



RELATÓRIO ANUAL DE 2019
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 DO FUTEBOL

RELATÓRIO ANUAL DE 2019
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 DO FUTEBOL

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	4
METAS DE GESTÃO TÉCNICA	11
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	11
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	18
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE ACERVO	143
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	29
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	152
PROGRAMA EDUCATIVO	44
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA EDUCATIVO	156
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	111
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	252
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA	125
ANEXOS COMPROBATÓRIOS DAS METAS DO PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES	291
ANEXOS ADMINISTRATIVOS	331

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório desta Organização Social de Cultura (OS), relativo ao exercício de 2019, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de dezembro, detalhando as ações do 4º trimestre, período de 1 de outubro a 31 de dezembro, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

No ano de 2019 o IDBrasil completou o décimo primeiro ano de funcionamento do Museu do Futebol e celebrou a realização de uma grande exposição com repercussão na mídia em diversos veículos de comunicação: **"CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol"**. A realização dessa exposição contou com parcerias e patrocinadores para sua viabilização. Ainda em 2019, o IDBrasil atuou no fortalecimento de novas parcerias e na manutenção das relações institucionais. Destacam-se a captação do total de R\$ 4.2 milhões, somados os recursos de leis de incentivo, bilheteria, aportes diretos e cessão onerosa de espaços, ultrapassando a captação total do ano de 2018.

O Museu do Futebol recebeu, no 4º trimestre de 2019, 70.005 visitantes presenciais, totalizando 333.870 visitantes ao longo do ano, superando em 83.870 pessoas o número previsto para 2019. Seguindo a política de gratuidade do Museu, em consonância com a Secretaria da Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, 52,6% desse público teve acesso gratuito ao equipamento.

No **Programa de Gestão Executiva Transparência e Governança**, o trabalho de prospecção de patrocinadores e clientes para cessões (locações) eventuais dos espaços é realizado cotidianamente pelo IDBrasil e vem buscando maximizar as oportunidades que essas frentes representam na geração de receitas ao equipamento. Como resultado do ano, celebrou-se a conquista de novos patrocinadores (Lojas Terra, Cosesp, Banco Safra, E M S) e renovações de patrocínios (Itaú, Verde Asset e Pinheiro Neto) para a viabilização de atividades do Museu em 2020 e que fizeram aportes com o uso da Lei Federal de Incentivo à Cultura, bem como em favor do projeto da Lei Federal do Esporte "Com a Bola Toda: atividades esportivas no Museu do Futebol. Somando-se os aportes realizados por empresas ao longo do ano, com o uso de

benefícios fiscais de leis de incentivo e verba direta, obteve-se o montante de R\$ 1.453,7 mil. No que diz respeito à cessão onerosa de espaços para eventos no Museu, a receita em 2019 somou R\$ 572,8 mil. Ainda com relação ao trabalho de cessão onerosa para eventos, como forma de potencializar a divulgação do Museu do Futebol para essa finalidade, foi realizado, em novembro, evento de marketing voltado a profissionais de agências e de grandes empresas. Realizou-se em dezembro, campanha nas redes sociais do Museu para a conquista de doadores, pessoas físicas, e obteve-se como resultado 3 doadores e um total de R\$ 5 mil. A referida ação visou manter esse canal de contribuição financeira aberto, mas, em 2020, já no primeiro semestre, será estruturado o Programa de Amigos do Museu do Futebol. O IDBrasil superou também a expectativa de captação com receita de bilheteria, que atingiu R\$ 1.766,9 mil. Assim, em 2019, o desempenho na captação de recursos, alcançou mais de 173% da meta mínima anual prevista. Destaca-se ainda, o índice de satisfação dos visitantes do Museu, que permaneceu alto e, no trimestre, atingiu 94,0% no trimestre (93,4% no ano)

Ainda no Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança, em atenção às melhorias contínuas na sua gestão, em 2019 o IDBrasil implantou o Programa de Integridade. Esse programa, além de atender às normas anticorrupção estabelecidas pela Lei nº 12.846/13 (alterada pela MP nº 703/15), contribui para o aperfeiçoamento da gestão, com um ambiente de trabalho profícuo, com a valorização da diversidade e o estímulo à inovação.

O desenvolvimento do Programa de Integridade teve por objetivo reforçar e consolidar a cultura organizacional do IDBrasil e foi desenvolvido com o apoio da assessoria jurídica e consultoria externa. Este trabalho deu origem a um **Código de Ética e Conduta** que foi endossado pelo Conselho de Administração e Diretoria Executiva do IDBrasil. Os conceitos do *compliance* e as características e conteúdo do Código de Ética e Conduta foram transmitidos a toda equipe interna em uma série de reuniões e um exemplar do Código distribuído a cada colaborador.

O projeto deu origem à criação do **Comitê de Ética e Compliance** que tem por finalidade garantir a adoção e implementação do Programa de Integridade e decidir sobre processos internos de investigação de desvios, bem como sobre a aplicação de penalidades, interpretando e ajustando, quando necessário, o Código de Ética e Conduta.

Para dar suporte ao Comitê, foi criada a função de *Compliance Officer*, responsável pela condução de processos de investigação interna, pela implementação do Programa de Integridade e gestão rotineira de outras atividades nesta área. Cabe ao *Compliance Officer* também o apoio ao Comitê de Ética e *Compliance*.

Seguindo as melhores práticas de mercado, foi implementado um **Canal de Ética** mediante a contratação destes serviços com empresa externa especializada, que recebe denúncias anônimas ou não, preservando a confidencialidade e orientando as ações do IDBrasil neste campo.

O modelo de *compliance* adotado no IDBrasil vai além dos cuidados na observância de leis, decretos e normas e opta por reforçar valores, princípios e as melhores práticas.¹

No **Programa de Acervo, Conservação, Documentação e Pesquisa** o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou, em 2019, 2.824 atendimentos, sendo 2.482 presenciais. Desse total, destacam-se os 579 atendimentos a pesquisadores. Os acessos ao banco de dados somaram 3.748 usuários únicos, resultantes de uma busca orgânica, já que durante todo o ano não foi utilizada a ferramenta AdWords para divulgação. O ano também foi dedicado à pesquisa e desenvolvimento de conteúdo de seis exposições virtuais, uma temporária e duas grandes ações da programação cultural: o Futebol da Quebrada e o Pelé Mil Gols. No âmbito do desenvolvimento de atividades junto ao Educativo, o CRFB colaborou com o projeto Revivendo Memórias e com o desenvolvimento do kit “Bagagem Educativa” – projeto este em sinergia com a estruturação da coleção didática do MF.

Dentre as exposições virtuais, destaca-se a curadoria do projeto Museu do Impedimento, em parceria com o Google Brasil, que rendeu ao Centro de Referência novos acervos sobre o período de proibição do futebol feminino, bem como a valorização de pesquisas feitas em anos anteriores. Sobre este assunto, necessário destacar também a parceria do Museu com a Nike, na exposição a céu aberto, construída a partir da pesquisa e conteúdos elaborados pelo CRFB para o projeto Visibilidade para o Futebol Feminino, de 2015.

¹ Link de divulgação do Código de Ética e Compliance:

<http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2019/12/CO%CC%81DIGO-DE-CONDUTA-IDBR-2019-DEZ-WEB.pdf>

Link de divulgação do Canal de Ética:

<http://idbr.org.br/canal-de-etica/>

Em relação aos eventos promovidos pelo CRFB, destacam-se o “Encontro Futebóis: Pluralidade e Representatividade”, realizado no âmbito do “Projeto de Renovação Conceitual da Exposição de Longa Duração”, e os três workshops e maratonas de edição na Wikipédia, cujo impacto soma mais de 1.95 milhões de visualizações de verbetes. Além desses, o CRFB liderou, junto ao Comitê de Política de Acervos da UPPM, a realização de duas reuniões de discussão sobre a revisão da Lei de Direitos Autorais.

Por fim, destaca-se a ampliação do acervo do Museu do Futebol, através da digitalização de 15 coleções, que somaram 2.475 itens, com destaque para o acervo relativo ao futebol feminino.

O **Programa de Exposições e Programação Cultural**, em 2019, a Programação Cultural apresentou 70 eventos distribuídos ao longo de 137 dias, atingindo um total de 42.556 pessoas. Já no 4º trimestre, foram 23 eventos em 34 dias atingindo um público de 8.145 pessoas. A programação contou com ações que já são reconhecidas pelos visitantes como o “Férias no Museu” que aconteceu nos meses de julho e dezembro, o Festival de Cinema – Cinefoot, e o Encontro de Colecionadores de Figurinhas que vem atraindo grupos interessados nas trocas de figurinhas, esse evento ocorre a cada 15 dias na área externa do Museu. Esses tipos de eventos atraem um bom público, assim como transmissões de jogos decisivos de campeonatos como a final da Libertadores e a do Mundial Interclubes, que neste final de semestre trouxe para o espaço externo por volta de 1.500 pessoas em dois dias de exposições.

Ao longo de 2019, destacamos três eventos relacionados a games de futebol que trouxeram para o Museu um público bem específico ligado a esse nicho; os próprios competidores, seus fãs e amantes do vídeo game. Com narrações ao vivo, esses campeonatos de games aconteceram na sala Jogo de Corpo e um deles foi realizado no Foyer, antes da transmissão da final da Libertadores entre os times Flamengo e River Plate.

O **Programa Educativo** atendeu ao longo do ano de 2019 um total de 45.029 pessoas em que desse montante, 76% compreende um público oriundo de visitas educativas agendadas. No 4º trimestre o número de visitantes atendidos foi o de 11.359 pessoas.

Ao longo do ano, os educadores atenderam 20.638 alunos de escolas públicas e particulares. Além disso, foram realizadas ações para público específico como, por

exemplo, jovens e adolescentes, pessoas em situação de vulnerabilidade social, pessoas com deficiência, idosos, turistas e público geral, atendendo um total de 13.285 pessoas.

A partir do patrocínio da Evonik e da Verde Asset, o Núcleo Educativo pôde oferecer ônibus e lanches para grupos indicados anteriormente por cada uma das empresas, possibilitando o acesso ao Museu do Futebol e proporcionando uma visita educativa à públicos diversificados.

Ainda em 2019, foram realizadas 181 ações para público espontâneo como atividades, dinâmicas e jogos, atendendo um total de 4.459 pessoas. Foram 3.381 visitantes atendidos em 232 visitas educativas oferecidas em finais de semana e feriados ao longo do ano. Além disso, 3.130 pessoas participaram das visitas conjugadas ao estádio do Pacaembu.

Através das quatro ações extramuros realizadas em 2019, o Educativo atendeu 499 pessoas de variados perfis. Assim, o Educativo contribuiu para disseminação dos conteúdos presentes nas exposições e nas pesquisas desenvolvidas pela instituição ultrapassando as barreiras físicas.

O projeto "Deficiente Residente", nesta temporada com foco em pessoas amputadas, produziu três atividades: o quarto volume da série "Museu do Futebol para Todos", desta vez em formato de revista esportiva, divulgando diferentes futebóis praticados por pessoas com deficiências; o Quiz Futebóis, jogo de perguntas e respostas; e o "Artilheiro Adaptado – Futebol de Amputado", que promove uma vivência com os visitantes com o futebol praticado pelo residente Alex.

O **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** teve entre os seus resultados em 2019 um total de 2.946 inserções sobre o Museu do Futebol em veículos de imprensa. Considerando apenas o 4º trimestre, somou 852 menções em conteúdos editoriais (mídia espontânea), sendo 57,5% em veículos online, 7,5% em mídia impressa, 31% em emissoras de rádio e 4% em programas de TV.

Os perfis do Museu nas redes sociais obtiveram, no ano, 20.448 novos seguidores e, no trimestre, conquistaram 5.008 novos seguidores. Em 31 de dezembro de 2019, todas as contas da instituição somavam um total de 131.732 seguidores.

Já o site do Museu do Futebol registrou 281.394 visitantes únicos ao longo de 2019, e 52.702 considerando apenas o trimestre. Já o hotsite da exposição "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol" contou com 162.935 visitantes únicos desde o seu

lançamento até o final da mostra, em 20 de outubro. Ao longo de 2019, além do trabalho contínuo de assessoria de imprensa, das postagens diárias nas redes sociais e atualização constante do site institucional, foram feitos disparos de newsletters mensais e e-mails marketing pontuais sobre as atividades do Museu para o mailing institucional composto atualmente por 106.903 contatos válidos.

No campo do Desenvolvimento Institucional, foram fechadas diversas parcerias ao longo do ano e feito trabalho permanente de prospecção de patrocínios em apoio ao Eixo de Financiamento e Fomento do Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança. Além das nove parcerias com veículos de comunicação, destacam-se as parcerias com a Nike e com o Google firmadas em 2019. A ativação realizada com Nike ocupou com conteúdo sobre futebol feminino todos os espaços publicitários da Av. Paulista, na semana do Dia Internacional da Mulher, em março, e a parceria com o Google envolveu a realização da campanha online intitulada “Museu do Impedimento”, em junho, que teve como objetivo coletar acervos de indivíduos do mundo todo relativos ao período em que o futebol feminino foi proibido às mulheres.

O **Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e Segurança** realizou, em 2019, manutenção de equipamentos, instalações e suporte a todas as áreas do Museu. Dentre eles, aquisição de novos extintores e equipamento para fácil transporte e manuseio dos mesmos, instalação de cortinas de ar com o objetivo de manter a temperatura no espaço expositivo, evitando a sobrecarga dos equipamentos de ar condicionado, melhorias na parte elétrica a partir, elaboração e desenvolvimento de Plano de Segurança da instituição, controle de pragas e outras ações que visam a manutenção, conservação e segurança predial e dos funcionários.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA

Museu do Futebol	IDBRASIL Cultura Educação e Esporte - IDBR
CG: 04/2016	TA: 4º

QUADRO RESUMO PARA RELATÓRIO/PARECER ANUAL – 2019

(I) CONFORMIDADE	2019	FONTE	Observação OS
Orçamento previsto para RH (R\$)	7.649.271	Plano Orçamentário	
Total despendido com RH (R\$)	7.333.159	Plano Orçamentário	
Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	896.616	Plano Orçamentário	
Total despendido com diretoria (R\$)	871.609	Plano Orçamentário	
Número de empregados CLT (em 31/12/2019)	74	Relatório Sintético de RH	
Número de demissões em 2019	14	Relatório Sintético de RH	
Total despendido com rescisões em 2019 (R\$)	36.466	Informado pela OS	
Percentual limite para gastos de RH	70	CG /último TA	do total anual das despesas previstas no Plano de Trabalho. (despesas totais previstas em 2019 = R\$ 11.441.761)/ gasto efetivo = R\$ 6.384.674 demais funcionários + R\$ 76.876 com estagiários.
Percentual limite para gastos de Diretoria	15	CG /último TA	do total anual das despesas previstas no Plano de Trabalho. (despesas totais previstas em 2019 = R\$ 11.441.761)

(II) EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2019	FONTE	Observação OS
Nº de mensurações pactuadas previstas	30	Plano de Trabalho	
Nº de mens. pactuadas integralmente cumpridas (>=100%)	30	Plano de Trabalho	
Nº de mensurações condicionadas	27	Plano de Trabalho	
Nº de mens. condicionadas integralmente cumpridas (>=100%)	4	Plano de Trabalho	
Índice de satisfação do público/aluno	93,32%	Plano de Trabalho	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.

(III) PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS	2017	2018	2019	
Ação/público/etc	REALIZADO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO
Nº de exposições realizadas	0	2	2	1
Nº de eventos realizados	43	76	40	70
Público educativo	41.779	26.181	29.076	45.029
Público total	264.878	381.363	250.000	333.870

Fonte dos anos anteriores - <http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/>. Não alterar os dados apresentados relativos aos anos anteriores. Indicar em nota de rodapé, para cada item de 2019, o número das ações/mensurações do plano de trabalho que compõem o resultado apresentado. Para o realizado poderão ser somadas as realizações condicionadas, indicando em nota de rodapé o número da ação condicionada incluída.

(IV) A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?	() NÃO	() SIM
Em caso positivo, exemplifique:		

RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2019		
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 mensurações não executadas integralmente com justificativa aceita pela UGE		
UGE PREENCHER		
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)		

METAS DE GESTÃO TÉCNICA

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

A pesquisa de público disponibilizada no totem eletrônico apontou que a avaliação do Museu permanece com alto índice de satisfação (94%). Os destaques do período couberam à renovação e à ampliação do patrocínio com o Banco Itaú, a renovação dos patrocínios da Verde Asset e do Pinheiro Neto Advogados, e a conquista de novos patrocinadores: Banco Safra, Lojas Terra e Cosesp.

O volume de captação até o momento atingiu 173% da meta mínima prevista para o ano e ressalta-se que esses recursos têm se tornado cada vez mais vitais para a promoção de atividades ao público e manutenção da estrutura da instituição.

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
1	(PGTG) Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	1.1	Dado Extra	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	1
					4º Tri	1	2
					META ANUAL	3	3
					ICM%	100%	100%
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc. (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	Valor mínimo de 26,61% de captação em relação ao repasse	1º Tri	530.000	630.887
					2º Tri	602.000	607.599
					3º Tri	620.000	1.023.120
					4º Tri	687.000	1.968.393
					META ANUAL	2.439.000	4.229.999
					ICM%	100%	100%
3	(PGTG) Pesquisa de Público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	> ou = 80%	94,4%
					2º Tri	> ou = 80%	92,3%
					3º Tri	> ou = 80%	92,6%
					4º Tri	> ou = 80%	94,0%
					META ANUAL	> ou = 80%	93,4%
					ICM%	100%	100%

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

Ação 1: Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais. (EIXO 3)

No quarto trimestre foi solicitada e aprovada a prorrogação de execução do **Plano Anual de Atividades do Museu do Futebol** no PROAC. Optou-se pela prorrogação do plano em razão de suas atividades previstas não constarem como metas pactuadas no Contrato de Gestão do Museu para o ano de 2020, pois tratam-se de ações de exposições temporárias, itinerantes e programação cultural. O Plano Anual foi prorrogado, com possibilidade de captação de recursos até 31/12/2020.

O planejamento do IDBrasil previu a inscrição de outro Plano Anual de Atividades no PROMAC, lei de incentivo municipal. Contudo, a Prefeitura de São Paulo abriu inscrições para essa lei apenas em 10 de janeiro de 2020. O edital sofreu alterações importantes que impactam na obtenção de 100% de incentivo fiscal ao Plano. Assim, o IDBrasil irá reavaliar suas possibilidades de enquadramento nesse plano.

Para cumprimento da meta, uma vez que o PROMAC não foi aberto em 2019, buscaram-se editais. O IDBrasil então inscreveu um projeto no edital da Brazil Foundation, concluindo a inscrição em fevereiro de 2020. A captura de tela da inscrição encontra-se abaixo:



O edital aportava até R\$ 100 mil em projetos voltados a educação e acessibilidade. O IDBrasil inscreveu seu Programa Educativo, solicitando recursos para melhoria de audioguias e recursos de acessibilidade.

Ainda que esteja fora do ano calendário de 2019, o IDBrasil solicita que a UPPM possa acatar a inscrição nesse edital como o cumprimento da meta prevista.

Ação 2: Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc. (EIXO 3)

Abaixo, comentam-se os resultados da prospecção de patrocínios ao Museu do Futebol, ocorridos no 4º trimestre:

As empresas que fizeram aportes com o uso da Lei Federal de Incentivo à Cultura no trimestre foram:

- O **Banco Itaú** que renovou o patrocínio pelo terceiro ano consecutivo e depositou R\$ 800.000,00 para a realização de atividades previstas no Plano Anual de Atividade do Museu do Futebol - 2020 incluindo a exposição temporária em homenagem ao Pelé;
- A **Verde Asset** também renovou o patrocínio, depositando R\$ 75.000,00;
- As **Lojas Torra** entrou como novo patrocinador, aportando R\$ 190.000,00;
- E a **Cosesp** – Companhia de Seguros do Estado de São Paulo também é um novo patrocinador, contribuindo com R\$ 43.816,24.

- Novo aporte do **Pinheiro Neto Advogados** de R\$ 22.122,83 ;
- O **Banco Safra** com R\$ 75.000,00
- **A E M S** já havia depositado R\$ 171.206,90 em setembro de 2019.

