro aterrado.

As redes e os ramais trifásicos podem ser usados para alta tensão ou baixa tensão. No caso do Museu do Futebol é baixa tensão 220 volts.

Como as fases são diferentes umas das outras, usam-se as letras R, S, T.

FASE R

FASE S

FASE T

NEUTRO N

O Museu do Futebol possui painéis elétricos trifásicos 380 v/60hz e através de circuitos independentes fornecem energia elétrica para tomadas, iluminação e equipamentos.

Utilizando uma fase e o neutro por circuito.

Nos quadros abaixo, veremos a distribuição das fases em amperes (A), cada fase pode ter no máximo a amperagem total do quadro, exemplo:

Disjuntor principal de 63 A.

Cada fase pode ter no máximo 63A.

Na análise de todos os quadros do museu, verificamos uma folga considerável em cada quadro, com isto garantindo uma boa segurança dos equipamentos.

Painéis instalados no pavimento Térreo Leste e Oeste

painel/sigla	Localização	Setores/salas atendidos	Corrente Nominal do disjuntor Principal Trifásico (INS)A	Carga de trabalho/consumo do painel (IE)A por fase (RST)		
				T	R	S
QFL-FACH-LESTE	Galeria externa em frente entrada do museu	Ala leste	63A	19 A	11 A	14 A
QFL-FACH-OESTE	Galeria externa em frente saída do museu	Ala Oeste	63A	19 A	13 A	14 A
QFL-FACH-CENTRAL	Galeria externa em frente entrada do museu	Ala Central	63A	9 A	7 A	6 A
QFL- AUD	Auditório cabine de comando	Cabine de controle, cabines de tradução, cabines recepção, auditório, hall auditório e hall elevador leste Wcs hall de entrada do auditório	100A	11 A	7 A	4 A
QFL- AUD-UPS	Auditório cabine de comando	Cabine de controle, cabines de tradução, cabines recepção	63A	1 A	1 A	1 A
QFL-EXP	Corredor	Sala Osmar	63A	4 A	2 A	2 A

	técnico da exposição temporária	Santos				
QFL-EXP2	Corredor técnico da exposição temporária	Copa sala Osmar Santos, sala Osmar Santos	80A	00.00A	00.00A	00.00A
QFL-T-L-MUSEU	Entrada de serviço acesso pelo campo Leste	Grande Área, bilheteria, casa de máquinas, Wcs Grande Área AC térreo leste, foyer, Escada Rolante Grande Área, backstage, Wcs backstage, portas de enrolar hall de entrada	630A	47 A	60 A	62 A
QF-T-L-UPS	Corredor técnico da exposição temporária	Bilheteria, sala Osmar Santos, backstage	63A	4 A	1 A	1 A
QFL-T-O-MUSEU	Entrada de serviço acesso pelo campo oeste entre os vestiários	Portão principal, guarita portão principal, portas de enrolar (hall de saída, loja, bar), vestiários 1 e 2 AC loja e bar	320A	4 A	6 A	8 A
QF-T-O-CHUV	Entrada de serviço acesso pelo campo oeste entre os vestiários	Chuveiros vestiários 1 e 2	200A	00.00A	00.00A	00.00A
QFL-T-O-EST	Jecrim	Jecrim, hall de acesso Jecrim, porta de enrolar saída elevador oeste, tomadas próxima a porta de enrolar saída elevador oeste	100A	30 A	8 A	12 A
QFL-CAB-PRIM	QGBT	QGBT, Gerador, hall elevador leste	63A	2 A	6 A	3 A

Painéis instalados no 1º pavimento Leste e Oeste

painel/sigla	Localização	Setores/salas atendidos	Corrente Nominal do disjuntor Principal Trifásico (INS)A	Carga de trabalho/consumo do painel (IE)A por fase (RST)		
				T	R	S
QFL-1P-L-MU1	Ao lado sala dos radios	Gols, Radios, fachada leste, Wcs 1PL, Exaltação	125A	9 A	5 A	5 A
QFL-1P-L-MU2	Dentro do container técnico	Gols, Grande área, pé na bola, boas vindas Pelé, Anjos	80A	20 A	20 A	20 A
QFL-1P-L1-UPS	Dentro do container técnico	Radios, gols	63A	----	----	19 A
QFL-1P-L2-UPS	Dentro do container técnico	Anjos, Pelé, pé na bola, Copas(2PL)	63A	11 A	19 A	10 A
QFL-1P-O-MU1	Sala Pacaembu	SALA Pacaembu, térreo oeste, chute a gol	63A	10 A	2 A	6 A
QFL-1P-O-MU2	Entre escada rolante e sala 3D	Jogo de corpo, Wcs 1PO	100A	21 A	18 A	23 A
QFL-1P-O-UPS	Sala técnica 3D	Jogo de corpo, canal 100, chute ao gol, sala Pacaembu	63A	13 A	11 A	7 A