Com verba direta, no ano, obteve-se R\$ 40.000,00 do Banco Itaú e R\$ 40.000,00 da Pepsico, resultando o montante de R\$ 80.000,00 no ano.

No trimestre, destaca-se a compra de materiais para a melhoria da infraestrutura para eventos de terceiros (locações) e os eventos promovidos pelo Museu.

Visando à divulgação dos espaços para locação, foi realizado evento de marketing, em 07 de novembro, para agências de propaganda e de turismo, produtoras de eventos, profissionais de Recursos Humanos e de Comunicação e Marketing de grandes empresas. O evento foi em parceria com a empresa Palestra de Atleta - que forneceu sem ônus palestras do ex-jogador da Seleção Brasileira José Roberto e da maratonista Adriana Silva-, com a cervejaria Heineken e vinícola Salton e com a Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH), Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE) e Associação Brasileira de Comunicação (ABRACOM).

A tabela abaixo resume os resultados de captação de receitas do período:

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	378.335	446.749	451.356	490.455	1.766.895
Cessão de Espaço - mensal	93.243	93.242	93.243	97.345	377.072
Cessão de Espaço - eventual	144.110	63.117	210.533	155.102	572.862
Permutas	15.200	4.490	16.782	17.973	54.445
Patrocínios	-	-	80.000	-	80.000
Ministério dos Esportes - Plano 2019	-	-	171.207	97.122	268.329
Pronac - Plano Anual 2019	-	-	-	75.580	75.580
Pronac - Plano Anual 2020	-	-	-	1.034.816	1.034.816
TOTAL Captação trimestral	630.887	607.599	1.023.120	1.968.393	4.229.999
Indicativo de meta de Captação no período	530.000	602.000	620.000	687.000	2.439.000
Índice de cumprimento da meta no período	119,0%	114,6%	193,0%	371,4%	173,4%
Meta Captação Anual (26,61% sobre o valor do repasse)	2.439.000	2.439.000	2.439.000	2.439.000	2.439.000
Índice de cumprimento da meta do Ano	25,9%	24,9%	41,9%	80,7%	173,4%

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?



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



PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou 713 atendimentos, sendo 85 não-presenciais e 628 presenciais. Dentre os presenciais, 128 foram atendimentos a pesquisadores. O banco de dados obteve 1.277 acessos e a equipe incluiu 108 novas referências de acervos na plataforma.

Destaca-se a dedicação da equipe em projetos e ações junto a outros núcleos, como o desenvolvimento do conteúdo para a instalação Pelé Mil Gols, a participação do bibliotecário Ademir Takara no Seminário Revivendo Memórias (projeto do Educativo que conta com apoio do CRFB), e a elaboração de conteúdos para a “Bagagem Educativa” no âmbito da estruturação da Coleção Didática do MF.

Ainda, ressalta-se a parceria com o Centro de Preservação, Pesquisa e Referência do Museu da Imigração o mapeamento da Edição São Paulo da Copa dos Refugiados e Imigrantes de 2019 e a homenagem prestada pela comunidade do Complexo Esportivo do Campo de Marte ao Museu do Futebol, na figura das colaboradoras Camila Aderaldo e Ligia Dona (CRFB) e Mariana Chaves (Exposições e Programação Cultural).



Tal homenagem ocorreu no dia 15 de novembro durante o Maior Festival de Futebol Feminino de Várzea, organizado por eles e pela Liga Feminina, e teve como objetivo reconhecer pessoas e entidades que atuam na preservação, valorização e promoção do futebol feminino.

O CRFB, ainda, realizou novamente um workshop sobre edições na plataforma Wikipédia, seguido da terceira maratona de edições sediada no Museu do Futebol: a #WikiFutFeminino, cujos verbetes produzidos visaram abranger as jogadoras campeãs da Copa Libertadores da América – ação esta que contou com a parceria do grupo Wiki Movimento Brasil e a jornalista Olga Bagatini, e apoio do

DAZN.							
Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
9	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos	9.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	1	1
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	3	3
					ICM%	100%	100%
		9.2	Meta-Resultado	Número mínimo de profissionais atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	10	22
					3º Tri	10	13
					4º Tri	10	10
					META ANUAL	30	43
ICM%	100%	100%					
10	(PA) Produção de artigos no site do Museu	10.1	Meta-Produto	Número de artigos produzidos	1º Tri	2	5
					2º Tri	2	2
					3º Tri	2	3
					4º Tri	2	1
					META ANUAL	8	11
					ICM%	100%	137,5%
11	(PA) Submissão de artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	11.1	Meta-Produto	Número de artigos submetidos à publicação	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	2
					META ANUAL	1	2
					ICM%	100%	200%
12	(PA) Coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	12.1	Meta-Produto	Número mínimo de itens digitalizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	1.200	1.990
					3º Tri	200	286
					4º Tri	-	199
					META ANUAL	1.400	2.475
					ICM%	100%	100%
13	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	13.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%

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

Ação 9: Realização de workshops técnicos / palestras / oficinas

Justificativa da superação da meta 9.2

Pactuou-se o número total de 30 participantes, sendo 10 por workshop, considerando-se a especificidade do tema e do local de realização (biblioteca do CRFB). Contudo, a procura de participantes foi acima do esperado, e optou-se por abrir a oportunidade para mais pessoas participarem dos eventos realizados, sem impactar nos custos da ação. Por se tratar de uma meta mínima, sua superação é também desejável.

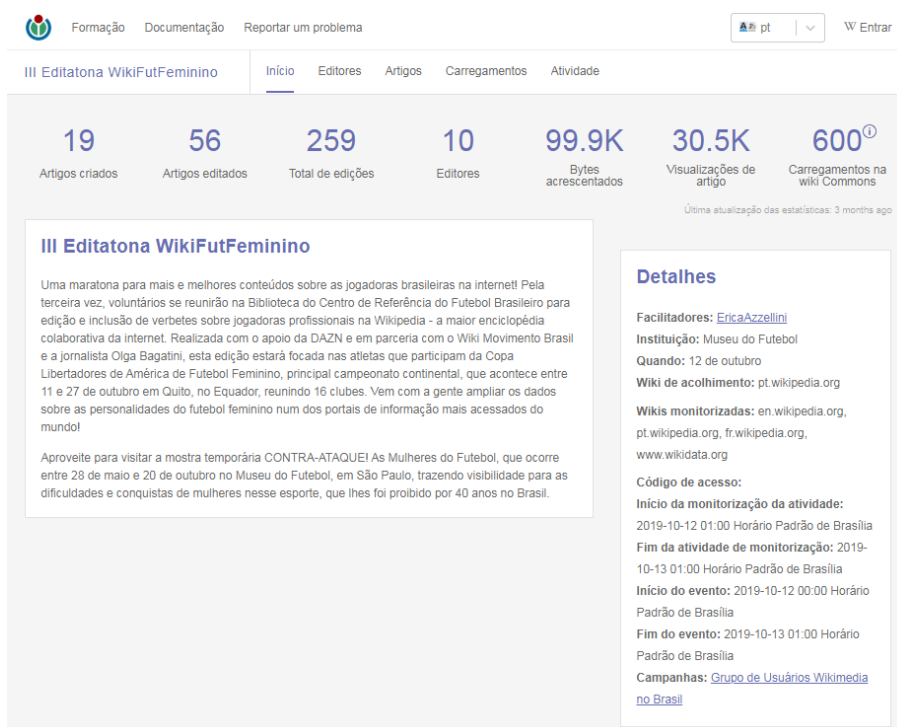
Detalhamento da ação 9.1

Neste trimestre, o Centro de Referência organizou a terceira maratona de edições promovida e sediada pelo Museu do Futebol: a Editatona #WikiFutFeminino. Realizada no dia 12 de outubro, contou novamente com a parceria do grupo Wiki Movimento Brasil e da jornalista Olga Bagatini. No ano, foram três maratonas atreladas à exposição temporária "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol".

A ação teve como objetivos fortalecer o uso da Wikipédia como um importante espaço de divulgação e visibilidade das mulheres do futebol e ampliar os dados disponíveis online sobre personalidades do futebol feminino a partir da edição, aprimoramento e criação de verbetes com fontes confiáveis e verificadas. A Wikipédia é o 5º portal mais acessado no mundo, e nele é notável a desigualdade em termos de representação de gênero: apenas 25% das biografias são sobre mulheres e 90% dos editores da Wiki são homens. Dessa maneira, novamente a ação também visou colaborar com a ampliação da representação feminina, tanto nas informações inseridas, quanto na mobilização de mulheres editoras.

Com oito horas de duração, o evento, com 10 participantes no total, foi dividido em duas etapas. A primeira parte foi dedicada a um Workshop realizado por integrantes do Wiki Movimento Brasil, em que foram abordadas informações sobre as plataformas Wiki (incluindo histórico, uso e alcance) e sua interação com outras plataformas (como migração e reutilização de dados da WikiData e da WikiCommons).

Na segunda parte, foram realizadas as edições, que tiveram como critério principal criar e melhorar os verbetes sobre atletas de times campeões da Copa Libertadores da América Feminina – cujas informações são bem precárias. Ao todo, 19 artigos foram criados e 56 editados por 10 editores, dentre os quais estiveram presentes jornalistas e blogueiros que se dedicam ao futebol feminino. Foram contabilizadas mais de 30.5 mil visualizações de artigos – número superior ao da segunda maratona, porém inferior ao alcançado na primeira, devido ao fato desta ter sido realizada num momento de grande visibilidade do futebol feminino: o começo da Copa do Mundo. Informações detalhadas sobre a maratona estão disponíveis na página no projeto, na própria Wikipédia: <https://tinyurl.com/wlxydgr>



Abaixo, fotos do evento:



Foto: Camila Aderaldo

Ação 10: Publicação de artigos no site do Museu

Justificativa da superação da meta 10:

A meta 10 teve o resultado superado devido à colaboração de terceiros, no primeiro e no terceiro trimestre. No início do ano, especialmente, para além da colaboração de terceiros, houve a otimização e o aproveitamento das pesquisas e dos dados já existentes sobre o referido tema, o que facilitou e impulsionou a elaboração dos textos. Essa superação não onerou o contrato de gestão.

Detalhamento da meta 10:

No 4º trimestre de 2019, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) produziu um artigo na plataforma de publicação de textos, Medium: <https://medium.com/museu-do-futebol>. De autoria do bibliotecário Ademir Takara, foi lançado durante as comemorações de aniversário de 50 anos do milésimo gol do Pelé, tema tratado pela programação cultural na instalação Pelé Mil Gols – que teve seu conteúdo desenvolvido pelo CRFB.

Centro de Referência do Futebol Brasileiro in Museu do Futebol
Nov 26, 2019 - 4 min read



Os caçadores do milésimo

E lá se vão 50 anos desde que, na noite de 19/11/1969, o moço da camisa 10 bateu um pênalti e colocou o arqueiro...

Nome do artigo: "Os caçadores do milésimo"

Link: <https://bit.ly/35XtDIIn>

Resumo: O artigo, produzido pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), aborda a jornada de diversos historiadores, jornalistas e pesquisadores em encontrar dados sobre os 1.000 gols do maior atleta brasileiro de todos os tempos.

Ação 11: Submissão de artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)

Justificativa da superação da meta 11:

A meta 11 teve o resultado superado devido à realização de pesquisa em parceria com o Museu da Imigração, dedicada a mapear referências relacionadas à Copa dos Refugiados e Imigrantes de 2019, e que gerou ao final um artigo feito pela equipe do CRFB, Ligia Dona e Marcus Ecclissi, e o pesquisador Thiago Haruo do CPPR. A superação não onerou o contrato de gestão.

Detalhamento da meta 11:

No 4º trimestre de 2019, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) publicou dois artigos em sites de terceiros. Ambos trazem contribuições para o mapeamento e conhecimento histórico dos diferentes "futebóis" que fazem parte das diferentes manifestações do futebol enquanto patrimônio cultural.

Um dos textos, publicado no site parceiro Ludopédio, teve autoria de Marcus Ecclissi (estagiário do CRFB) em parceria com Everton Cassimiro (antigo estagiário do

CRFB). Ele trata sobre a memória da participação dos negros no futebol do início do século XX, bem como eventos relacionados ao protagonismo negro, trazendo narrativas apagadas pela história oficial desse esporte – movimento fundamental para criar e organizar fontes para estudo não apenas do futebol, de maneira geral, mas do racismo nele presente.

O segundo texto, por sua vez, foi desenvolvido a partir de uma parceria com o Centro de Preservação, Pesquisa e Referência (CPPR) do Museu da Imigração para mapeamento da Etapa São Paulo da Copa dos Refugiados e Imigrantes de 2019. O artigo traz observações coletadas e registradas a partir das pesquisas de campo, bem como uma perspectiva histórica e social das migrações contemporâneas e a situação dos refugiados no Brasil – contexto que explica a importância, inclusive política, da Copa dos Refugiados.

Segue abaixo o resumo de cada publicação.



Nome do artigo: Futebol e reparação. Um texto sobre trajetórias negras apagadas

Link: <https://www.ludopedio.com.br/arquivancada/futebol-e-reparacao-um-texto-sobre-trajetorias-negras-apagadas/>

Resumo: O texto apresenta histórias do futebol paulista no início do século XX, resgatando narrativas do povo negro que foram apagadas e esquecidas com o passar dos anos. Ao tratar sobre o Club Athletico Brasil, a Associação Athletica São Geraldo, os jogos comemorativos “Preto contra Branco” e o jogador Petronilho de Brito, é possível dar a conhecer a experiência de pessoas negras que ativamente contribuíram para o desenvolvimento da cultura e do futebol na capital paulista.



Nome do artigo: 'Não fique calado, é hora de gritar gol': a Copa dos Refugiados e Imigrantes em 2019

Link: <https://www.migramundo.com/nao-fique-calado-e-hora-de-gritar-gol-a-copa-dos-refugiados-e-imigrantes-em-2019/>

Resumo: O texto traz um relato da Etapa de São Paulo da Copa dos Refugiados e Imigrantes de 2019, ao mesmo tempo em que traz um panorama da realidade dos imigrantes no Brasil, traçando um histórico do processo de mudança do perfil de pessoas que chegam ao país, além do desenvolvimento de entidades e organizações que atendem os estrangeiros imigrantes e sua relação com o poder público, sem esquecer-se de trazer a origem e o crescimento da Copa dos Refugiados, que em 2019 chegava a sua 6ª Edição.

Ação 12: Coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital

Justificativa da superação da meta 12:

Conforme relatado no terceiro trimestre, a superação desta meta deu-se como consequência das atividades de pesquisa realizadas no âmbito da exposição "**CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol**" e do projeto Museu do Impedimento, em parceria com o Google Brasil. Para ambos projetos, foram contatadas pessoas (entre jogadoras, jornalistas, familiares e personalidades relacionadas ao futebol feminino) que emprestaram ao museu seus acervos para digitalização. Por se tratar de uma meta mínima, sua superação é desejável. A superação não onerou o contrato de gestão.

Detalhamento da meta 12:

Neste trimestre, foi finalizada a digitalização de 199 itens pertencentes ao acervo da ex-jogadora Michael Jackson. A atleta foi contatada durante a pesquisa para o projeto Museu do Impedimento, e disponibilizou seu acervo para a digitalização. Parte desse trabalho foi realizada visando o desenvolvimento de exposição virtual no Google Arts & Culture, tendo sido gradualmente executado durante os meses subsequentes.

Segue abaixo dois exemplos de itens digitalizados:



Ação 13: Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos

Detalhamento da meta 13:

Neste trimestre, foi realizada uma parceria com o Museu da Imigração, através de seu Centro de Preservação, Pesquisa e Referência para referenciamento da Etapa São Paulo da Copa dos Refugiados e Imigrantes de 2019. Em uma ação inédita entre as duas instituições, a pesquisa de campo foi realizada por ambas as equipes, envolvendo o acompanhamento de fases da competição e a gravação de entrevista com uma das lideranças da organização da Copa dos Refugiados, Abdul Syrien. Essa pesquisa contribuiu para a ampliação do acervo digital do MF, bem como para o

aprofundamento de informações acerca da Copa dos Refugiados, mapeada em 2014 no âmbito da Rede de Futebol e Cultura, incorporando novas referências. Todo esse processo também colabora na qualificação de temas que pertencem ao espectro “futebóis” e sua relação com os direitos humanos, que vem sendo abordado pelo Museu nos últimos tempos.

A Copa dos Refugiados de 2019 foi a sexta edição do evento e ocorreu em diferentes estados do Brasil, como Rio Grande do Sul, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo. Mais de 200 refugiados e imigrantes participaram da edição paulista, que teve início na manhã de sábado, dia 05 de outubro. Com o tema “Reserve Um Minuto para Ouvir Uma Pessoa que Deixou o Seu País”, o evento foi organizado pela ONG África do Coração, em parceria com a Agência da ONU para Refugiados (Acnur) e com a Organização Internacional para as Migrações (OIM).

Na edição de São Paulo de 2019, os atletas se organizaram de acordo com suas nações formando as seleções de Guiné-Bissau, Tanzânia, Líbano, Mali, Venezuela, Camarões, Coreia do Sul, República Democrática do Congo, Togo, Colômbia, Haiti, Gâmbia, Angola, Nigéria, Níger e Benin. Os times começaram a se enfrentar em jogos eliminatórios às nove horas da manhã e seguiram até as 19h30 do sábado, com as equipes vencedoras se classificando para a próxima fase que ocorreria no dia seguinte. As semifinais foram disputadas no domingo, dia 13 de outubro, enquanto a final foi realizada no estádio do Pacaembu, no dia 20 do mesmo mês.

Os eventos acompanhados pela equipe CRFB e CPPR incluem a cerimônia de abertura (realizada no auditório do Museu do Futebol no dia 04/10), o primeiro dia de jogos (que ocorreu no campo Centro Olímpico de Treinamento e Pesquisa, localizado no Ibirapuera, no dia 05/10) e o jogo final (realizado no Estádio do Pacaembu no dia 20/10). A entrevista com Abdul, por sua vez, foi feita após o término do campeonato, no dia 13/11.

Foram produzidas 207 audiovisuais (entre fotografias e vídeos), dois relatos de campo (em fase de revisão), um texto publicado no portal MigraMundo e a entrevista, que ainda será transcrita.

Segue abaixo fotos:



Fotos: Ligia Dona

Segue abaixo print da catalogação no banco de dados:

COPA DOS REFUGIADOS 2019 VOLTAR

Início
05/10/2019

Término
20/10/2019

Local
São Paulo, São Paulo, Brasil

tipo de evento
Campeonato

edição
6ª

Ajude-nos a aprimorar este conteúdo.

A Copa dos Refugiados de 2019 foi a sexta edição do evento e ocorreu em diferentes estados do Brasil, como Rio Grande do Sul, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo. Mais de 200 refugiados e imigrantes participaram da edição paulista, que teve início na manhã de sábado, dia cinco de outubro.

Com o tema "Reserve Um Minuto para Ouvir Uma Pessoa que Deixou o Seu País", o evento foi organizado pela ONG África do Coração, em parceria com a Agência da ONU para Refugiados (ACNUR) e com a Organização Internacional para as Migrações (OIM).

Na edição de São Paulo de 2019, os atletas se organizaram de acordo com suas nações formando as seleções de Guiné-Bissau, Tanzânia, Líbano, Mali, Venezuela, Camarões, Coreia do Sul, República Democrática do Congo, Togo, Colômbia, Haiti, Gâmbia, Angola, Nigéria, Níger e Benin. Os times começaram a se enfrentar em jogos eliminatórios às nove horas da manhã e seguiram até às 19h30 do sábado, com as equipes vencedoras se classificando para a próxima fase que ocorrerá no dia seguinte. As semifinais foram disputadas no domingo, dia 13 de outubro, enquanto a final foi realizada no estádio do Pacaembu, no dia 20 do mesmo mês.

Depois da etapa de São Paulo, os campeões de cada região se enfrentaram em um torneio no Rio de Janeiro.

Acervo Relacionado (4)
veja mais informações

Personalidades Relacionadas (1)
veja mais informações

Instituições Relacionadas (4)

- JR para Refugiados ACNUR
- MUSEU DO FUTEBOL
- ÁFRICA DO CORAÇÃO
- COPA DOS REFUGIADOS

ANEXOS (1)

MUSEU DA I ... PAULO

O texto publicado no portal MigraMundo pode ser acessado em:
<https://www.migramundo.com/nao-fique-calado-e-hora-de-gritar-gol-a-copa-dos-refugiados-e-imigrantes-em-2019/>

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2019)

As exposições virtuais na plataforma Google foram realizadas no terceiro trimestre, conforme informado no relatório do período.

O público presente no museu ultrapassou a meta neste 4º trimestre devido ao grande número de eventos realizados, foram 23 eventos no total, e ao sucesso da exposição temporária "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol". Ressaltamos que as atividades contaram com ótima repercussão da mídia espontânea, e um grande esforço do núcleo de Comunicação, acionando as redes sociais do equipamento.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
20	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute	20.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	3	6
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	3	6
					ICM%	100%	200%
21	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	21.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes recebidos	1º Tri	53.300	70.029
					2º Tri	65.800	81.070
					3º Tri	69.200	112.766*
					4º Tri	61.700	70.005
					META ANUAL	250.000	333.870
					ICM%	100%	100%

*valor retificado em outubro, referente à visita de setembro

Ação 20: Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute

Justificativa da superação da meta 20.1

Como relatado no relatório do terceiro trimestre de 2019, a meta foi superada devido ao contexto da elaboração do “Museu do Impedimento” projeto realizado em parceria com o Google Arts & Culture que consistiu na elaboração de três mostras virtuais. No entanto, devido ao grande volume de acervos obtidos através das jogadoras Marileia dos Santos, a Michael Jackson e os resultados alcançados com a campanha, o Google solicitou a elaboração de mais três mostras com o objetivo de divulgar o acervo da ex-jogadora. A superação da meta não onerou o contrato de gestão nem a equipe.

Ação 21: Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol

Justificativa da superação da meta 21.1

A meta de visitantes superou o estimado em mais de 100% no ano de 2019 devido a alguns fatores consideráveis como a exposição temporária Contra Ataque: As mulheres do futebol - em exibição de maio a outubro de 2019 que trouxe o tema do futebol feminino, em pleno ano de Mundial Feminino da FIFA, dessa vez na França. A importância do tema levantou muito interesse da mídia, que mostrou a força do assunto atingindo outros públicos, de mulheres a pessoas que não se interessam pelo futebol masculino mas encontram na prática feminina uma boa causa para acompanhar. Além da exposição temporária, as exibições de jogos em telões na área externa, junto com eventos interligados ao tema trouxe também muitos boleiros interessados. Os jogos da Copa América também trouxeram muitos visitantes que assistiam às partidas dentro do Museu, na sala Jogo de Corpo.

Atividades de Programação Cultural, viabilizadas como metas condicionadas também trouxeram público adicional ao previsto originalmente, contribuindo com 42.556 visitantes.

AÇÕES CONDICIONADAS

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

No 4º trimestre, as ações condicionadas continuaram centradas na oferta de ações de Programação Cultural. Foram 23 eventos, em 34 dias de atividades que atraiu um público de 8.145 pessoas. Destaque para as duas exposições de jogos na área externa que trouxe um ótimo público, além do programa Férias no Museu em dezembro, que em 12 dias recebeu 1.418 pessoas nas suas atividades. As atividades da Programação Cultural no ano trouxeram 42. 556 visitantes ao Museu.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
22	(PEPC) Realização de Eventos da Programação Cultural	22.1	Meta-Produto	Número de eventos realizados	1º Tri	10	11
					2º Tri	10	18
					3º Tri	10	18
					4º Tri	10	23
					META ANUAL	40	70
					ICM%	100%	175%
23	(PEPC) Realização de Exposições temporárias	23.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	2	1
					ICM%	100%	50%
24	(PEPC) Renovação da Exposição de longa duração do Museu do Futebol	24.1	Meta-Resultado	Número de ambiente renovados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-

25	(PEPC) Renovação da sinalização interna e externa do Museu do Futebol	25.1	Meta-Produto	Número de ambientes com a sinalização renovada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	2	4
					META ANUAL	4	4
					ICM%	100%	100%
26	(PEPC) Aquisição de Nobreak trifásico de 10kva com banco de bateria, para redundância	26.1	Meta-Produto	Nobreak adquirido	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
27	(PEPC) Reformulação do aplicativo do Museu, com novas funcionalidade e publicação nas lojas online.	27.1	Meta-Produto	Aplicativo publicado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
28	(PEPC) Criação de um sistema de Fichário dos clubes, interativo, para substituição do fichário físico da exposição de longa duração.	28.1	Meta-Produto	Fichário implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 22: Eventos da Programação Cultural

Mensuração 22.1: Número de eventos realizados

Todos os eventos foram custeados com recursos oriundos de patrocínio via Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet). Abaixo, o resumo mensal e o detalhamento de público por evento.

Mês	Número de eventos	Número de dias com programação	Público Total
Outubro	7	10	3.196
Novembro	10	7	2.584
Dezembro	6	17	2.365
Total	23	34	8.145

Síntese dos eventos por mês

OUTUBRO

Data	Evento	Público	Local	Total do mês
05/10	115°Memofut	42	Auditório	3.196
08/10 a 12/10	Contação de Histórias – Associação Viva e Deixe Viver	1056	Vão Central do estádio	
12/10	Das Pioneiras ao Futuro do Futebol Feminino	94	Auditório	
12/10	Dia das Crianças / Comida de estádio / Futmesa	950	Foyer	
13/10	Dia das Crianças / Futmesa / Colecionadores de Figurinhas	750	Foyer	
19/10	Mulheres no Esporte: Liderando a discussão sobre a liberdade de gênero e inclusão social.	54	Auditório	
20/10	Lançamento Livro Fiori Gigliotti	250	Auditório	

NOVEMBRO

Data	Evento	Público	Local	Total do mês
05/11	TVila Programa ao vivo: Copa Martins Neto	40	Auditório	2.584
09/11	116º Memofut	35	Auditório	
09/11	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	90	Foyer	
19/11	Lançamento do livro "As jóias do Rei Pelé"	40	Grande Área	
20/11	Virada da Consciência Negra: Debates com Mesa Afro e No Ângulo	89	Auditório	
23/11	Virada Esportiva: Encontro de Colecionadores de Camisas e Exibição da final da Libertadores	2.000	Foyer e Vão Central	
24/11	Encontro de Colecionadores de Figurinhas com Panini	130	Foyer	
30/11	Futebol Callejero na Praça Charles Miller	160	Auditório e Praça Charles Miller	

DEZEMBRO

Data	Evento	Público	Local	Total do mês
07/12	117º Memofut	37	Auditório	2.365
07 e 21/12	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	180	Foyer	
11/12	Exibição do documentário: O Barulho do Som	17	Auditório	
10 a 13/12	Futsal Week Summit	213	Auditório	
21/12	Exibição final do Mundial de Clubes	500	Vão Central	
17 a 29/12	Férias no Museu	1.418	Foyer	

Dentre os eventos realizados, destacamos alguns abaixo:

- 1) **12/10/2019** - Programação Cultural atrelada a exposição *Contra-Ataque! As mulheres do Futebol*, foi realizada em parceria com o Portal Plano de Menina, o debate: "Das Pioneiras ao Futuro do Futebol Feminino". Convidadas como Milene Domingues (ex jogadora e hoje embaixadora do Corinthians, Julia Rosado (Juju Gol) e Sandra Santos (coach das equipes de base feminina do Santos), e mediação de Viviane Duarte (Portal Plano de Menina). Além disso, em comemoração aos Dia das Crianças, colocamos na área externa alguns jogos para as crianças e trouxemos em parceria com o Cultura de Boteco, barracas de comidas com a temática: "Comidinhas de Estádio".



Fotos: Mariana Chaves

2) 19/10/2019 - Programação Cultural atrelada a exposição *Contra-Ataque! As mulheres do Futebol*, foi realizada em parceria com a Chevening Sport Business Alumni, o seminário: “Mulheres no Esporte: Liderando a discussão sobre a liberdade de gênero e inclusão social”. O evento que durou o dia todo, foi dividido em mesas com as seguintes temáticas:

Mesa 1: Esporte feminino em geral – contou com Aline Pelegrino- ex-jogadora de futebol, atualmente Coordenadora do Departamento de Futebol Feminino da Federação Paulista de Futebol, Verônica Hipólito - velocista paraolímpica e a mediação de Maíra Nunes - Cobertura esportiva para o Correio Brasiliense e blog *Elas no Ataque*.

Mesa 2: Esportes na Inglaterra- com Joanna Crellin, Cônsul Geral e Trade Commissioner LATAC do DIT, representando o FCO, falou sobre os projetos do UK na promoção do esporte e na equidade de gênero no esporte, e também sobre os projetos esportivos que o UK promove, financia e incentiva no Brasil.

Mesa 3: Mídia e Esporte- com Angélica Souza e a Roberta Cardoso da Dibradoras – Canal feminino de cobertura esportiva.

Julia Rossi - Gerente de Estratégia e Implementação do DAZN Brasil.
Maria Eduarda Cardim - Cobertura esportiva para o Correio Brasiliense e blog *Elas no Ataque* e com mediação de Júlia Belas, Chevening Alumni

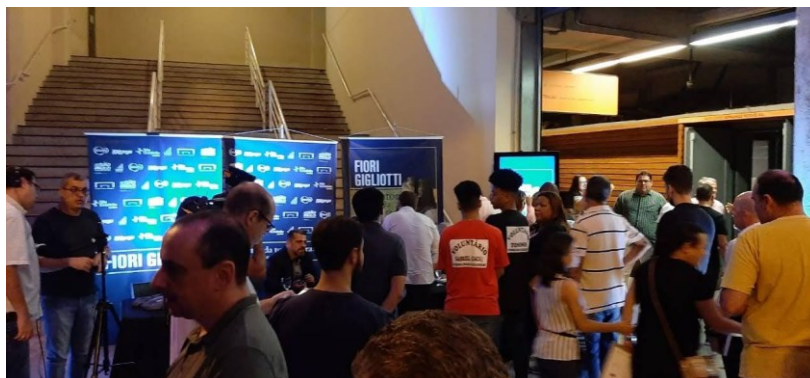
Conversa sobre a cobertura de esporte feminino, participação de mulheres na cobertura do esporte em geral.

Mesa 4: Mulher e Inclusão Social no Esporte- com Neide Santos - Projeto Vida Corrida, Fernanda Medeiros Garcia - Empodera Transformação Social Pelo Esporte, Carolina Santana - Rio Rugby Futebol Clube, e com mediação de Daniela Alfonsi - Diretora de Conteúdo do Museu do Futebol.



Fotos: Mariana Chaves

3) **20/10/2019** – Lançamento do Livro “Fiori Gigliotti – O Locutor da Torcida Brasileira”, da editora Onze Cultural. O evento abriu com um bate papo entre os dois filhos de Fiori, Marcelo Gigliotti e Marcos Pazzini, e os autores do livro, os jornalistas Mauro Betting e Paulo Rogério. Logo após a conversa, os autores receberam os convidados e distribuíram autógrafos.





Fotos: Mariana Chaves

- 4) **20/11/2019** – Virada da Consciência Negra – bate papo: “Caminhos para a Diversidade e inclusão racial no Mercado de Trabalho.” Em parceria com o festival Mesa Afro Brasil, formou-se uma mesa com profissionais atuantes e engajados no assunto, como Lina Nakata, do projeto GreatPlacetoWork, e representantes do Coletivo Coach e do Sebrae. A mediação foi feita por Cynara Batista, curadora do Mesa Afro Brasil, e ainda o evento ainda contou com a participação especial do Coral da Faculdade Zumbi dos Palmares fazendo a abertura e encerramento no auditório do Museu do Futebol.



Fotos: Mariana Chaves

- 5) **20/11/2019** – “Debate No Ângulo: O novo Fair Play Financeiro da CBF”, em parceria com o site No Ângulo, o evento trouxe o especialista e consultor da CBF Cesar Grafietti para apresentar uma série de definições a serem implementadas gradativamente nos próximos quatro anos pela CBF, definindo uma série de condições mínimas que permitam levar os clubes ao equilíbrio financeiro. O evento também contou com as análises do jornalista Rodrigo Capelo.



Fotos: Mariana Chaves

6) **23/11/2019** – Virada Esportiva- Encontro de Colecionadores de Camisas de Futebol com a temática “Libertadores”, foram exibidas mais de 20 camisas no varal temático estendido no vão central do estádio do Pacaembu, além dos colecionadores que se instalaram com suas peças mostrando diversos times que já jogaram nesse campeonato. Nesse mesmo espaço, fizemos o bate papo “Minha Copa Libertadores inesquecível”, onde foram ouvidas histórias de dentro e fora do campo, com Zé Elias, ex-jogador, Marcel Capretz cronista esportivo e a mediação do jornalista Luiz Nascimento da CBN.



Fotos: Mariana Chaves

7) **23/11/2019** – Virada Esportiva – Transmissão da final da Copa Libertadores da América entre Flamengo e River Plate. Com um telão instalado no Foyer do estádio, o Museu do Futebol recebeu um grande público para assistir ao jogo que levou o Flamengo a ser campeão do torneio. O Auditório foi aberto para os visitantes com prioridades; como adultos com crianças pequenas e de colo, idosos e deficientes.



Foto: Eduardo Gomes



Foto: Cassimano

8) 30/11/2019 - Encontro de Futebol de Rua na Praça Charles Miller – O principal objetivo foi integrar mais de 120 jovens que praticam a metodologia do Futebol Callejero - no campo, na quadra ou improvisado no asfalto, o futebol callejero pode ser jogado em qualquer lugar, o que faz dele a modalidade esportiva mais acessível em todo o mundo. Os 16 polos que compõe a Rede Paulista de Futebol de Rua se encontraram para jogar e celebrar um novo futebol com muito respeito, cooperação e solidariedade.



Fotos: Fabiana Lima

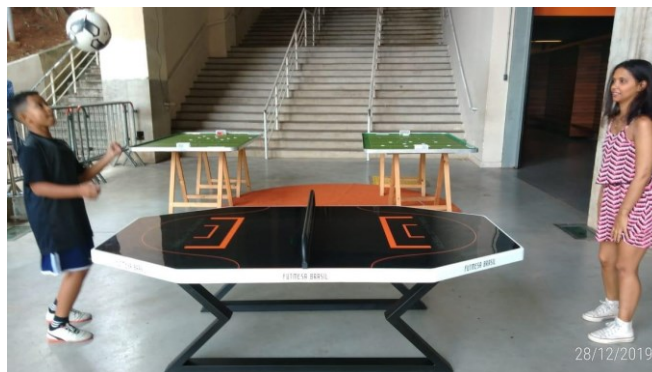
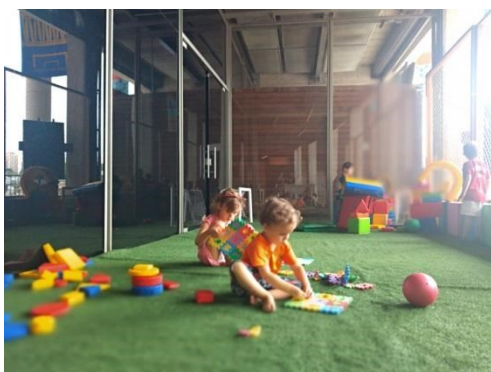
9) De 10 a 13/12/2019 - Futsal Week Summit – Em parceria com a Liga Paulista de Futsal, foram promovidos 4 dias de encontros para profissionais e amantes do esporte. Esses encontros reuniram grandes nomes da modalidade, entre treinadores, integrantes de comissões técnicas, dirigentes, ex-atletas e profissionais de comunicação e marketing.



Fotos: Fabiana Lima

10) 17/12/2019 até 26/01/2020 - Férias no Museu – O programa Férias no Museu sempre atraiu um grande número de visitantes, que vem em busca de diversão com a família nas diversas atividades propostas. As ações são gratuitas e acontecem na área externa do Museu.

A lista de atrações gratuitas inclui Futmesa, Futesinuca, Futebol de Botão, Esportes Olímpicos e Paralímpicos. Foi preparado um cantinho especial para atividades voltadas a bebês e crianças de 0 a 3 anos, como por exemplo Blocos gigantes de espuma e um circuito com obstáculos de EVA são algumas das brincadeiras que ficaram e ficam ainda à disposição para os pequenos.





Fotos: Fabiana Lima

Ação 25: Renovação da sinalização Interna e Externa do Museu do Futebol

Mensuração 25.1: Número de ambientes com a sinalização renovada

Todas as sinalizações foram custeadas com recursos oriundos de patrocínio via Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet). Abaixo seguem imagens da instalação das mesmas:

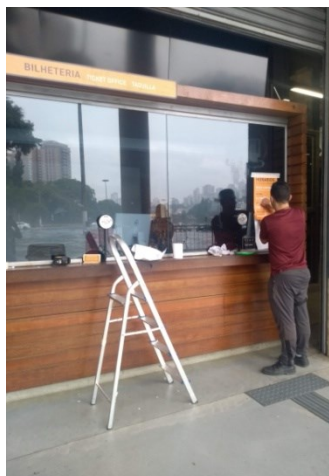
Área Externa:

- **Fachada:**



Fotos: Mariana Chaves

- **Bilheteria/ Guarda-volumes:**



Fotos: Mariana Chaves

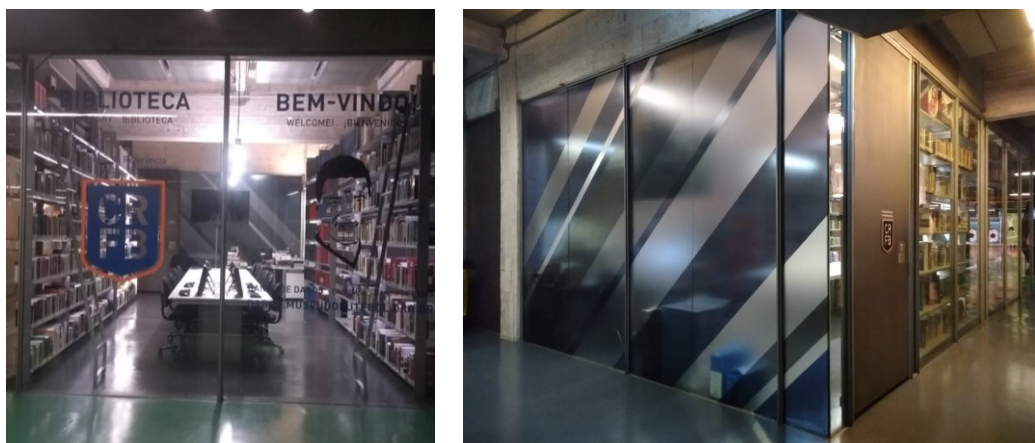
Área Interna:

- **Auditório:**



Foto: Mariana Chaves

- **Biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro:**



Fotos: Mariana Chaves

PROGRAMA EDUCATIVO

No quarto trimestre de 2019, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 11.359 pessoas, em visitas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. Do total de atendimentos do Educativo, 78% do público (8.838 visitantes) foi oriundo de visitas educativas agendadas. O projeto educativo *Deficiente Residente*, cujo foco este ano foi a deficiência física, apresenta seus resultados. O residente amputado Alex Firmino e a equipe de educadores e orientadores, juntamente com a Coordenação e Supervisão, desenvolveram três novos produtos, incluindo o quarto volume da série “Museu do Futebol para Todos”. Neste período, o Educativo realizou também duas ações extramuros: uma em um Núcleo de Convivência de Idosos, em Ermelino Matarazzo; e outra no Campo de Marte, durante a Liga Feminina de Futebol Amador. A pesquisa de perfil e satisfação (modelo SEC) confirma a excelência do atendimento dos estudantes e professores nas visitas mediadas pela equipe de educadores.

No total de 2019, o Educativo atendeu 45.029 pessoas, sendo 76% deste total oriundo de visitas educativas agendadas. Todas as metas para o período e para o ano foram atingidas integralmente.