Painéis instalados no 2º pavimento Leste e Oeste

painel/sigla	Localização	Setores/salas atendidos	Corrente Nominal do disjuntor Principal Trifásico (INS)A	Carga de trabalho/consumo do painel (IE)A por fase (RST)		
				T	R	S
QF-2P-L-EXALT	Exaltação ao lado esquerdo da escada rolante	Exaltação, escada de emergência	125A	2 A	2 A	2 A
QFL-2P-L-MU1	Sala técnica dos heróis	Origens, Heróis, Rito de passagem	100A	17 A	19 A	23 A
QFL-2P-L-UPS	Sala técnica dos heróis	Origens, Heróis, Rito de passagem	63A	14 A	18 A	5 A
QFL-2P-L-MU2	Saída de emergência saída pela arquibancada do campo	Copas, Pelé Garrincha	125A	24 A	19 A	9 A
QFL-2P-O-MU1	Corredor de acesso ao CFTV atrás do armário de madeira	CFTV, Art Watch, Números e curiosidades, passarela, Wcs 2P central	63A	7 A	7 A	7 A
QFL-2P-O-MU2	Sala dança do futebol entre o globo e a escada de madeira	Dança, Números e curiosidades, CRFB, escada rolante, elevador oeste, Wcs 2PO	100A	14 A	5 A	15 A
QFL-2P-CONTR	Sala CFTV corredor central	CFTV	63A	1 A	1 A	2 A
QFL-2P-CONTR-UPS	Sala CFTV corredor central	Backup	63A	----	----	----
QFL-2P-CENT-MU	Sala técnica Art Watch	Números e curiosidades, Sala técnica Art Watch	250A	19 A	20 A	19 A
QFL-2P-CENT-UPS	Sala técnica Art Watch	Dança do futebol, Números e curiosidades, Sala técnica Art Watch, CFTV	63A	13 A	20 A	8 A

Painéis instalados no 3º pavimento Leste e Oeste

painel/sigla	Localização	Setores/salas atendidos	Corrente Nominal do disjuntor Principal Trifásico (INS)A	Carga de trabalho/consumo do painel (IE)A por fase (RST)		
				T	R	S
QFL-3P-L-EST1	Corredor de circulação próximo ao elevador leste	Copa, salas de reunião, operacional, rh, corredor de circulação, elevador leste, Wcs 3PL, escada de emergência	63A	7 A	8 A	17 A
QFL-3P-L-EST2	Corredor de circulação próximo a rampa da caixa d'água	Sala financeiro, corredor financeiro rampa leste, casa de máquinas 3PL, bomba de água potável	63A	18 A	21 A	22 A
QFL-3P-O-MU1	Corredor de circulação próximo a sala POP	Rampa oeste, vestiários, sala POP, sala Segurança, conteúdo, casa de máquinas 3PO	250A	6 A	25 A	22 A
QF-3P-01-UPS	Sala POP(Servidores)	Sala POP, servidores	63A	5 A	2 A	3 A
QFL-3P-O-MU2	Corredor de circulação	Corredor de acesso, diretoria, comunicação, plataforma oeste, Wcs	63A	7 A	8 A	5 A
QF-4P-FCH-CENT	Corredor técnico passarela central	Bandeiras, relógio, casa de máquinas bombas (incêndio e água potável)	63A	2 A	7 A	8 A
QF-Bomba de incêndio	Corredor técnico passarela central	Bomba de combate à incêndio	80A	26 A	27 A	29 A

Cargas nas estruturas

Carga permanente

Este tipo de carga é constituído pelo peso próprio da estrutura e pelo peso de todos os elementos construtivos fixos e instalações permanentes.

Carga acidental

É toda aquela que pode atuar sobre a estrutura de edificações em função do seu uso (pessoas, móveis, materiais diversos, veículos etc.).

Trataremos somente as cargas acidentais.

Passarelas e mezaninos em madeira

Passarela no 2º pavimento ligando ala leste e oeste , 900kg/m²

Mezanino da sala Grande Área , 400 kg/m²

Mezanino da sala Homenagem ao Pacaembu , 400 kg/m²

Escadas Metálicas

Todas as escadas metálicas ala leste e oeste, 300kg/m

Guarda corpo das escadas metálicas, 100kg/m.

Paredes

Alvenaria – 300kg/m²

Dry wall – 28kg/m²

Pisos(sem rupturas)

Térreo – 3

1.000kg/m²

Lajes 1º ao 3º pavimento – 1.500kg/m²

METAS CONDICIONADAS

No quarto trimestre de 2017 foi dada continuidade à meta condicionada número 03 do Programa de Exposições e de Programação Cultural.

Por meio do aporte de patrocínio do Grupo Globo, via Lei Rouanet, no valor de R\$ 400 mil, deu-se andamento à produção da exposição temporária denominada "Clássico é Clássico e vice-versa" (nome anterior: Derby, 100 anos de Corinthians e Palmeiras).

A exposição teve sua inauguração adiada para o ano de 2018. O motivo foi o prazo de recebimento dos arquivos do Acervo de imagens da GLOBO. Abaixo, apresentamos o desenvolvimento do projeto até o dia 31/12/2017.

Exposição temporária

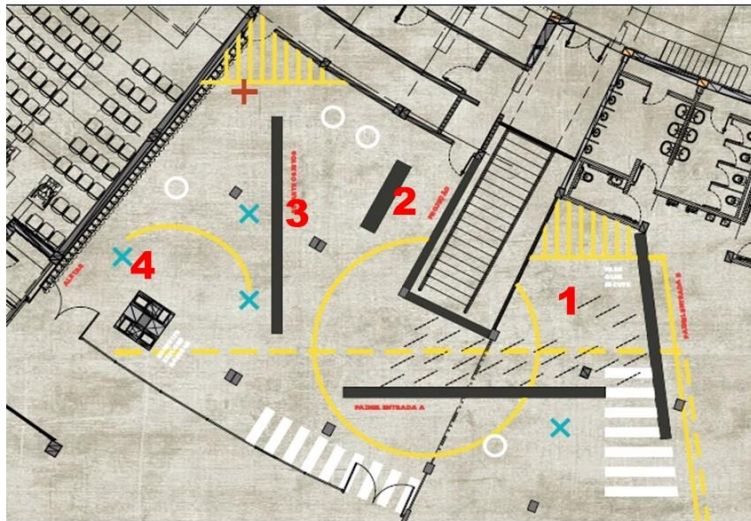


A exposição **Clássico é Clássico e vice-versa** apresenta as rivalidades entre clubes brasileiros. O que torna um jogo de futebol um "clássico" é a expectativa que ele gera, dentro e fora do campo.

Em dia de clássico, o torcedor acorda diferente e a emoção do confronto com o maior rival dará a tônica da exposição.

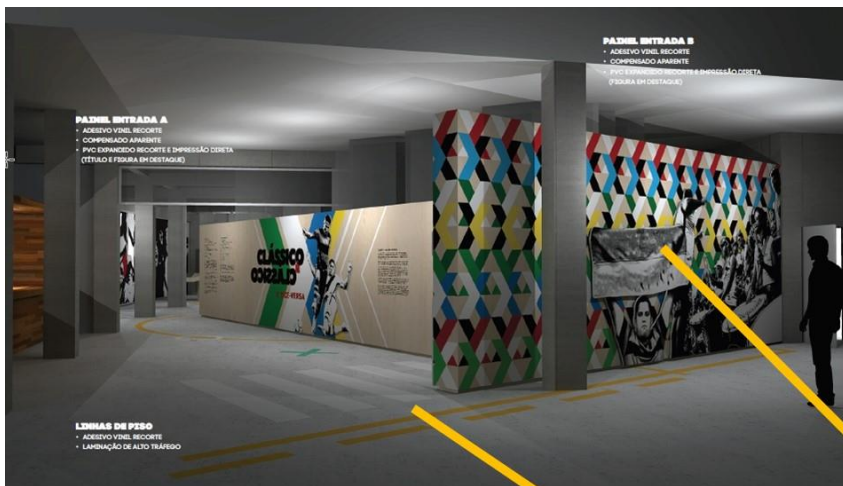
Essa é a mensagem proposta na mostra: é preciso, acima de tudo, respeitar o adversário, para que a emoção do jogo, como tudo o que é clássico, seja eterna.