TABELA-RESUMO DOS ATENDIMENTOS DO EDUCATIVO - 4º TRIMESTRE/2019

Engajamento	Perfil	Capacidade de Atendimento	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo Educativo
Visitas agendadas	Público Escolar	7.239	6.247	86%	55%
Visitas agendadas	Público Específico	7.921	2.591	33%	23%
Engajamento	Perfil	Perspectiva de Atendimento	Total realizado	% de realização	-
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Estádio do Pacaembu e ao Museu	Público Espontâneo	> = 300	947	100%	8%

Atividades educativas aos finais de semana/feriados	Público Espontâneo	> = 520	938	100%	8%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Museu	Público Espontâneo	> = 144	636	100%	6%
Total de público atendido pelo Núcleo Educativo			11.359	-	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
29	Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	29.1	Meta-resultado	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º trimestre	1.100	1.951
					2º trimestre	5.500	6.351
					3º trimestre	5.500	6.089
					4º trimestre	2.500	6.247
					META ANUAL	14.600	20.638
					ICM %	100%	100%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
30	Visitas educativas para público específico	30.1	Meta-resultado	Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)	1º trimestre	2.600	2.629
					2º trimestre	3.100	3.550
					3º trimestre	3.100	4.515
					4º trimestre	1.800	2.591
					META ANUAL	10.600	13.285
					ICM %	100%	100%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada

Item	Descrição	Código	Tipo	Objetivo	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					31	Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: pessoas amputadas	31.1
2º trimestre	-	-					
3º trimestre	-	-					
4º trimestre	3	3					
META ANUAL	3	3					
ICM %	100%	100%					
32	Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	32.1	Meta-produto	Quantidade de ações extramuros realizadas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	-	-
					2º trimestre	2	2
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	2	2
					META ANUAL	4	4
					ICM %	100%	100%
33	Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar - modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento de índices de satisfação	33.1	Meta-produto	Número de pesquisas realizadas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	-	-
					2º trimestre	1	1
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	1	1
					META ANUAL	2	2
					ICM %	100%	100%

					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	-	-
					2º trimestre	>= 80%	>= 80%
					3º trimestre	-	-
					4º trimestre	>= 80%	>= 80%
					META ANUAL	>= 80%	>= 80%
					ICM %	100%	100%
		33.2	Meta-resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)			
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	25	48
					2º trimestre	25	30
					3º trimestre	25	41
					4º trimestre	25	52
					META ANUAL	100	171
					ICM %	100%	171%
		34.1	Meta-produto	Número de visitas oferecidas			
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
					1º trimestre	300	705
					2º trimestre	300	581
					3º trimestre	300	897
					4º trimestre	300	947
					META ANUAL	1.200	3.130
					ICM %	100%	100%
		34.2	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes			
34	Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu						

35	Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	35.1	Meta-produto	Quantidade de atividades oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
					1º trimestre	30	43	
					2º trimestre	30	42	
					3º trimestre	30	48	
					4º trimestre	30	48	
					META ANUAL	120	181	
					ICM %	100%	151%	
			35.2	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
						1º trimestre	520	1.270
						2º trimestre	520	921
						3º trimestre	520	1.330
						4º trimestre	520	938
						META ANUAL	2.080	4.459
						ICM %	100%	100%
36	Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	36.1	Meta-produto	Número mínimo de visitas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
					1º trimestre	24	43	
					2º trimestre	24	79	
					3º trimestre	24	63	
					4º trimestre	24	47	
					META ANUAL	96	232	
					ICM %	100%	100%	

		36. 2	Meta- resultado	Número mínimo de público atendido	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
					1º trimestre	144	620	
					2º trimestre	144	1.091	
					3º trimestre	144	1.034	
					4º trimestre	144	636	
					META ANUAL	576	3.381	
					ICM %	100%	100%	
37	Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	37. 1	Meta- produto	Número de encontros (4h/cada)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
					1º trimestre	2	2	
					2º trimestre	-	-	
					3º trimestre	-	-	
					4º trimestre	-	-	
					META ANUAL	2	2	
					ICM %	100%	100%	
			37. 2	Meta- resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
						1º trimestre	20	136
						2º trimestre	-	-
						3º trimestre	-	-
						4º trimestre	-	-
						META ANUAL	20	136
						ICM %	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 29 – Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Comentário da mensuração 29.1: Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas

A meta foi atingida integralmente. No quarto trimestre de 2019, o público escolar foi responsável por 70% de todo o público agendado atendido pelo Educativo. As escolas municipais seguem representando a maior parte deste público, seguidas pelas escolas estaduais, escolas particulares e universidades. Em comparação ao trimestre anterior, observamos uma diminuição na quantidade de alunos oriundos de escolas municipais e um aumento no número de alunos oriundos de escolas estaduais. Por sua vez, a quantidade de público escolar oriundo de instituições privadas também diminuiu, ao contrário do que ocorreu, neste trimestre, com o público universitário, que segue, apesar do pequeno aumento, segue como o menor segmento dentro do público escolar atendido pelo Educativo.

No total do ano, o Educativo atendeu 17.421 visitantes oriundos de escolas municipais e estaduais, representando a maior parcela (51,4%) de todo o público agendado atendido durante o ano. Os visitantes oriundos de escolas particulares representaram, durante o ano, 8,7% de todo o público agendado, totalizando 2.938 estudantes. Já os universitários, por sua vez, totalizaram 279 visitantes em 2019. Contribuíram para esses dados três fatores importantes: (1) a parceria realizada com a Secretaria de Educação do Município de São Paulo, para quem reservamos, semanalmente, quatro horários (160 vagas) durante os dias úteis; (2) a assiduidade dessa parceria, já consolidada há anos, e que se mantém graças à grande utilização dos horários disponibilizados; e (3) a presença de dois educadores temporários que atuaram no museu com foco em atendimento ao público agendado durante o período de agosto a novembro. Com isso, foi possível abrir mais 40 vagas diariamente, o que impulsionou o número de público escolar atendido para o período. A superação da meta não impactou no orçamento.

Tabela 1 - Demonstração de vagas disponibilizadas (público escolar)

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)					
4TRI	Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
	29	7.239	7.239	6.247	86%
* público atendido					

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

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)					
Ação 29	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Outubro	1375	1039	531	13	2.958
Novembro	1490	820	121	26	2.457
Dezembro	374	458	0	0	832
Total realizado	3.239	2.317	652	39	6.247
Resultado Realizado	6.247				
Resultado mínimo previsto	2.500				
ICM (trimestre)	250%				



Figura 1 - O educador Jamil durante visita com público escolar

Ação 30 – Visitas Educativas para Público Específico

Comentário da mensuração 30.1: Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)

A meta foi atingida integralmente. No quarto trimestre de 2019, o número de visitas agendadas de público específico seguiu o esperado para o período. Já prevendo a natural queda da presença deste perfil de público no museu durante o quarto trimestre, o Educativo subsidiou, com o transporte, a visita de 16 grupos (587 visitantes). Esse subsídio foi possível graças ao patrocínio das empresas Verde Asset e Evonik que, durante o ano, cederam 30 ônibus para grupos realizarem visitas educativas ao museu. No período, o principal perfil de público atendido foi de crianças e adolescentes, ligados à ONGs e instituições sociais. Eles representaram 17% de todo o público agendado durante o período, totalizando 1.551 visitantes.

No total do ano, foram atendidos 13.285 visitantes deste perfil. Tal como no próprio trimestre, o público infanto-juvenil oriundos de ONGs e instituições sociais representou a maior parcela do perfil, sendo responsáveis por 25% de todo o público agendado atendido no período, totalizando 8.544 visitantes. Em seguida, o público em situação de vulnerabilidade ocupa a segunda posição, com 1.397 visitantes e o público oriundo de escolas de esporte, em terceiro, com 1.307 visitantes. Durante o ano, a parceria com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência impulsionou a presença de grupos de pessoas com deficiência no museu. No total, atendemos 974 pessoas com algum tipo de deficiência. A superação da meta não impactou no orçamento.

Tabela 3 - Demonstração de vagas disponibilizadas (público específico)

Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)					
4TRI	Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
	30	7.921	7.921	2.591	33%
* público atendido					

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

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)										
Ação 30	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto - Juvenil	Terceira idade	Institucional	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol	Total mensal
Outubro	59	117	565	0	44	0	0	5	83	873
Novembro	135	100	535	0	0	26	14	9	84	903
Dezembro	39	71	461	110	0	0	0	0	134	815
Total realizado	233	288	1561	110	44	26	14	14	301	2591
Resultado Realizado	2.591									
Resultado mínimo previsto	1.800									
ICM (trimestre)	144%									



Figura 2 - Educativo recebe grupo de idosos da Associação Brasileira de Alzheimer

Ação 31 – Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada: futebol de amputados (membros inferiores / superiores)

Comentário da mensuração 31.1: Número de novas atividades / roteiros criados

PROJETO DEFICIENTE RESIDENTE

Em 2019, dando continuidade à segunda temporada do projeto Deficiente Residente, o Educativo teve como foco trabalhar a deficiência física. Para tanto, optou por trabalhar com um jogador de futebol amputado.

Ao escolher trabalhar com um jogador de futebol pela primeira vez, o Educativo leva em consideração a importância do mapeamento dos mais diversos futebóis. A modalidade do futebol de amputados possui grande relevância no caminho de engajamento e recuperação da pessoa amputada no retorno ao convívio social. Além disso, imprime a importância da prevenção a acidentes de moto, a principal causa de amputação de membros.

No mês de julho, a Coordenação do Educativo realizou a seleção do residente para o projeto. Para tanto, contamos com apoio da Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência, que nos ajudou ao indicar alguns nomes para a seleção. O escolhido foi o Alex Firmino.

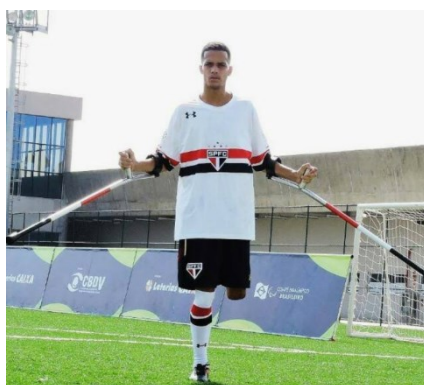


Figura 3 - O residente Alex Firmino

Alex tem 22 anos e atua pelo SPFC. Sua amputação ocorreu em fevereiro de 2017 quando precisou ser internado após um acidente de moto. No hospital, pegou uma infecção que o obrigou a amputar a perna. Para ele, futebol representa superação. Após perder a perna, imaginou que jamais poderia voltar a jogar bola, uma de suas atividades preferidas. Mas isso durou até ele conhecer o time Bola pra Frente, de Futebol de Amputados. Ele mora na zona sul, sozinho, mas perto da família, com quem conta quando precisa. Na convivência com a equipe do Museu, desejava quebrar um pouco sua timidez e trabalhar em equipe. Alex atuou no projeto de 15 de agosto a 15 de novembro.

Abaixo, segue entrevista realizada com ele, após sua contratação, para que a equipe pudesse conhecê-lo um pouco melhor antes do início do projeto.

Qual seu nome? Tem algum apelido?

Alex Sandro Firmino da Silva. Sem apelido.

Quantos anos você tem?

Tenho 22 anos.

Quais são as pequenas coisas que fazem o seu dia ser bom?

Gosto de sempre estar perto das pessoas que amo. Gosto muito do meu cachorro, ele me transmite muita paz e me faz feliz.

Quais as suas principais características?

Sou responsável, pontual e dedicado.

Quando passou pelo processo de amputação e qual o motivo?

Fevereiro de 2017. Sofri um acidente de moto. Fiquei 2 meses internado com fratura exposta. Em uma das cirurgias peguei infecção hospitalar e tive que amputar o membro inferior.

Quando conheceu o Futebol de Amputados e como foi o processo de adaptação?

Março de 2017. O início é sempre o mais difícil. A gente acaba pensando que não vai conseguir se adaptar, mas quando se tem o apoio da família e dos integrantes do time, você se sente capaz e dá seu melhor.

Para você o que significa jogar num time de Futebol de Amputado? Em que time joga?

Estar em um time de futebol de amputados para mim significa superação. Lembro que dias antes da cirurgia de amputação eu conversei com a psicóloga do hospital e ela me

perguntou o que eu sentiria falta da vida que eu tinha antes da cirurgia, e eu disse que seria jogar futebol, o que eu fazia todo fim de semana. E depois de apenas 1 mês fui apresentado ao time, o que me ajudou muito a superar o pós cirúrgico.

Quais os maiores desafios da sua vida no momento?

Agora que estou morando sozinho é ter independência financeira. Dependo muito dos meus pais em alguns momentos.

Qual é o seu maior sonho?

Meu sonho é ter um filho e conseguir comprar um carro.

Quais são as suas maiores qualidades?

Sou uma pessoa calma, gosto de pensar antes de agir. Acredito que seja meu ponto forte.

Quais são os pontos da sua personalidade que você acredita que podem ser melhorados?

Minha comunicação. No momento é uma barreira que estou tentando quebrar.

Você frequenta museus ou programas culturais? Lembra de algum(a) que conheceu e/ou que mais gostou?

Não frequento. O único museu que conheço é o do futebol.

O que você espera na convivência com a equipe do museu?

Espero que eu consiga desenvolver habilidades que tenho dificuldade. Acabar com a timidez e trabalhar em equipe.

Qual seu time de coração?

São Paulo Futebol Clube

Estrutura do Projeto

Para dar corpo ao projeto, a Coordenação do Educativo estabeleceu algumas linhas norteadoras que a equipe utilizou na convivência com Alex, quais sejam:

Mês 1 – Pertencimento

Mês 2 – Futebóis + espaço físico

Mês 3 – Produção do material “Museu do Futebol para Todos – v. 4”, contemplando os diversos futebóis: Amputados, Futebol de 5, Futebol Down, Futebol de Surdo, etc.

Apesar das linhas norteadoras, o cronograma com Alex foi construído diariamente, com questionamentos, reflexões e propostas que ele trazia à equipe ou que a equipe levava a ele.

O Projeto em ação

No primeiro mês de trabalho do residente Alex Firmino, a equipe do Educativo trabalhou o pertencimento. Juntamente com o residente, educadores e orientadores criaram e aplicaram dinâmicas e atividades que têm como objetivo desenvolver a percepção de que o espaço museológico pertence a todos os perfis de público, inclusive às pessoas com deficiência que, ou muitas vezes não têm acesso à cultura em seus bairros, ou por considerar o espaço desinteressante.



Figura 4 - A equipe com o residente Alex

Ao longo do primeiro mês, a equipe constatou que, tão significativa quanto a própria deficiência, a ausência de reconhecimento de manifestações da cultura impediu Alex de desenvolver hábitos próprios de consumo cultural. Dado disso é que a primeira vez em que veio a um museu, foi ao Museu do Futebol, para uma apresentação do

Futebol de Amputados, quando do evento em que se realizou a parceria com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência, em 2018 apenas.

Juntamente com a Orientação, além da participação em dinâmicas e atividades, Alex pôde vivenciar um pouco das rotinas dos orientadores no atendimento ao público. Esse exercício foi fundamental para auxiliar Alex a quebrar um pouco sua timidez no contato com os visitantes, tal como ele conta em seu relatório:

No segundo mês, a equipe buscou se apropriar mais do futebol de amputados, com vivências realizadas na área externa do museu, bem como procurou trabalhar com Alex os diversos futebóis.



Figura 5 - Alex com os orientadores

Apesar da definição das linhas norteadoras, suas temáticas acabaram por se entrelaçar o tempo todo. O espaço físico do museu foi alvo de análise do residente, a partir de diferentes percursos realizados na exposição de longa duração. É nesse momento que Alex atua como consultor, indicando onde e como podemos melhorar para receber bem um público com características físicas semelhantes a ele. Ao mesmo tempo, é seu papel fazer com que a equipe se coloque um pouco em seu lugar, tal como ele demonstra no relatório:

“Hoje na parte da manhã, fizemos uma visita no museu com um pouco mais de dificuldade para os educadores, subindo e descendo de muleta. Depois falei um pouco do futebol de amputados para um grupo que estava visitando o museu.” (02/10/2019).

“Na primeira atividade de hoje, foi de como é sensibilidade do estádio para qualquer tipo de deficiente, para a chegada ao estádio Pacaembu e o local de mais fácil locomoção para um deficiente se sentir bem. Depois andamos até o vestiário para ter um pouco mais do convívio dos atletas no vestiário.” (02/10/2019).

Já no mês de outubro, o aprendizado sobre outros futebóis foi se ampliando. A partir de pesquisas e visitas à Biblioteca do CRFB, Alex passou a conhecer mais outras modalidades do futebol:

“Hoje na parte da tarde tivemos uma conversa, ligada mais na parte de futebóis que foi bem interessante que tive a oportunidade de conhecer o livro do escrito Caio Vilela que é o livro chamado (Futebol sem fronteiras) que tem muitas imagens de pessoas jogando futebol em vários países diferente em pontos turísticos dos países. Depois debatemos um pouco sobre todos os futebóis que tem para deficientes.” (16/10/2019).



Figura 6 - Alex com os educadores no espaço expositivo

A partir da segunda metade de outubro, entrando em seu terceiro e último mês de trabalho, o foco da equipe juntamente com Alex foi o desenvolvimento dos produtos do projeto. Em conversa com Alex, definiu-se que o quarto volume da série “Museu do Futebol para Todos” seria em um formato de revista esportiva. E que toda a pesquisa realizada sobre outros futebóis poderia se transformar em um Quiz. Além disso, a atividade “Artilheiro Adaptado” ganhou um novo formato, agora com muletas.



Figura 7 - Alex com a equipe do Educativo durante desenvolvimento da cartilha

Já próximo ao encerramento, a Coordenação do Educativo, Ialê Cardoso e Marcelo Continelli, sentaram com Alex para ouvir dele um feedback sobre como estava avaliando sua participação no projeto até, fazendo uma retrospectiva desde o começo. Ele compartilhou esse momento em seu relatório:

“Para mim foi tudo maravilhoso se fosse por mim passava anos e anos com cada pessoal do museu. Fico sem palavras pra descrever o que sinto por cada pessoa aqui gostei de todos vou levar essa experiência pra sempre foi umas das melhores coisas que aconteceu em minha vida. Respondi todas as perguntas que eles fizeram para mim.”

Fechamento

Como atividade de fechamento, o Educativo convidou os colegas de time do Alex para, juntamente com ele, realizar uma visita ao espaço expositivo. Em seguida, Alex e equipe ofereceram o Artilheiro Adaptado com Muletas para o público.



Figura 8 - Alex com os colegas de equipe do Futebol de Amputados

Os produtos

1. A revista "Museu do Futebol para Todos – vol. 4"

A partir das pesquisas e da própria vivência com Alex, um jogador de futebol, a equipe de educadores e orientadores, juntamente com o residente, propuseram que o quarto volume da série fosse em um formato de revista esportiva, com o protagonismo voltado para Alex e o Futebol de Amputados. Não obstante, a revista também contempla outros futebóis por pessoas das mais diversas deficiências, tais como o Futebol de 5 (deficiência visual), o Futebol de Surdos, o Futebol Down, entre outros. Para tanto, uma extensa pesquisa sobre essas outras modalidades foi realizada. Antes de apresentarmos a proposta para o designer, ouvimos a opinião da Renata Beltrão, Assessora de Comunicação e Marketing, levando em conta sua expertise na área. O boneco do produto segue abaixo. Nesse momento, o material encontra-se em fase de produção do projeto gráfico junto ao designer Fabio Machado.