A mostra é composta por 4 módulos, apresentados a seguir.



Planta baixa da Sala de exposições temporárias e Sala Grande Área
Piso térreo – Museu do Futebol.

- Módulo 1:**
Instalação: “Majestosa - a rua do jogo”
- Módulo 2:**
Filme: “Alma de clássico”
- Módulo 3:**
Vitrine: “Clássicos na intimidade”
- Módulo 4:**
Interativo: “Almanaque dos Clássicos”

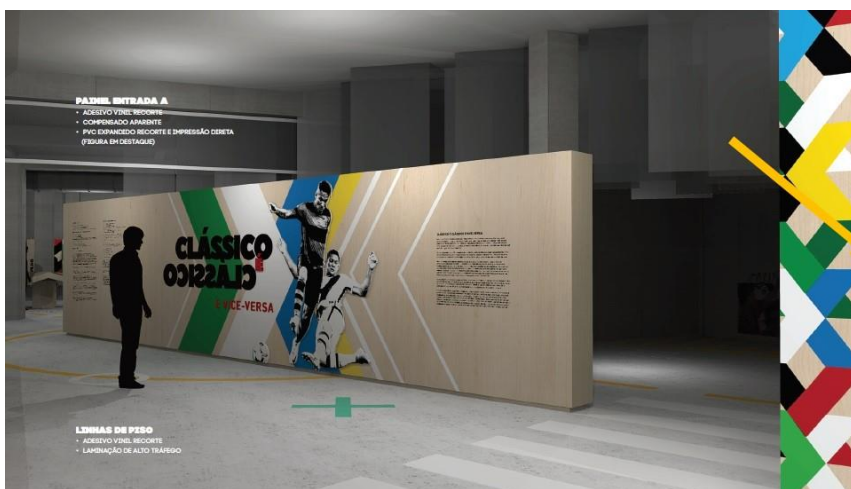


Vista geral da entrada:
Painel de abertura e painel para interação com visitantes.

A faixa será em tinta lousa para que os visitantes escrevam mensagens e tirem seus *selfies*.

A sinalização viária (faixas de rua e de pedestre) indica o percurso ao visitante

Na coluna haverá suporte para giz e apagador.



Vista geral da
entrada:
Painel de abertura +
módulo 1

Área do Módulo 1:
Instalação "Majestosa –
a rua do jogo"

Nas bandeiras alocadas
no teto haverá nomes de
clássicos formados por
partes dos nomes dos
dois times. Ex:
GRENAL
FLA-FLU
BA-VI
RE-PA
SAN-SÃO
... Etc.

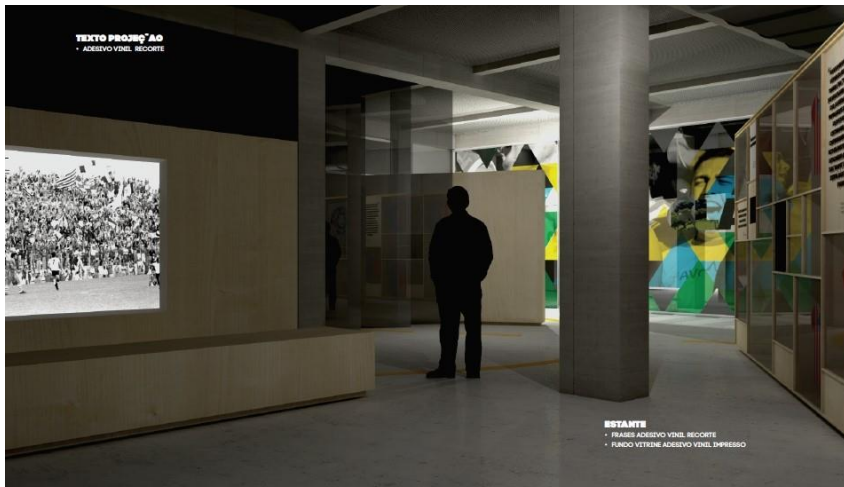


Instalação "Majestosa – a rua do jogo"

Uma videoinstalação que mostra os torcedores chegando ao Estádio do Morumbi para assistir ao clássico SÃO PAULO X CORINTHIANS (Majestoso) em 1983 e em 2017. O futebol mudou, mas a emoção do clássico é a mesma.

Autoria: Tadeu Jungle.

São 4 telas projetadas nas paredes, que intercalam cenas de 1983 (formato 4:3) e 2017 (formato 6:9). Haverá sincronização de áudio dos dois períodos.



Roteiro: José Roberto Torero

Direção: Tadeu Jungle

Obs: Aguarda liberação de imagens do Acervo Globo para edição e elaboração de trilha sonora.

Vista da área do Módulo 2:
Filme: "Alma de Clássico"

Com duração aproximada de 6 minutos, o filme mostrará os clássicos brasileiros em ação, com a edição de lances e jogadas que marcaram a história do futebol.

Será projetado na parede e haverá um banco para os visitantes que quiserem assistir sentados.

Obs: o tamanho da tela de projeção é ilustrativa. Tamanho final será ajustado na montagem.



Vista da área do Módulo 2:
Filme: "Alma de clássico"

Área para texto de Ugo Giorgetti

Estudo de aplicação gráfica em desenvolvimento



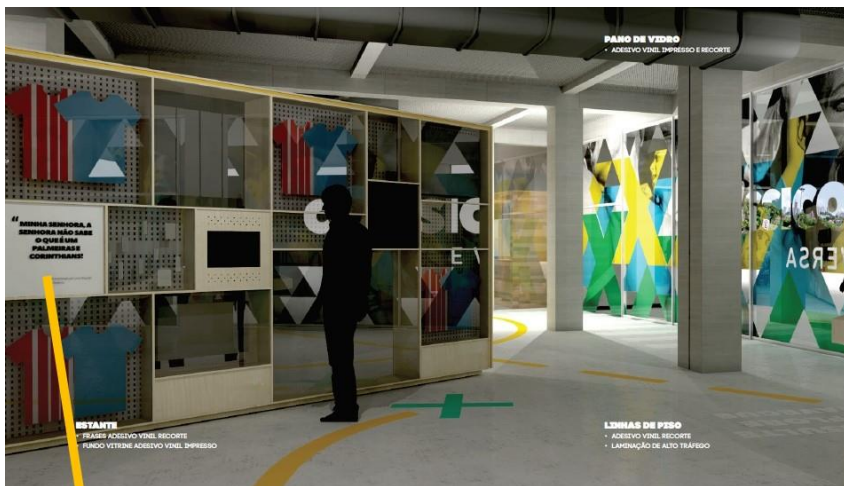
**Vista da área do Módulo 3:
Vitrine**

Uma grande vitrine com objetos de colecionadores retratarão como a paixão pelo clube embrilha-se na vida cotidiana: desde a maternidade, às faixas que enfeitam as arquibancadas, uma seleção de itens que marcam a memória afetiva do torcedor em relação ao seu rival.

Clássicos de todas as regiões brasileiras estarão representados.

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro entrou em contato com mais de 50 pessoas e instituições para a pesquisa que embasou a seleção dos objetos.

Os objetos serão fotografados em estúdio para serem usados em peças de divulgação.



**Vista da área do Módulo 3:
Vitrine**

Instalada em uma estante de 8 metros, trará dezenas de objetos como:

- ✓ Adornos de parede
- ✓ Bandeiras
- ✓ Camisas
- ✓ Canecas
- ✓ Faixas
- ✓ Garrafas com bebidas
- ✓ Ingressos
- ✓ Jogo de Botão
- ✓ LPs
- ✓ Mascotes
- ✓ Objetos de uso pessoal
- ✓ Revistas
- ✓ Roupas de bebê
- ✓ Roupas de torcedores
- ✓ Troféus