MFT

MODELO DE FOTO A SER VETORIZADO EM SOMBRA (bola no lugar da cabeça de outro jogador)

Outros Futebóis
Modalidades para quem ama o esporte

Alex Firmino
Saiba mais sobre nosso atleta de futebol de amputados

Crônicas
Museu do Futebol por Daniela Alfonsi
PAMF e Deficiente residente por Ialê Cardoso



Atualizar créditos e dados de catalogação

CONTRA-CAPA

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
GOVERNADOR - João Doria
SECRETÁRIO DE ESTADO DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA - Sérgio Sá Leitão
SECRETÁRIA EXECUTIVA - Cláudia Pedrozo
CHEFE DE GABINETE - Felipe Marron
COORDENADORA DA UPPM - Regina Célia Pousa Ponte

IDBRASIL - CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
PRESIDENTE - Carlos Antônio Luque
DIRETOR EXECUTIVO - Eric Alexander Klug
DIRETORA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA - Vistória Boldrin

MUSEU DO FUTEBOL
DIRETORA TÉCNICA - Daniela Alfonsi
ASSESSOR DE DIRETORIA - Marcio Guerra
COORDENADORA DO NÚCLEO EDUCATIVO - Ialê Pereira Cardoso
ASSISTENTE DE COORDENAÇÃO DO NÚCLEO EDUCATIVO - Marcelo Continelli
SUPERVISORES DO NÚCLEO EDUCATIVO - Ademir Soares, Daniel Magnanelli de Araujo e Tatiane de Oliveira Mendes

CARTILHA MUSEU DO FUTEBOL PARA TODOS VOLUME III
CONCEPÇÃO E ELABORAÇÃO - Angélica dos Santos Angelo, Bárbara Assumpção, Cláudia Stocco, Fernando Emerson de Araujo Costa, Ialê Pereira Cardoso, José Rodrigues Neto, Júlia Paccanaro Rosa, Marcelo Continelli, Patrícia Vieira Alves e Tatiane de Oliveira Mendes
PROJETO GRÁFICO E ILUSTRAÇÕES - Bernardo França
DIAGRAMAÇÃO E EDITORAÇÃO - Marcio Dalmaso e Hugo Takeyama
ASSISTENTE DE ARTE - Leonardo Maciel

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
Ademir Takara (CIPIS-7735) N°64
Núcleo Educativo do Museu do Futebol
Museu do futebol para todos : volume 3 / Núcleo Educativo do Museu do Futebol ; ilustração Bernardo França. -- São Paulo : IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, 2019. 16 p.
ISBN 978-85-67079-06-6 (Documento eletrônico)
1. Educação. 2. Educação - Museu. 3. Museu do Futebol. 4. Libras
I. Título. II. França, Bernardo
CDD 370 CDU 376



IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
NÚCLEO EDUCATIVO DO MUSEU DO FUTEBOL
MUSEU DO FUTEBOL PARA TODOS

VOLUME IV
SÃO PAULO/SP
2019



Sumário

FUTEBOL DE AMPUTADOS
Principais regras da modalidade

PELO MUSEU DO FUTEBOL
Entrevista com o jogador de Futebol de Amputados Alex Firmino: Olhares e reflexões durante o período de residência

O GOL DA MINHA VIDA
Alex Firmino e gol que marcou sua carreira

ATLETA MFT
Conheça Alex Firmino dentro e fora de campo

OUTROS FUTEBÓIS?
Conheça variações do futebol para pessoas com deficiência e algumas de suas regras específicas

CRÔNICAS
Museu do Futebol por Daniela Alfonsi
PAMF e Deficiente Residente por Ialê Cardoso

Editorial

Você leitor certamente conhece o futebol, o esporte mais popular do nosso país, mas será que ele seria tão popular assim se não fosse inclusivo? Segundo o censo do IBGE, em 2010, mais de quinze milhões de brasileiros se declaram como pessoas com deficiência, esse número representa 8,3% da população. Algumas dessas pessoas praticam esportes adaptados ou não às suas deficiências. Você conhece algum? Quais tipos de mudanças - adaptações e inovações - nas regras e na estrutura do jogo são necessárias para cada especificidade dos atletas, considerando suas limitações e potenciais?

Em 2019, a equipe do Educativo do Museu do Futebol realizou o projeto Deficiente Residente e, por cerca de 4 meses, acompanhou de perto a vida de um craque da bola, Alex Firmino, jogador de Futebol de Amputados. Realizamos uma entrevista exclusiva e descobrimos informações sobre sua vida, sua carreira e sobre algumas regras específicas para esta modalidade.

Conheça, descubra, reflita e torne-se parte desse incrível mundo da bola!

Boa leitura!

INTRODUÇÃO
Parte 1/1

Dados IBGE e OMS sobre pessoas com deficiência
Em confecção pelo GT da Cartilha

ILUSTRAÇÃO / INFOGRÁFICOS

REGRAS – PLACAS
Parte 1/2

Regras e curiosidades sobre o Futebol de Amputados

REGRAS ESPECÍFICAS DO JOGADOR DE LINHA

- Não pode usar a perna amputada ou as muletas para tocar, de maneira proposital, na bola ou no adversário.
- Lateral e escanteio devem ser cobrados com o pé.

EQUIPAMENTOS DOS JOGADORES

- O calçado deve estar coberto com tecido da cor do meio de linha.
- Usa-se a muleta canadense para a prática de esporte, salvo em algumas exceções onde o atleta opta pela muleta auxiliar.
- As cores das muletas são padronizadas de acordo com o campo de jogo. Ilustração de muletas verde e amarelo / vermelho preto e branco / preto e branco.

SUBSTITUIÇÕES

- Não há limite para substituições;
- Os jogadores substituídos podem retornar ao jogo;
- O jogo é paralisado para a substituição do goleiro.

ESQUEMAS TÁTICOS

Esquemas Táticos (ou formações) são as maneiras de um treinador organizar sua equipe dentro do campo. Algumas variações:

REGRAS – PLACAS
Parte 2/2

Regras e curiosidades sobre o Futebol de Amputados

REGRAS GERAIS

FUTEBOL DE AMPUTADOS
O Futebol para Amputados (FA) é uma variação de futebol convencional e de futebol society. Para ser amputado ou ter um membro com restrição significativa em suas funções, seja por questões congênitas (má formação) ou adquiridas (acidentes ou doenças ao longo da vida) nas das pernas, no caso de jogador de linha, ou de algum braço, no caso do goleiro. A Copa do Mundo de Futebol para Amputados foi criada em 1997 pela Amputee Soccer International. Atualmente, o Brasil é tetracampeão mundial (1999, 2000, 2001 e 2005).

REGRA 1
O TERRENO DO JOGO
Campo de futebol society com medidas mínimas de 60m x 38m



REGRA 2
DURAÇÃO DA PARTIDA
2 tempos de 25 minutos, com intervalo de 10 minutos. Cada treinador por poder um tempo de 1 minuto por período para orientar seus jogadores



REGRA 3
NÚMERO DE JOGADORES
7 jogadores em campo sendo, 6 na linha e 1 no gol.



REGRAS ESPECÍFICAS DO GOLEIRO

- 1 - Não pode sair da dentro da área.
- 2 - Não podem usar o braço amputado
- 3 - No tiro de meta, a bola não pode ser lançada diretamente para o campo de ataque.



Entrevista c/ Alex
Parte 1/3

Durante o projeto Deficiente Residente, Alex Firmino, jogador do São Paulo e da Seleção Brasileira de futebol de amputados, fala sobre a vida, sua carreira e muito mais, confira!

acabou me convencendo a ir assistir ao jogo, cheguei lá, era um jogo do campeonato paulista, fiquei na torcida e me espantei em ver como eles jogavam bola muito bem, mesmo sem ter uma perna.

Museu: Alex, Você já jogava o futebol de "andantes" antes do acidente e sabemos que a versão de amputados não é tão popular quanto a convencional, de que forma você conheceu o futebol de amputados?

Museu: Fica bem claro que existiu um Alex antes do futebol de amputados e outro muito diferente após o futebol de amputados. Qual a importância desse esporte na sua vida?

Alex: Através da minha namorada, Marcelle. Sabendo da minha paixão pelo esporte, ela fez uma pesquisa e me ligou contando sobre o time Corinthians Mogi, de Mogi das Cruzes. No começo eu duvidei da possibilidade de jogar bola, eu falava: Jogar futebol com uma perna só? Nada a ver isso aí. Alex: Marcelle insistiu e conseguiu o contato de um time mais próximo a minha casa, a Associação Bola Para Frente Esportes Adaptados, e de um dos jogadores que morava mais próximo a mim, o Bruno e foi onde tudo começou.

Alex: Futebol de amputados mudou minha vida, me fez viver de novo, foi como um recomeço, eu renasci por causa daquele futebol. Depois que eu conheci o esporte minha vida foi mudando, antes eu não gostava que as pessoas olhavam para mim, eu ficava com a maior vergonha, nem queria sair de casa, depois do futebol eu fui ficando menos tímido, fui conhecendo outras pessoas iguais a mim, fui me divertindo mais, brincando, zoadando, dando risada, feliz! Foi aí que notei a mudança.

Museu: Com essa relutância de não acreditar que fosse possível, como essa barreira foi quebrada? Alex: A Marcelle entrou em contato com o Bruno marcando um encontro comigo e no mesmo dia ele queria me levar pro time (risos). Eu nem queria ter esse encontro, mas quando ele chegou já começou a brincar comigo, me incentivando a levantar da cama, a viver, a jogar bola, e eu ainda seguia recusando, achava impossível jogar com uma perna só. Ele insistiu, combinou de me buscar no sábado, e eu já estava preparado para inventar uma desculpa pra não ir (risos). No dia marcado, quando ele chegou,

Museu: No início você foi muito incentivado a jogar tanto pela sua família quanto por amigos. Você encoraja pessoas com deficiência a praticar esportes? Alex: Sim. O esporte dá condições para as pessoas conhecerem outras iguais a ela, superando as mesmas dificuldades e ela acaba percebendo que pode viver normalmente. O esporte resgata vidas, eu recomendo para todo mundo que esteja passando por algum problema, porque tenho certeza que a pessoa vai se sentir melhor.

Foto

Entrevista c/ Alex
Parte 2/3

Museu: Você acha que o futebol de amputados teria mais adeptos se as pessoas tivessem conhecimento sobre o esporte?

Alex: Com certeza, né. As pessoas acham que o futebol de amputados, por ser uma adaptação, é um esporte chato, parado e que não tem contato, mas na verdade é um esporte de muito contato físico, só estando lá para saber como é diferente.

Museu: Depois de conhecer o esporte, quando você decidiu jogar? conta para a gente como foi o seu primeiro contato como jogador. Foi fácil se adaptar? Alex: Uma semana depois que eu assisti o jogo de amputados, pela primeira vez, eu fui tentar jogar, o Bruno que me emprestou uma chuteira. Eu ainda estava me acostumando com as muletas, na época eu usava a muleta axilar. No meio do treino eu tentei dar um "bote" e levei um drible que me deu uma "energada", travei a muleta, cai no chão e machuquei o cotovelo, onde tomei os pontos da cirurgia, mas depois continuei treinando. Ganhei a muleta canadense (de antebraço) da minha mãe e da minha namorada e entrei de cabeça, me apaixonei de vez pelo esporte.

Museu: E aí já começou craque de bola né? Alex: Nada. Logo quando eu comecei, eu era fraquinho, não tinha muita habilidade, essas

coisas, foi onde eu comecei a me adaptar, eu ia para o campo ficava jogando com os moleques, via os caras jogando, pegava uma bola, ficava chutando, treinando, e a cada dia fui me aperfeiçoando mais, quando eu fui ver, estava chutando tão forte que nem mesmo eu acreditava, "explodir" do nada.

Museu: Quando foi descoberto o seu talento para a modalidade? Depois de tanto treinamento, em quanto tempo você se percebeu como um exímio jogador de e de que forma a sua carreira foi transformada? Alex: Três meses depois que eu estava na Associação. Consegui entrar para o time mais forte que era o São Paulo, tudo aconteceu muito rápido. Disputei o primeiro campeonato com esse time ficando em 4º lugar no Campeonato Brasileiro e depois veio a minha convocação para a seleção brasileira, de uma hora para outra.

Foto

Foto

Entrevista c/ Alex
Parte 3/3

Museu: Quais dicas você daria para alguém que estivesse iniciando hoje no futebol de amputados?começando a jogar? Alex: Se esforce, aperfeiçoar os fundamentos é essencial, e se não conhece algum amputado para jogar com você, jogue com seus amigos não amputados. Jogar com andantes me fez um melhor jogador de futebol de amputados.

Museu: Conta pra gente sobre a copa do mundo que mais te marcou (repensar pergunta) Museu: leve algum jogador que marcou a sua infância? Que acabou se tornando uma inspiração? Alex: (Risos), Vários, Kalá, Lúcio, Vampeta, Ronaldinho...são meus ídolos. São caras que eu lembro, na copa de 2002.

Museu: Na Copa de 2002 o Brasil se tornou pentacampeão, foi uma festa no Brasil inteiro, você se lembra dessas comemorações?Falando em Copa, conta para a gente como era esse clima de copa do mundo onde você vivia? A sua família é daquelas que se reúnem para ver os jogos? Alex: Ah, sim! Eu Meme lembro que de algumas coisas da copa de 2002, Kalá jogando, Lúcio, Vampeta, Ronaldinho são caras que eu lembro, são meus ídolos. Estava com meus amigos na viala perto de casa, e minha família colocou a TV para o lado de fora e todo mundo do bairro ficou ali assistindo. Eu Como era pequeno e o que eu mais gostava era eu não dava muita atenção, minha lembrança é mais da das brincadeiras, da festa. Depois daquela copa eu comecei com meus amigos a arrecadar dinheiro na viala e decorar a sua viala com fitinhas e tinta verde amarela. Essa festa na viala com a TV do lado de fora segue viva até hoje lá no bairro.

Museu: Nessas festas você imaginava que um dia poderia disputar uma Copa do Mundo Alex: Depois daquela copa eu comecei com meus

amigos a arrecadar dinheiro na viala e decorar a sua viala com fitinhas e tinta verde amarela. Essa festa na viala com a TV do lado de fora segue viva até hoje lá no bairro. Eu nunca imaginei que um dia poderia jogar uma Copa do mundo, mas é o sonho de todo moleque do bairro.

Museu: Em 2018 você realizou esse você pode finalmente realizar esse sonho de infância e disputou no México encarou o desafio de disputar uma Copa do Mundo de Futebol de Amputados conquistando o México e trouxe pra casa o terceiro lugar. Conta para a gente como foi essa experiência.Como foi isso? (repensar pergunta)

Alex: Foi tudo bem diferente pra mim. Até na hora de comer você sente que está em outro país. Lá no México eles colocam pimenta em tudo, não estava acostumado! E tem também o trânsito lá que é bem diferente daqui do Brasil, nem parece que tem lei (risos). O mais legal foi dividir o hotel com as outras seleções. Dá pra perceber como cada cultura é diferente e também como muda o estilo de jogo de país para país. Os russos são todos muito fortes, um jogo físico e retranqueiro, os caras batem pra caramba. Os angolanos são rápidos e tem um jeito diferente de usar a muleta. E o time da Nigéria, é o mais engraçado, os jogadores dançam pra qualquer coisa, estão sempre felizes! Senti muito orgulho de representar o Brasil, queria ter sido campeão né...mas o terceiro lugar foi uma grande conquista pra nós.

Museu: Para encerrar a nossa entrevista, quem você convocaria para montar a melhor equipe de futebol?



Foto

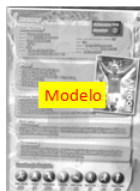
O GOL DA MINHA VIDA
Parte 1/1



ALEX FIRMINO

Dados Pessoais:
Nome: Alex Sandro Firmino da Silva
Nascimento: 11/03/1997
Local: São Paulo
Altura: 1,80m
Peso: 59,9kg
Time do coração: São Paulo
Posição: Meia atacante
Número de camiseta predileta: 11
Ídolos do Futebol: Ronaldinho Gaúcho, Ronaldo, Kaká, Rogério Ceni e Vampeta.
Ídolos de outras áreas: Maria da Conceição (mãe), Marcella (namorada).
Principais conquistas:
- 3º lugar na Copa do Mundo de Futebol de Amputados pelo Brasil em 2018
- 4º lugar na Copa do Brasil de Futebol de Amputados pelo São Paulo FC em 2018
- 3º lugar no Campeonato Paulista de Futebol de Amputados pelo São Paulo FC em 2018 e em 2019
- Vice-campeão no Campeonato Brasileiro de Futebol para Amputados pelo São Paulo FC em 2019
Time que gostaria de jogar?
Barcelona (ESP)
Para onde o futebol já te levou?
San Juan de los Lagos (México), Goiânia (GO), Cosmópolis (SP), Rio das Ostras (RJ), Leme (SP) e Maringá (PR).
Para qual país você gostaria que o futebol o levasse? Por qual motivo?
Turquia. Lá o futebol de amputados é muito valorizado e desenvolvido.
Lugares favoritos?
Parque do Ibirapuera, Rio de Janeiro e Pernambuco
O que gosta de comer?
Fast-food de carne com queijo e stroganoff de frango
Curiosidade?
Comecei a torcer pro São Paulo com 11 anos de idade.
Você sabe?
- Eu treino com os andantes no campo do Ibirapuera de vez em quando.

Como gosta de jogar?
- Meia atacante
Quais suas principais habilidades?
- Aprende muito fácil
- Drible
- Correr
- Chutar



PERFIL ALEX
Parte 2/2

Estrutura de infográfico

Classificação (de 0 a 10)	
Finalização	8
Drible	9
Velocidade	9
Cabeceio	2
Habilidade	9
Marcação	9
Passo	10
Resistência	8
Leitura de jogo	10
Avaliação Geral:	8,2

Crônica Ialê Cardoso

Crônica
Parte 2/2

PAMF E PROJETO
DEFICIENTE RESIDENTE



Para nós, acessibilidade é propiciar que o maior número de pessoas, independente de suas condições físicas, sociais e intelectuais, possam viver suas experiências no Museu do Futebol.

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

Na nossa exposição principal, há maquetes táteis, audioguias e roteiros para que ninguém deixe de aproveitar a visita.

E, para ampliar e incluir diferentes perfis de público, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol desenvolve materiais lúdico-pedagógicos acessíveis que trabalham com o nosso acervo, facilitando a compreensão e estimulando a reflexão e o diálogo com todos.

Para conhecer nosso Programa de Acessibilidade, envie um e-mail para educativo@museudofutebol.org.br e agende uma visita técnica.

Outros Futebóis
Introdução
parte 1/4

Refleta sobre essas perguntas:

- Quais regras do futebol podem ser alteradas?
- Para que serve a nossa criatividade?
- O que nos torna diferentes uns dos outros?

Quando jogamos futebol na rua, na praia, na praça ou em outro lugar não oficial, mudamos as regras de acordo com nossas necessidades e nem damos conta. Quantidade de jogadores, com ou sem goleiro, tamanho do gol, se a bola sai pela lateral, entre tantas outras variações. Sabe por que fazemos isso? Para tornar o futebol acessível à realidade em que estamos. Em um dia, temos 6 crianças em um time contra 5 e, no outro dia, jogamos em trios. Em um jogo, fazemos tabela com o muro e, no outro, se a bola encostar nas águas do mar, o jogo para.

Entre as adaptações e variações de regras, olhares ao nosso redor e às pessoas que convivemos, notamos que o Futebol é um esporte que pode ser jogado de várias maneiras. O Futebol, com as mudanças sociais e estruturais das cidades ao longo dos anos, criou novas modalidades esportivas como o Futsal, o Futebol de Praia e o Society. E se pensarmos nas pessoas que convivemos, será que existe Outros Futebóis? Listamos algumas das principais modalidades esportivas para pessoas com deficiência que nasceram a partir do Futebol.



Você sabe?

Existem alguns critérios a serem considerados no desenvolvimento de futebol para pessoas com deficiência:

- Local: limitado e bem sinalizado, sem qualquer tipo de obstáculo. Geralmente, as dimensões do local de jogo são similares às do futebol de campo, society ou do futsal.
- Materiais: devem ser confeccionados de acordo com as especificidades de cada tipo de deficiência.
- Regras de jogo: adaptadas ou, se necessário, criação de novas regras para atender ao perfil, às habilidades e às limitações de cada deficiência para maior igualdade entre os atletas.

Futebol de Cegos

Este esporte é jogado por pessoas com deficiências visuais com classificação oftalmológica B1, ou seja, cegos totais ou com percepção de luz, mas sem reconhecer o formato de uma mão a qualquer distância.

A modalidade surgiu em 1920 na Espanha e há relatos de que, no Brasil, as primeiras partidas aconteceram nos anos 50, com cegos praticando futebol com garrafas, latas e bolas envolvidas com plástico em instituições de ensino e apoio à pessoas com deficiências visuais. O primeiro evento oficial ocorreu em Natal (RN) durante as Olimpíadas das APAEs de 1978.