Intercaladas entre os objetos, frases de famosos sobre clássicos

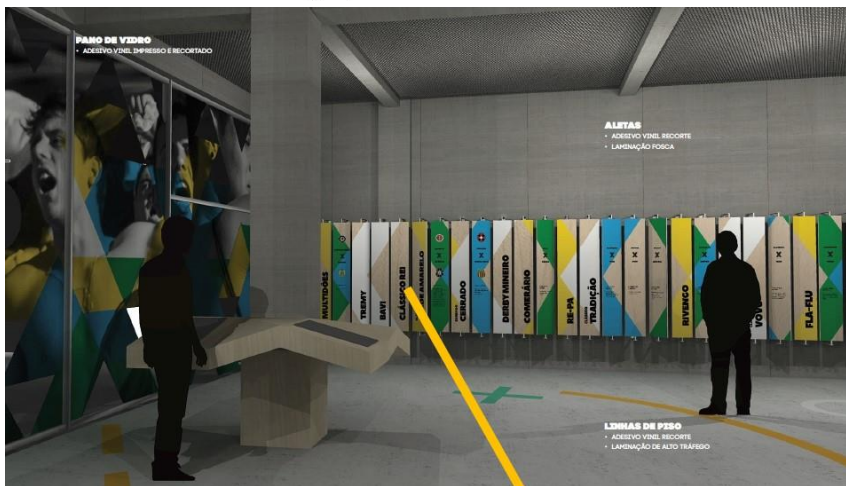


**Vista da área do Módulo 3:
Vitrine**

A vitrine é dupla-face e os objetos estarão dispostos sempre relacionando o time e seu rival.

Intercalado aos objetos, 4 TVs trarão seleção de histórias de torcedores comuns, todas relacionadas a jogos clássicos.

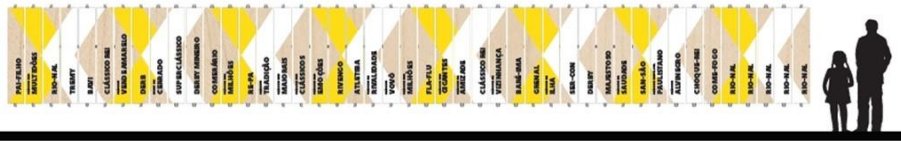
As histórias pertencem ao acervo do Museu do Futebol e foram extraídas da coleção "Futebol da Gente", projeto realizado com visitantes do Museu em 2014.



**Vista da área do Módulo 4:
Interativo: Almanaque dos
clássicos**

Trará curiosidades, nomes engraçados e um totem multimídia com a história de 63 clubes de todos os estados brasileiros. E uma surpresa: para navegar nesse totem, o visitante escolhe um time e, obrigatoriamente, um adversário.

Aletas com nomes curiosos: o visitante é atraído pelo nome e ao virar a superfície conhece: times, cidade-UF, história da origem do nome.



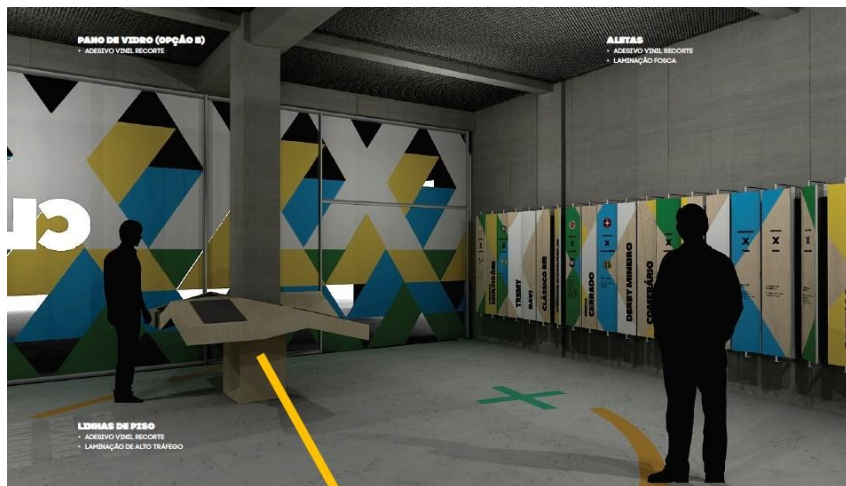
LAYOUT ALETAS FACE 1



LAYOUT ALETAS FACE 2



LAYOUT ALETAS FACE ALEATÓRIAS



Vista da área do Módulo 4:
Interativo: Almanaque dos clássicos

Totem com 4 telas touch.
O visitante navegará por conteúdos de 63 clubes de 27 estados brasileiros, acessando: estatísticas dos confrontos, fotos, vídeos, "memes", recortes de imprensa, cantos de torcidas e muito mais.



Seqüência de telas de navegação do totem (estudo preliminar).



A fachada de vidro receberá uma aplicação em adesivo translúcido e recortado. Desse modo, haverá a entrada de luz natural na exposição. A imagem chamará a atenção do visitante desde a área externa do Museu.