Desde que o esporte passou a fazer parte dos Jogos Paralímpicos, a seleção canarinho foi medalha de ouro em todas as edições disputadas até hoje: Atenas (GRE) em 2004, Pequim (CHN) em 2008, Londres (UK) em 2012 e no Rio de Janeiro (BRA) em 2016.

Algumas curiosidades sobre as regras:

- Atletas de linha usam vendas e também oftalmológicos nos olhos para evitar qualquer vantagem dos que apresentem percepção luminosa;
- O goleiro não possui deficiência visual e, durante a partida, não pode sair dos limites de sua área para tocar a bola;
- Estruturas colocadas junto às linhas laterais impedem que a bola saia da quadra a menos que seja por cima delas ou pela linha de fundo;
- A bola emite sons a partir de gulos internos para a orientação e localização dos jogadores em quadra;
- A quadra é dividida em 3 terços para que as orientações sejam feitas por pessoas específicas: o goleiro no terço da defesa, o técnico no terço central, e o "chamador" no terço de ataque. Este fica atrás do gol adversário dando informações sobre a direção do gol, o posicionamento dos adversários e as possibilidades de jogadas;
- Por se tratar de um esporte que utiliza estímulos sonoros e comunicação verbal, a torcida só pode se manifestar com sons quando a bola está fora de jogo;
- Para evitar choques e lesões, os jogadores falam a palavra espanhola "voy" ("vou" em português) quando se deslocam em direção a bola. Se o árbitro não ouve, é marcada falta contra a equipe do jogador que não falou.

Outros Futebóis
parte 2/4

Futebol B2/B3



Assim como o Futebol de Cinco – ou Futebol de Cegos – a modalidade é praticada com pessoas com deficiências visuais com a diferença da classificação oftalmológica. Enquanto o primeiro é para atletas B1, este é para atletas B2 (quando há percepção de vultos) e B3 (quando há a definição de imagens). Com essas especificidades na deficiência visual dos atletas, a modalidade segue muitas regras parecidas com o futsal.

Algumas curiosidades sobre as regras:

- Atletas B2 e B3 atuam juntos, sem a necessidade de venda para cobrir os olhos;
- É obrigatório que as equipes tenham, no mínimo, dois atletas classificados como B2 em quadra;
- Os atletas classificados como B3 precisam ser identificados com uma braceleta com cor diferente à da camiseta do uniforme no braço direito;
- A bola deve ter contraste com piso da quadra, de forma que esteja o mais visível possível.



Outros Futebóis
parte 3/4

Futsal Down



A primeira Copa do Mundo de Futsal Down aconteceu em 2018, na região de Viseu (POR), e contou com a participação de Portugal, África do Sul, México e Itália, que sagrou-se campeã. Em 2019, em Ribeirão Preto (SP), a segunda edição do torneio contou com 7 países: Brasil, Argentina, Chile, Itália, México, Peru e Portugal. Na grande final, o Brasil foi campeão vencendo a Argentina por 7 a 5.

Algumas curiosidades sobre as regras:

O Futsal Down segue as regras oficiais do futsal com a possibilidade de, em alguns jogos, sofrer alterações a fim de favorecer a prática do esporte, a igualdade e a competitividade durante o jogo, como:

- Tempo maior para a cobrança de lateral, escanteio e tiro de meta que, oficialmente é de 4 segundos;
- Tempo maior de descanso entre os dois períodos;
- A bola de jogo ser da categoria juvenil (Sub-17).



Power Soccer

Projetado para jogadores com deficiências físicas incluindo, geralmente, distrofia muscular e paralisia cerebral. Também conhecido como Powerchair Football, ganhou esses nomes por ter sido criado paralelamente em dois países no final dos anos 70. A fim de atuar na reabilitação de jovens com deficiências físicas, um grupo de profissionais criou o "Powerchair Football" na França e disseminou para Bélgica, Portugal e Suíça. No ano seguinte, inicialmente nomeado de "Motor Ball" no Canadá, outro esporte similar realizado com cadeiras de rodas motorizadas foi criado e, nos anos 80, disseminado no Japão, Estados Unidos e Inglaterra. Em 2005, por iniciativa dos franceses, iniciou-se o processo de tornar o esporte uma modalidade internacional. Assim, reunido com outros países que já praticavam variações do Power Soccer, estruturaram as regras para que, em outubro de 2006, nos Estados Unidos, as novas regras fossem testadas e validadas. No Brasil, há relatos da prática da modalidade sendo iniciada em meados de 2010, no Rio de Janeiro.

Algumas curiosidades sobre as regras:

- A equipe é composta por 4 jogadores em cadeiras de rodas motorizadas na quadra, sendo três na linha e um no gol.
- Os atletas são divididos em duas categorias: PF1, para pessoas com grande comprometimento físico e PF2, para pessoas com comprometimento moderado. Em algumas competições oficiais, cada equipe deve colocar, no máximo, 2 atletas de classificação PF2 em quadra ao mesmo tempo;
- A cadeira de rodas tem, obrigatoriamente, que ser motorizada e estar equipada com o footguard, uma estrutura de proteção colocada na frente da cadeira de rodas, utilizada para a realização de condução da bola, dribles, passes, chutes e defesas;
- A bola tem medida aproximada de 32,5cm de diâmetro e seu peso a impede que saia do chão com frequência;
- Os atletas não podem ultrapassar a velocidade de 10km/h com suas cadeiras motorizadas;
- Regra 2 contra 1: dois jogadores da mesma equipe não podem disputar a bola contra um adversário que está com a posse de bola, devendo um deles ficar, pelo menos, três metros de distância da bola;
- Regra dos 3 dentro da área: dentro da área do goleiro, não podem haver mais do que dois jogadores da mesma equipe.

Outros Futebóis
parte 4/4

Futebol de Surdos

Os primeiros registros são de 1871 no Reino Unido, sendo o Glasgow DFC o primeiro time. Na esfera internacional, foi incluída como modalidade nas Olimpíadas de Surdos – ou Surdolimpíadas – desde 1924. Praticado sem a necessidade de criar adaptações ou variações nas regras, exceto na comunicação da arbitragem, é praticado no formato de futsal, futebol de campo ou society.

Algumas curiosidades sobre as regras:

- Os árbitros utilizam bandeiras para se comunicar com as equipes e procuram ficar de frente para os jogadores;
- Para competir nas Olimpíadas de Surdos, a única exigência é que os atletas tenham perda auditiva inferior a 55 decibéis no melhor ouvido.



Futebol de Sete



Praticado por pessoas com paralisia cerebral e/ou alguma outra lesão cerebral traumática, surgiu em 1978, na Escócia, como uma adaptação do futebol durante a terceira edição dos Jogos Internacionais para Paralisados Cerebrais. Em Nova Lorque, no ano de 1984, estreou como uma modalidade paralímpica, tendo a Bélgica como a primeira medalhista de ouro. A modalidade, no entanto, não fará mais parte dos Jogos Paralímpicos partir de 2020 por não atender às regras estabelecidas pelo Comitê Internacional que determina que esportes coletivos devem ser praticados por no mínimo, 24 países e em 3 continentes. No Futebol de 7, a primeira participação do Brasil ocorreu nos Jogos Paralímpicos de Barcelona (ESP) em 1992. Desde então, conquistou três medalhas sendo uma prata em 2004 nos jogos de Atenas (GRE) e duas de bronze – em Sidney, Austrália (2000) e no Rio de Janeiro (2016).

Algumas curiosidades sobre as regras:

- Cada time tem sete jogadores (incluindo o goleiro) e cinco reservas. Os jogadores são divididos em categorias de acordo com o grau da paralisia e o comprometimento: FT1 (severo), FT2 (moderado) e FT3 (leve). Sempre deve haver um atleta de classe FT1 em campo e, não havendo possibilidade, o time deverá jogar com seis ou cinco jogadores. Com relação aos atletas de classe FT3, não é permitido mais de dois em campo ao mesmo tempo;
- Os arremessos laterais podem ser cobrados com apenas uma das mãos, desde que a bola toque imediatamente o solo após a sua execução;
- Não há impedimento.

Crônica Daniela Alfonsi

Crônica
Parte 1/2



MUSEU DO FUTEBOL

Localizado numa área de 6.900m² no avesso das arquibancadas, na entrada principal de um dos mais antigos estádios brasileiros, o Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho – o Pacaembu, foi inaugurado em 29 de setembro de 2008 e é um dos museus mais visitados do país.

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

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

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

O Museu tem como um de seus pilares a acessibilidade e a inclusão. Foi o primeiro museu da Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, e também da Fundação Roberto Marinho, planejado para ser totalmente acessível, dispondo de recursos variados, tanto de acessibilidade física (escadas rolantes, elevadores, piso podotátil, cadeira de rodas) quanto de acessibilidade comunicacional (audioguias em inglês, espanhol e para cegos, maquetes táteis, materiais sensoriais etc).

O Museu busca o constante aprimoramento e adaptação de sua expografia, conteúdos, linguagem e, principalmente, o atendimento humano e atento às diferenças.

2. Quiz Futebolis

Nos últimos encontros da equipe com o residente Alex Firmino, no Projeto Deficiente Residente de 2019, surgiu a ideia de produzir um jogo que trabalhasse, com perguntas e respostas, diversas adaptações do futebol praticadas por pessoas com deficiência. O jogo tem como objetivo principal apresentar algumas variações do futebol praticado por pessoas com deficiência, tais como: Futebol de 5 (cegos), Futebol de 7 (Paralisia cerebral), Futebol em Cadeira de Rodas, Futsal Down e Futebol de Amputados. Para isso, formulamos um quiz no qual, o participante deverá usar o seu conhecimento sobre futebol e acessibilidade para deduzir de qual modalidade a pergunta se refere. Nesse momento, o material encontra-se em fase de produção do projeto gráfico junto ao designer Fabio Machado. As cartas seguem abaixo:

Power soccer ou Futebol de cadeira de rodas

Essa modalidade inclui pessoas com esclerose múltipla, distrofia muscular, paralisia cerebral, lesão muscular e outras deficiências que causam comprometimento nos membros inferiores e superiores. Estamos falando do:

- a) Futebol de 5.
- b) Futebol de 7.
- c) **Power Soccer.**
- d) Futebol de amputados.



Futebol de 5

O Futebol de 5 é praticado exclusivamente por:

- a. Pessoas cegas.
- b. **Pessoas cegas ou com deficiência visual (baixa visão).**
- c. Pessoas cegas e com mobilidade reduzida.
- d. Cadeirantes.



Futebol de 5

Qual das regras a seguir **não** faz parte do Futebol de 5?

- a) **A torcida pode se manifestar durante toda a partida.**
- b) O Goleiro tem visão total.
- c) Os jogadores usam uma venda nos olhos.
- d) A bola tem guizos internos para que os atletas consigam localizá-la.



Futebol de 5

A participação do Futebol de 5 nos jogos Paralímpicos aconteceu pela primeira vez em Atenas 2004. Um mesmo país sagrou-se campeão nos jogos de 2004, 2008, 2012 e 2016. De qual país estamos falando?

- A. ARGENTINA
- B. ALEMANHA
- C. **BRASIL**
- D. JAPÃO



Futebol de 7

O Futebol de 7 é a modalidade Paralímpica disputada por atletas com :

- A. Síndrome de Down
- B. Amputados
- C. **Paralisia cerebral**
- D. Autismo



Futebol de 7

Nesta modalidade foi excluída a regra do impedimento. De qual modalidade estamos falando?

- a) Futebol de 5
- b) Futebol de amputados
- c) **Futebol de 7**
- d) Futsal Down



Futsal Down

Qual modalidade teve sua seleção brasileira conquistando o seu primeiro título mundial de futsal de forma invicta, em 2019, contra a Argentina?

- a) Futebol de 7.
- b) **Futsal Down.**
- c) Futsal de 5.
- d) Futebol em cadeira de rodas.



Futsal Down

Qual modalidade teve sua seleção brasileira conquistando o seu primeiro título mundial de futsal de forma invicta, em 2019, contra a Argentina?

- a) Futebol de 7.
- b) **Futsal Down.**
- c) Futsal de 5.
- d) Futebol em cadeira de rodas.



Futsal Down

A seleção brasileira dessa modalidade foi formada somente em 2011. Estamos falando de qual modalidade?

- a) Futsal de 5.
- b) Handebol em cadeiras de rodas.
- c) **Futsal Down.**
- d) Goalball



Futebol de Amputados

Qual o nome da muleta usada no Futebol de Amputados?

- a) Muleta axilar.
- b) **Muleta canadense ou muleta antebraço.**
- c) Muleta bilateral.
- d) Muleta de apoio.



Futebol de Amputados

Das regras a seguir, qual delas não faz parte da modalidade de futebol de amputados?

- a) A muleta não pode tocar na bola de forma intencional.
- b) **O lateral é cobrado com as mãos.**
- c) Os jogos são disputados em campo de society.
- d) Não há limite para substituições.



Futebol de Amputados

No futebol de amputados, os atletas não podem:

- a) **Tocar na bola de forma intencional com a perna ou braço amputado.**
- b) **Tocar com a muleta na bola de forma intencional.**
- c) **Cobrar o lateral com as mãos.**
- d) **Todas as alternativas estão corretas.**



Futebol de Amputados

No futebol de amputados o goleiro não pode sair da área, se sair, por qualquer motivo, com a bola rolando, o árbitro dará:

- a) Cartão amarelo.
- b) Advertência verbal.
- c) Cartão vermelho.
- d) Tiro livre indireto para o time adversário.



Power Soccer ou Futebol de cadeira de rodas

O Power Soccer exige a utilização de equipamentos de segurança tais como:

- a) correias nas pernas, pés e peito.
- b) capacetes e cotoveleiras.
- c) chuteira especial, mais rígida.
- d) cinto de segurança.



Power Soccer ou Futebol de cadeira de rodas

Uma das regras do Power Soccer, futebol praticado em cadeiras de rodas motorizadas, é de que os atletas não podem ultrapassar a velocidade de:

- a) 6 km/hora.
- b) 10 km/hora.
- c) 20 km/hora.
- d) 5 km/hora.



Power Soccer ou Futebol de cadeira de rodas

O Footguard é uma estrutura anexada à cadeira de rodas que, na prática do Power Soccer, é utilizado para:

- a) Conduzir a bola, dar passes e dribles.
- b) Proteger o atleta de possíveis lesões com a bola.
- c) Controlar a velocidade da cadeira.
- d) Nenhuma das alternativas.



3. Artilheiro Adaptado – Futebol de Amputados

Com o objetivo principal de apresentar ao público do Museu do Futebol e do Festival sem Barreiras a modalidade esportiva Futebol de amputados, a equipe do Educativo desenvolveu juntamente com o atleta amputado do São Paulo FC e Seleção Brasileira de amputados, Alex Firmino, a atividade Artilheiro Adaptado – Futebol de Amputados, unindo exercícios de treinamento do futebol convencional com o futebol de amputados. Essa atividade integrou a programação do “Festival Sem Barreiras”, promovido pela Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência.

Regras

Cada participante realizará um circuito de atividades que consistirá de 3 etapas utilizando muletas:

- Mobilidade com muletas, lateral e frontal.
- Passe e domínio
- Chute a gol

Após o chute, o participante será direcionado para a fila do gol para fazer a última etapa sem as muletas, deverá ser o goleiro utilizando apenas um dos braços. Em seguida o participante repetirá o circuito com os membros (superior e inferior) que antes não foram utilizados.

Regras:

- a bola não poderá tocar no membro (superior ou inferior) que simula a amputação.

- a bola não poderá tocar nas muletas de maneira intencional.
- a perna que simula o membro amputado não poderá tocar o solo, a menos que seja para evitar tropeços e acidentes.



Figura 9 - O residente Alex durante a atividade "Artilheiro Adptado - Futebol de Amputados"

Ação 32 – Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)

Comentário da mensuração 32.1: Quantidade de ações extramuros realizadas

Liga Feminina de Futebol Amador

No dia 15 de novembro, o Museu do Futebol esteve presente no torneio de futebol feminino realizado pela Liga Feminina de Futebol Amador. Foram realizadas partidas de futebol com 70 equipes femininas nos campos do Complexo Esportivo Campo de Marte.

O Núcleo Educativo participou com as atividades "Respeita a Moça", "Mulheres de Ouro" e "Qual Jogador(a) Sou Eu?", que estimularam o público a conhecer mais sobre atletas do futebol e de outras modalidades, a fim de promover o futebol feminino e a representatividade da mulher na história dos esportes e do país. Também levamos a atividade Experimentando o Futebol de Botão, ensinando alguns fundamentos e regras básicas do esporte para o público participante.

Nas ações, foram atendidas 40 pessoas com perfis bem variados: de crianças a adultos, de jogadoras e seus familiares a pessoas que frequentam o complexo esportivo.



Figura 10 - A equipe do Educativo durante ação extramuros no Campo de Marte

Núcleo de Convivência do Idoso – Ermelino Matarazzo

A partir de um convite do Coletivo Memória e Resistência, que desenvolve ações no NCI Ermelino Matarazzo, a equipe do Educativo elaborou uma proposta que abrangesse as especificidades de um trabalho com o público idoso. Segue abaixo a proposta:

- Proponente (s):

José Neto, Júlia Rosa, Lais de Oliveira e Tatiane Mendes

- Objetivo:

Nesta visita pretendemos trazer um protagonismo para os idosos da instituição. Na nossa primeira etapa, que será realizada na própria instituição, iremos proporcionar uma reflexão sobre o que é um museu e o como suas histórias e memórias podem ser representadas dentro de um museu.

- Roteiro de visitação na instituição

Ao chegarmos na instituição faremos uma breve apresentação entre os participantes e nós do museu (nome, time, se gosta ou não de futebol, idade). Em seguida, vamos propor um alongamento com movimentos baseados nas ações dos jogadores de futebol. Vamos questionar se eles reconhecem esses movimentos dentro de uma partida de futebol. O alongamento terá como trilha sonora a música “Pra Frente Brasil”, fazendo-os reviver a copa de 70 e outras copas que guardam em suas lembranças. Depois do alongamento vamos dividir em grupos (caso seja necessário), para que

todos tenham momento de fala. Assim feito, cada educador falará para seu grupo informações sobre o Museu do Futebol (localizado debaixo das arquibancadas, qual o tipo de acervo, como trata do futebol, etc.), usando imagens de apoio. Também mediará uma discussão sobre O que é uma exposição, Como acham que é pensada, Como selecionar o que é importante? e perguntará: 'o que você lembra dos anos 1960 ou 1970? E o que você colocaria na exposição de um museu? '

Vamos pedir para que eles se expressem de alguma forma, podendo ser um desenho, um poema, uma frase (usando cartolina, papel craft, giz de cera, canetinha ou guache). Para esse momento, vamos colocar uma playlist com músicas dos anos 60 e 70, para ajudar na lembrança. As produções serão guardadas em uma maleta e tiraremos uma foto com todos os participantes para usarmos na atividade que será realizada no museu.

Para finalizar nossa ação no NCI, faremos o convite para que todos venham ao museu no dia 12/12/2019.

Roteiro de visita pelo acervo:

- Grande- Área

O acolhimento será uma etapa importante para fortalecer o vínculo iniciado na instituição. A ideia é deixarmos expostas as produções do grupo na sala Grande Área, como forma de trabalhar o pertencimento do grupo e de suas histórias no contexto museológico. Em círculo e sentados em cadeiras/pufes, os idosos e educadores vão dialogar sobre lugares que guardam nossas memórias. Nessa sala, que tem fotografias de objetos que remetem à memória do futebol, vamos lembrar a música que utilizamos no alongamento (Pra frente, Brasil), que está aqui representada pela sua partitura e introduzir o assunto Copa do Mundo. Outras imagens que podemos utilizar são: taça Jules Rimet, fotos do Pelé, Capa do disco da Copa de 1986 (Touro), etc.

- Gols e Rádios

Vamos falar sobre o rádio como meio de difusão do futebol e outros meios de comunicação que são utilizados atualmente, indagando como o contato de cada um com o futebol se dá hoje em dia: Utilizam whatsapp e redes sociais? Recebem memes

e figurinhas? Ainda ouvem as narrações no rádio? Lembram de algum bordão marcante? Nesse momento, podemos mostrar o meme do Neymar (caindo e rolando) para perguntar se lembram de algum jogador que fazia firula e poderia estar no lugar dele.

- Origens

Como as Copas são o fio condutor de nossa visita, voltaremos um pouco no tempo para mostrar a bola da Copa de 1930, como gancho para falar sobre os usos e costumes de antigamente. Os educadores deverão instigar a participação dos idosos ao perguntar sobre como era o futebol, as roupas, etc “no seu tempo”. Após essa conversa, os educadores irão propor que os idosos brinquem utilizando as roupas e acessórios do Baú da Memória.

- Rito de Passagem

Na entrada desta sala vamos perguntar o que lembram sobre a Copa de 1950. Alguma história marcante? Após assistir ao vídeo, vamos falar da história da primeira Copa no Brasil e dos jogadores memoráveis, além de enaltecer os aprendizados que a derrota trouxe e contribuíram para que pudéssemos conquistar a Copa de 1958.

- Sala das Copas

Vamos mostrar as réplicas das taças e abordar as vitórias do Brasil em 1958, 1962, 1970, 1994, 2002, relacionando futebol e contexto social. A idéia é que, primeiramente com a conversa e depois com a observação da sala, eles possam se recordar de histórias, momentos e personalidades, que levarão para a atividade final.

- Proposta de Fechamento

Atividade – Escale a sua seleção dos sonhos: a atividade final será um exercício de escalar uma “seleção” com jogadores e personalidades de diferentes épocas da história brasileira.

Vamos propor uma experiência de curadoria, lembrando quais personalidades devem entrar na seleção, através do diálogo entre todos para a decisão. Teremos uma surpresa para o grupo: a foto tirada em nossa visita à instituição estará entre as imagens selecionadas, colocando-os novamente no papel de protagonistas da história.

Perfil do grupo:

- Qual a faixa etária deles?

60 - 85 anos

- Quantos são?

Geralmente, por dia no NCI aparecem de 40 a 60 idosos

- Algum PCD? Ou com Alzheimer?

Não, mas possuem mobilidade reduzida, própria da idade.

- Qual a rotina, quanto tempo ficam no espaço?

O NCI funciona das 13 às 17hs. Por dia ocorre uma ou duas atividades, com um tempo para o lanche no meio da tarde.

- Fazem quais atividades?

Eles fazem atividades de dança, ginástica, oficinas.

- Qual estrutura que disponibilizam? Mesa? Lápis de cor?

Muitas mesas, e poucos lápis de cor.

No entanto, podemos providenciar para o dia 08/11.

- O que fazem no horário de lazer?

Os idosos chegam às 13h, se socializam com a equipe técnica e com os outros idosos. Neste momento, alguns jogam dominó ou fazem caça-palavras.

- Eles correspondem bem a interação com desconhecidos?

Geralmente sim. Recentemente teve uma conversa sobre educação e respeito, a qual eles disseram ter compreendido. Na primeira visita que fizemos à Pinacoteca a maioria interagiu muito.

- Qual a relação com futebol? E com museus?

Palavras da coordenadora: "Estou há quase 4 meses na gerência, não os conheço há muito tempo, mas pelo que ouvi falar eles já foram muito pra museus e associam que se fizerem este tipo de visita, será mais difícil conseguirem ir para outros tipos de passeios como - sítios, chácaras e parques aquáticos, os quais o CRAS orienta que façamos pelo menos 3 X por ano."

Alguns idosos possuem resistência com museus porque as antigas gestões fizeram muitos passeios para museus e nenhum para outros lugares (sítios, cachoeiras, etc).

Elaborada a proposta acima, a atividade transcorreu conforme planejado e descrito no relatório dos educadores que participaram da ação, tal como segue abaixo:

Os educadores José Neto, Júlia e Lais e a supervisora Tatiane foram convidados a realizar ações educativas com usuários do Núcleo de Convivência do Idoso - Aprendendo a Viver. A proposta era dividida em dois encontros: o primeiro no NCI e o segundo no Museu do Futebol.

Nossa proposta buscava dar protagonismo aos idosos, além de refletir sobre o papel dos museus e proporcionar uma visita que fizesse sentido para aquele público.

Deste modo, no primeiro encontro, fizemos uma rodada de apresentação e propusemos um aquecimento e alongamento com movimentos baseados nas ações realizadas pelos jogadores de futebol em campo, ao som de músicas dos anos 60 e 70. Em seguida, com o grupo já dividido em mesas, mediamos uma discussão sobre o que é uma exposição, como é pensada, como selecionar o que é importante e instigamos os idosos para que se expressassem com desenhos, frases, poemas, dizendo o que poderiam colocar em uma exposição de museu.

Durante o processo de criação dos idosos fomos conversando com eles, para saber o que eles entendiam como museu e quais suas lembranças mais importantes eles desejavam mostrar ao restante do grupo. Ao final, guardamos as produções em uma maleta e tiramos uma foto com todos os participantes para utilizarmos na atividade que seria realizada na semana seguinte, além de convidar a todos para a visita ao museu.

Para a visita ao museu, pensamos na Copa do Mundo de 1970 como fio condutor do nosso roteiro, mas, como percebemos que não havia muitos idosos "boleiros", preferimos conduzir a visita usando um roteiro mais básico.

O acolhimento seria uma etapa importante para fortalecer o vínculo iniciado na instituição. A ideia era deixarmos expostas as produções do grupo na sala Grande Área, como forma de trabalhar o pertencimento do grupo e de suas histórias no contexto museológico e dialogar sobre lugares que guardam nossas memórias. Ao se depararem com suas produções, o grupo ficou bastante empolgado e se divertiu

buscando seu desenho e ouvindo seus colegas explicarem suas produções. Aproveitamos para pendurar também fotos da nossa visita ao NCI, que fizeram muito sucesso: os idosos pediram para levá-las e saíram procurando fotos em que apareciam.

Como esta primeira parte demorou mais do que o esperado, pois estavam muito interessados, e como já havíamos decidido não nos debruçarmos sobre o tema da Copa do Mundo de 1970, resolvemos subir diretamente para a Sala Anjos Barrocos.

Chegando à Sala Anjos Barrocos, trabalhamos o conceito de gíngã, já que o grupo é muito ativo e gosta de dançar. Então, deixamos o grupo mais livre na Sala Gols e Rádios, e subimos para a Sala das Origens. Nessa sala, instigamos a participação dos idosos ao perguntar sobre como era o futebol, as roupas, etc “no seu tempo”. Contamos a história do Charles Miller e da palavra “torcida” e propusemos também o uso das roupas e acessórios do Baú da Memória.

Já na Sala das Copas, mostramos as réplicas das taças e abordamos as vitórias do Brasil em 1958, 1962, 1970, 1994, 2002, relacionando futebol e contexto social. A ideia era que, primeiramente com a conversa e depois com a observação da sala, eles recordassem de histórias, momentos e personalidades.

Como não realizamos o roteiro pensado inicialmente, não fazia sentido continuarmos com as propostas de encerramento original. Deste modo, fizemos uma roda para partilharmos nossas impressões e agradecermos. Dona Dirce cantou “Como É Grande o Meu Amor Por Você”.

As interações com o público idoso são diferentes de outros públicos, na maioria das vezes eles estão habituados com uma rotina e quando a mesma é quebrada, acabam tendo outro tipo de adaptação e às vezes uma timidez. Por serem maduras, algumas propostas estabelecidas por nós, não os deixaram tão confortáveis, pois iram trabalhar seu lado criativo, mas quando a iniciativa surge deles a adesão e a participação se torna bem maior. Tivemos uma grande quebra de barreira na visita ao NCI, que foi bem satisfatória, alguns dos usuários do núcleo não tinham tanto contato com o futebol, então explicamos de outra maneira como o futebol faz parte do nosso cotidiano e como este esporte pode ser contado dentro de uma exposição no museu. E pelas reações e comentários dos idosos, acreditamos que a visita foi interessante para eles. Como havíamos sido informados que eles tinham resistência com museus, acreditamos que conseguimos quebrar um pouco isso.



Figura 11 - A equipe do Educativo com os idosos do NCI

Ação 33 – Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento de índices de satisfação

Comentário da mensuração 33.1: Número de pesquisas realizadas

Comentário da mensuração 33.2: Índice de satisfação (> ou = 80%)

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR RELATÓRIO ANALÍTICO

A PESQUISA

Seguindo as orientações do Ofício Circular UPPM nº 115/2017, realizamos o total de 44 avaliações de Estudantes do 6º ao 9º ano e 75 avaliações de Professores/Responsáveis como amostras colhidas para a pesquisa de público escolar. Os questionários foram preenchidos após a realização das visitas com grupos de escolas estaduais, municipais e particulares de 4 de setembro a 10 de outubro de 2019.

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 maio, 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 75 avaliações.

1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 4 de setembro a 9 de outubro para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

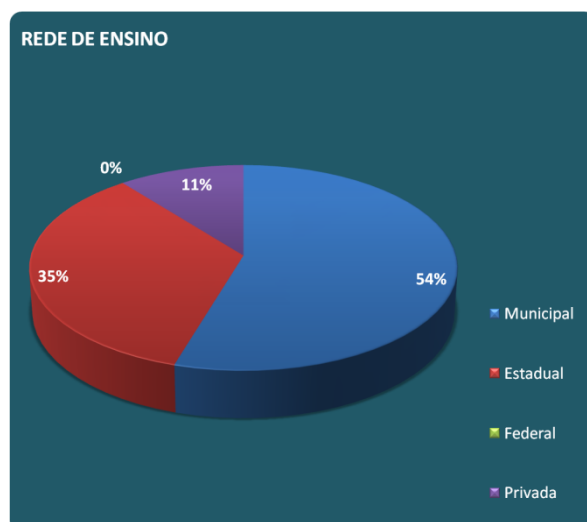
1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação dos dados foi realizada pelo supervisor Daniel Magnanelli e pelo Assistente Administrativo Rafael Degl'iesposti. Não houve questões quanto ao processo da nova tabulação.

1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

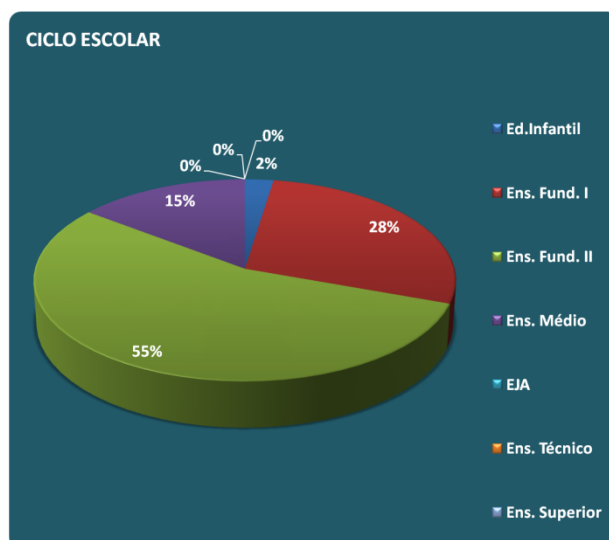
1.4.1 Rede de ensino

Comparado à pesquisa realizada em maio de 2019, quando 49% das avaliações foram preenchidas por responsáveis da rede municipal de ensino, mantivemos tal predominância, com 54%. Em setembro, 35% das avaliações preenchidas foram de escolas estaduais e 11% de escolas particulares, apresentando um aumento desta última se comparado à pesquisa anterior, quando apenas 2% das avaliações foram preenchidas por este perfil.



1.4.2 Ciclo de ensino

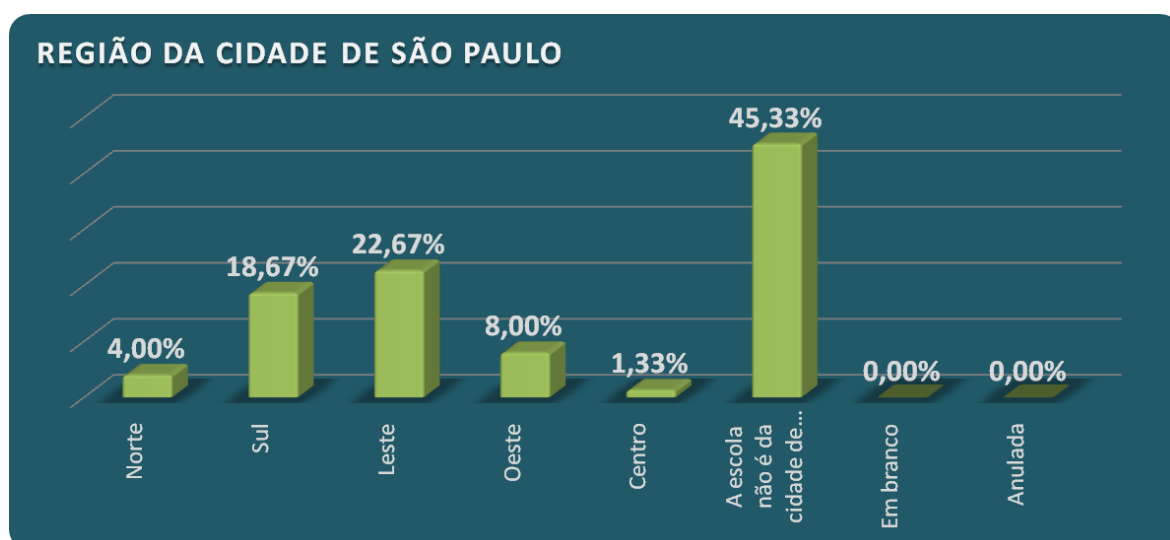
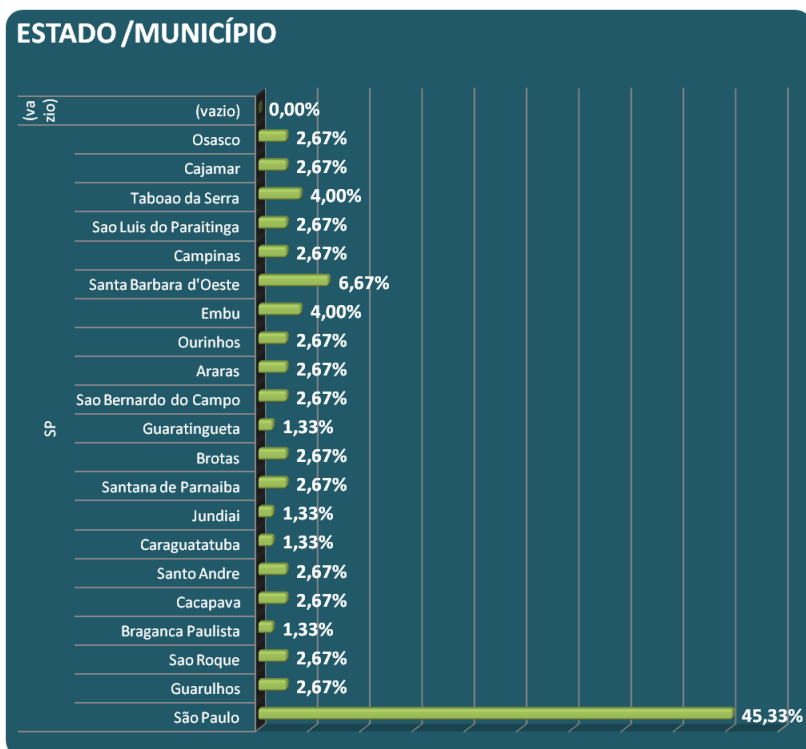
O Ensino Fundamental Ciclo II, comparado ao relatório anterior que constatou a presença em 65% dos grupos, novamente apresentou a maior porcentagem da pesquisa, dessa vez totalizando 55%. Há de se destacar um crescimento do público do Ensino Médio que saltou de 7%, na pesquisa passada, para 15% nesta pesquisa.



1.4.3 Localização da escola

Em sua totalidade, os grupos eram provenientes do estado de São Paulo e, destes, a maior predominância (43%) das escolas eram do município de São Paulo. Novamente tivemos uma queda na quantidade de escolas que participaram desta pesquisa oriundas do município de São Paulo visto que, em setembro de 2018, eram 69% e, em maio de 2019, foram 50%. Considerando apenas o território municipal, novamente percebeu-se a maior participação das escolas das regiões Leste e Sul e, assim como analisado desde o relatório analítico de setembro de 2017, as instituições de ensino do Centro são minorias ou, como na maioria das pesquisas, nulas.





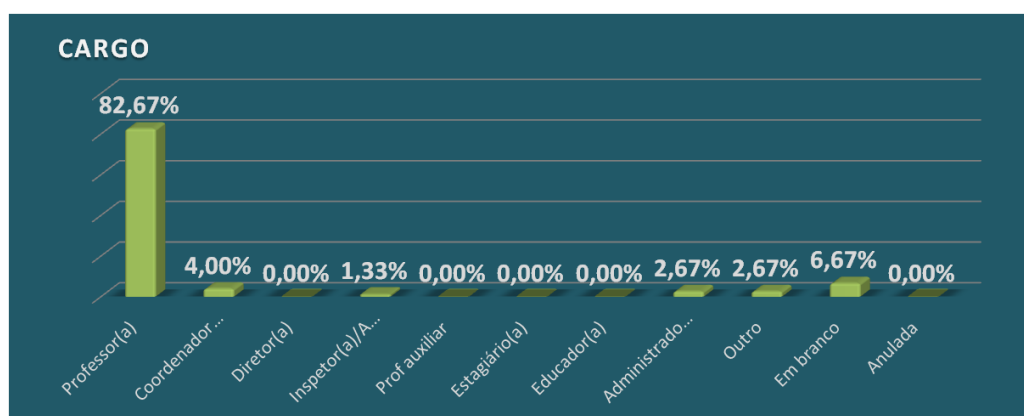
1.4.4 Região administrativa da escola

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 (82,67%). 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 melhores 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 86,76% das avaliações preenchidas por professores, percebemos a manutenção da frequência dos professores acompanhando as visitas ao museu. Novamente tivemos um pequeno público que não preencheu esta parte da avaliação, mas não foi possível detectar o motivo (6,67%).



1.4.6 Disciplina lecionada

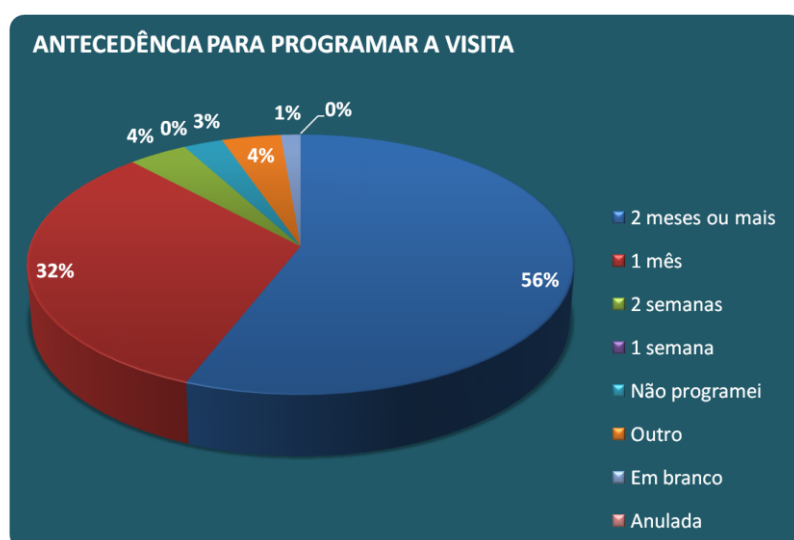
A maioria dos professores leciona Educação Física (20%), Polivalente (16%) ou História (13,33%). O restante das disciplinas aparece de forma bastante heterogênea. Não houve influência dos dados obtidos no item 1.4.5, tendo em vista que 82,67% dos responsáveis dos grupos foram professores. Comparando os dados tabulados neste semestre com os dados do semestre passado, tivemos novamente um número considerável de professores de Educação Física e Polivalentes, o que nos leva a analisar que o Museu do Futebol, dada a multidisciplinaridade de seu acervo, ainda é, para muitas instituições, considerado um museu exclusivamente esportivo.



1.5. SOBRE A VISITA

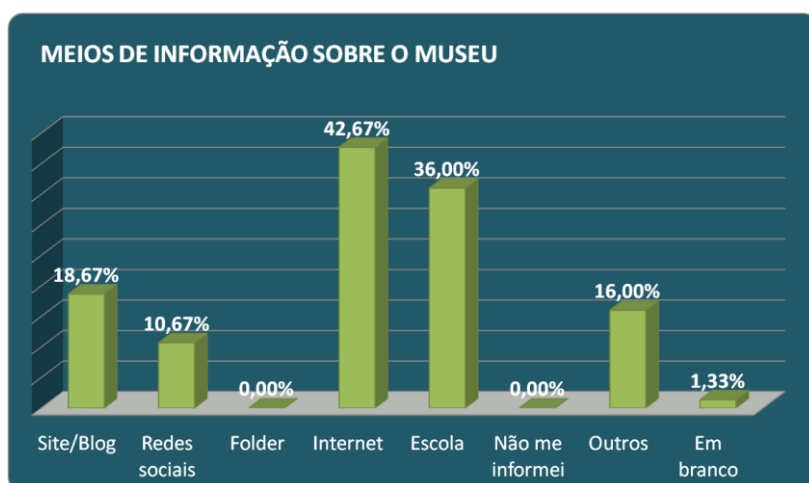
1.5.1 Antecedência da visita

Os responsáveis dos grupos prepararam-se, em sua maioria (56%), com 2 meses ou mais de antecedência; em sequência, com 1 mês (32%). Assim como no semestre anterior, a maioria dos responsáveis apresentou o planejamento da visita acima de 1 mês (88%) possibilitando, para alguns desses grupos, um preparo para a visita.



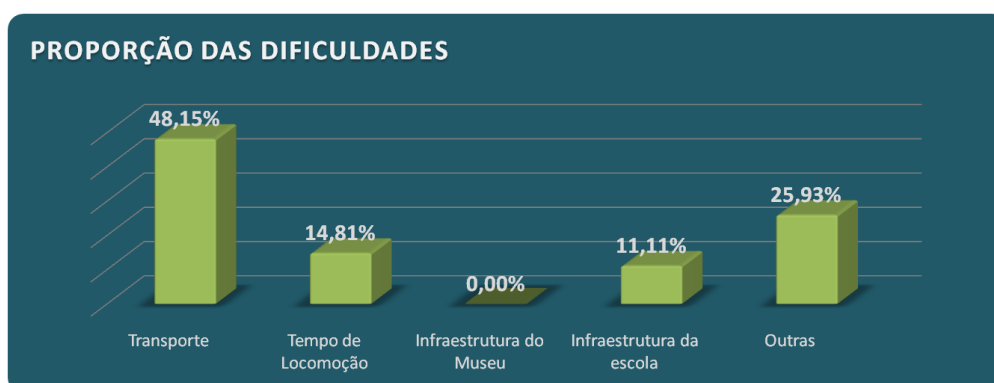
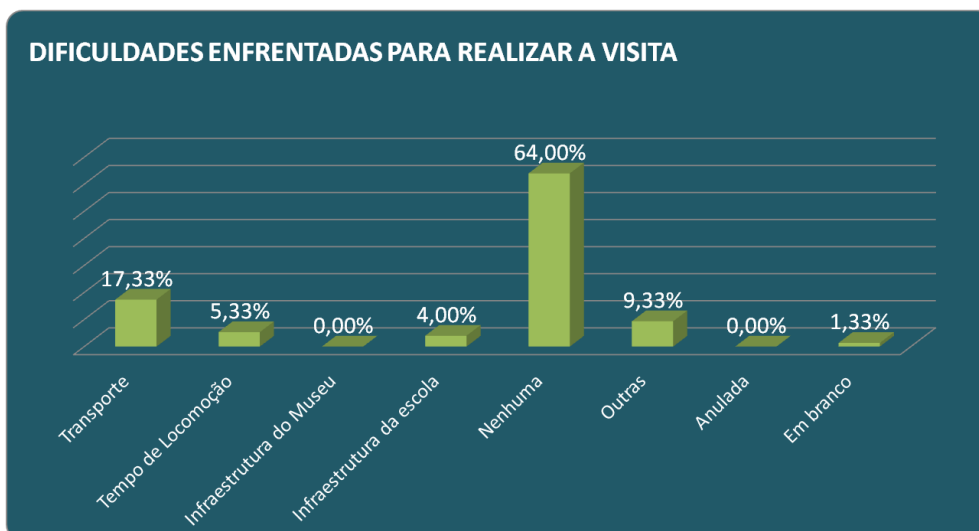
1.5.2 Meios de informação sobre o museu

Assim como na pesquisa realizada em maio, os principais meios de informação apontados pelos professores foram a Internet (42,67%) e a própria escola (36%). O site e as redes sociais do museu, se somados, foram utilizados por 29,34% dos responsáveis que planejaram a visita. Outros canais de informação que surgiram nesta pesquisa (16%): outras pessoas (professores, amigos e educadores do museu) e pela parceria que o museu tem com a Evonik para o envio de instituições para visitas educativas.



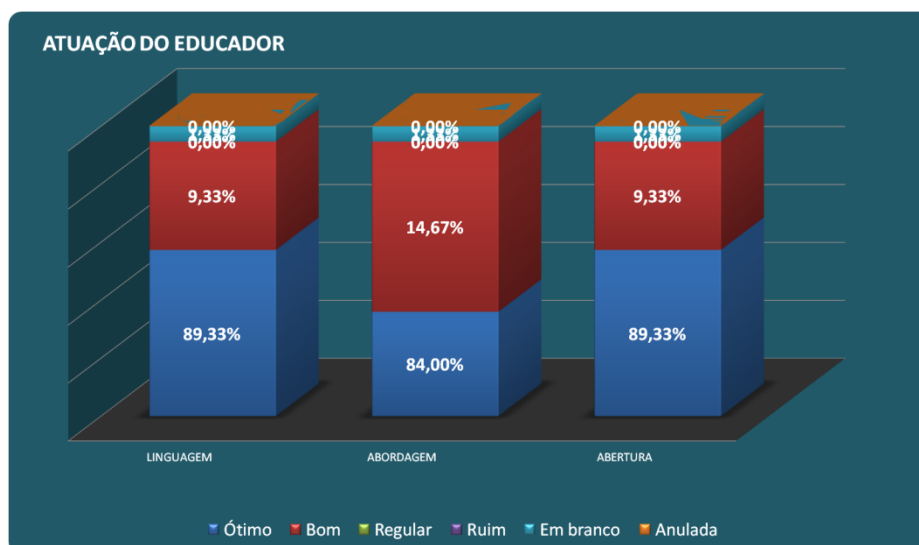
1.5.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita

Para a maioria dos responsáveis (64%) não houve dificuldade para a realização da visita. Se comparado aos dados do semestre anterior (67,65%), tivemos um pequeno aumento percentual de responsáveis que tiveram alguma dificuldade para a realização da visita. Sobre as dificuldades apresentadas, desconsiderando o público que não apresentou dificuldades ou que deixou a resposta em branco, novamente tivemos o maior apontamento referente ao transporte com 48,15% das avaliações. As dificuldades apontadas como "Outras" (25,93%) pelos responsáveis estão relacionadas ao agendamento e alimentação.



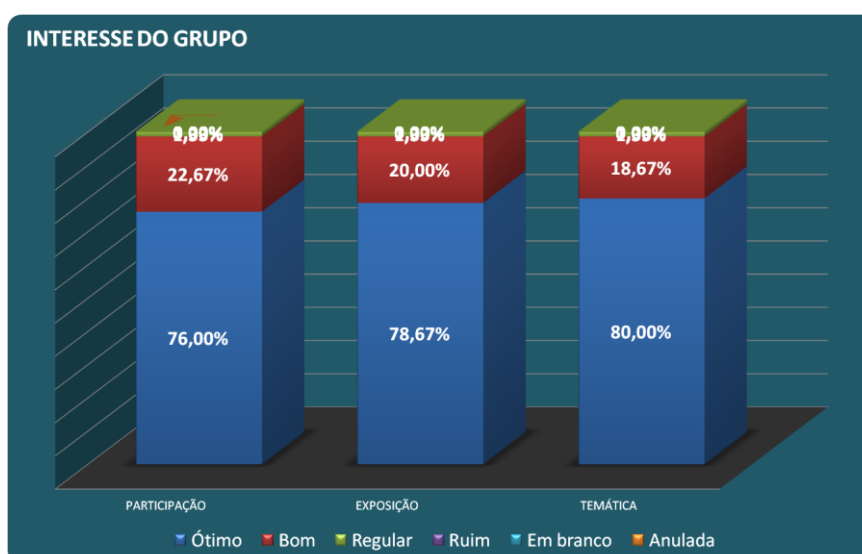
1.5.4 Avaliação da atuação do educador do museu

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.



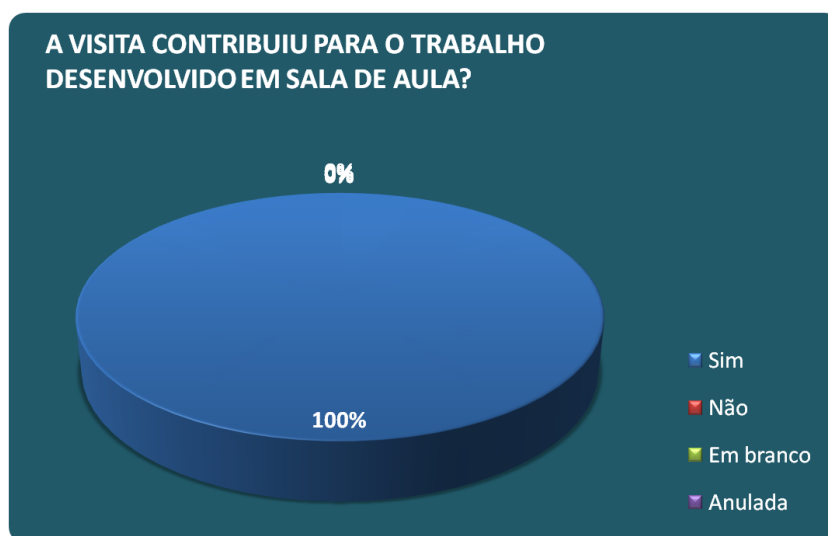
1.5.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita

Realizando uma análise do gráfico, é possível concluir que o interesse do grupo foi considerado “ótimo” com relação à participação (76%), exposição (78,67%) e temática (80%). Assim como no resultado do semestre passado, a percepção de alguns responsáveis com relação à participação dos alunos é considerada “boa” (22,67%). Percebe-se um olhar mais crítico dos responsáveis com relação à interação e interesse do grupo para a visitação. Isso contribui com o trabalho dos educadores que, constantemente, dialogam com os responsáveis para encontrar caminhos de um melhor aproveitamento por parte dos alunos.



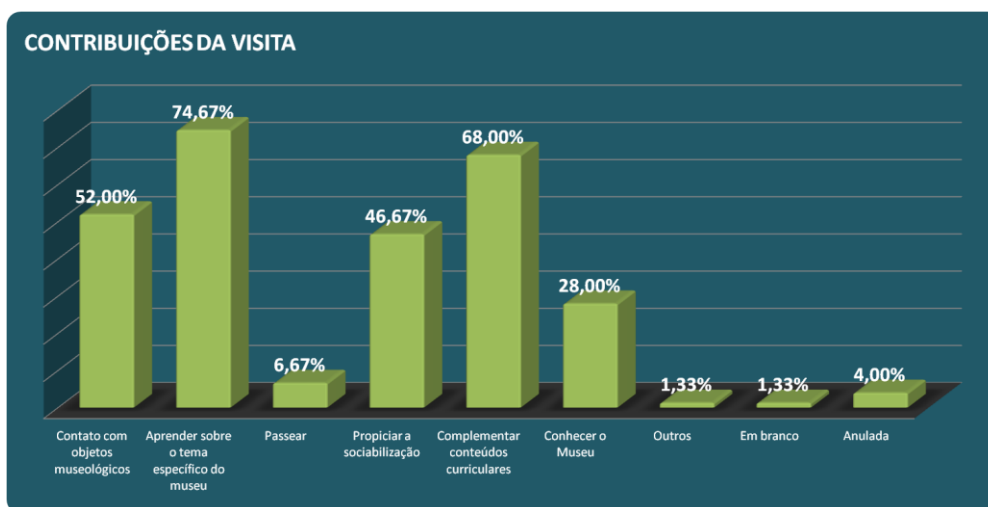
1.5.6 Contribuição da visita com o trabalho desenvolvido em sala de aula

Pela avaliação dos responsáveis, tivemos 100% das avaliações preenchidas de maneira positiva para a contribuição da visita ao trabalho realizado na escola, não havendo mudança significativa dos resultados dos semestres passados para esse semestre.



1.5.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos

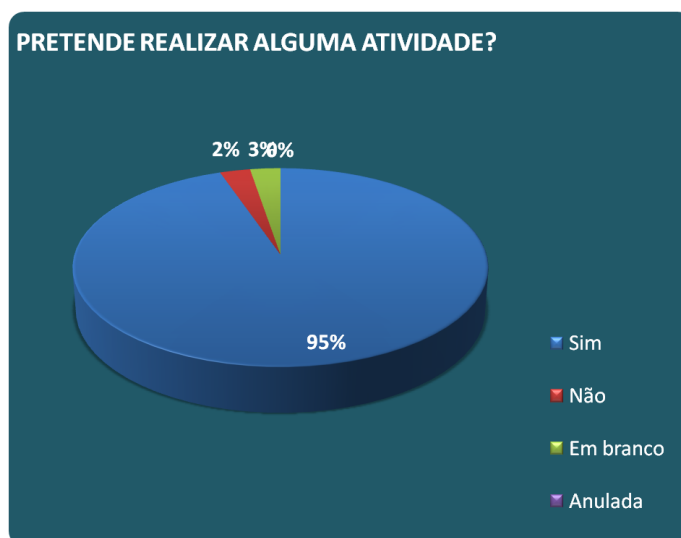
Os itens que tiveram maior relevância foram “aprender sobre o tema específico do museu” (74,67%) e “complementar conteúdos curriculares” (68%). “Propiciar sociabilização” continua apresentando bons índices de respostas (46,67%) o que representa que o museu continua atendendo sua função social e demonstra a preocupação do ensino formal com a educação integral do indivíduo. Comparado aos 3 semestres anteriores, “complementar conteúdos curriculares” e “aprender sobre o tema específico do museu” apareceram novamente como as principais contribuições na opinião dos responsáveis.



1.5.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita

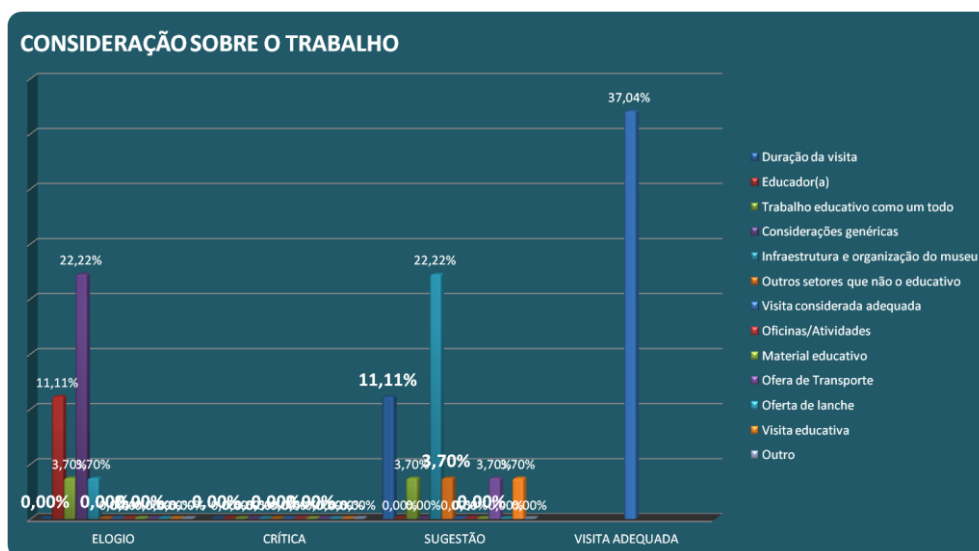
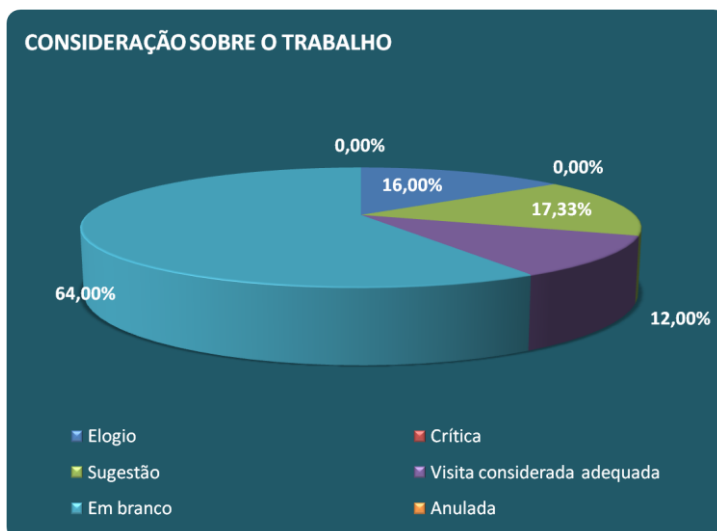
Analisando o gráfico, é possível concluir que a grande maioria dos responsáveis compreende a importância de trabalhar, posteriormente, as experiências obtidas na visita ao museu. Desta maneira, 95% dos avaliados pretendem realizar alguma atividade com seus alunos em sala de aula. O motivo de um dos responsáveis que responderam negativamente à realização de uma atividade a partir da visita foi o fato de que os conteúdos foram trabalhados ao longo do bimestre e a visita foi o fechamento do tema.

Os tipos de atividades que os professores apontaram na pesquisa foram diversos como, por exemplo, em seminários, roda de conversas, produção textual. Como temas específicos, podemos destacar: trabalho sobre linguagem verbal e não verbal; projeto "tolerância x violência"; discussão sobre futebol feminino e a mulher na sociedade; Linguagens, Desigualdades Sociais e Geográficas; projeto "Mil memórias em mim".



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

Assim como no semestre anterior, tivemos um grande número de avaliações em branco (64%). Com relação às respondidas, houve maior incidência para elogios (16%), sugestões (17,33%) e visita considerada adequada (12%). Dentre os principais comentários, recebemos elogios relacionados aos educadores e considerações genéricas. As sugestões tiveram apontamentos relacionados à infraestrutura e organização do museu e à duração da visita. Podemos atribuir o grande número de avaliações em branco ao fato de que a avaliação é entregue ao final da visita e o responsável necessita preencher também o formulário de avaliação do próprio museu. Nesse sentido, é complexo avaliar a dedicação necessária considerando a logística do tempo da visita juntamente com o horário do ônibus e o interesse do responsável em contribuir com duas avaliações.



2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES

2.1 METODOLOGIA

Para setembro, calculamos 1/3 da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa. Para a pesquisa de alunos do ciclo Fundamental II, conforme orientação da UPPM por e-mail, o cálculo amostral foi feito com base na porcentagem de estudantes do ciclo Fundamental II que visitaram o museu no ano de

2018. Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 40 avaliações com alunos, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas as 44 avaliações.

2.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A pesquisa foi realizada no período de 4 de setembro a 9 de outubro de 2019 para que a quantidade estabelecida como amostragem fosse atingida.

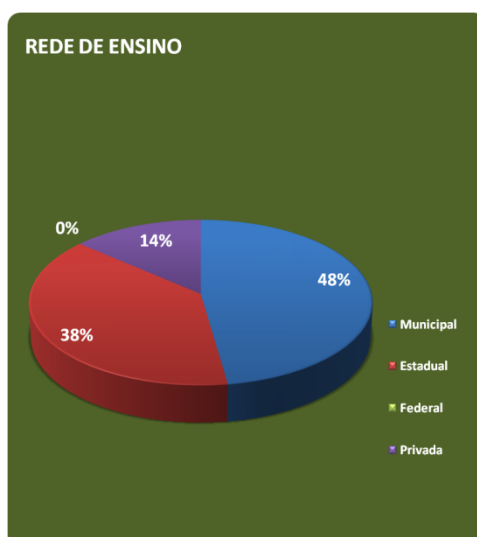
2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

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

2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES

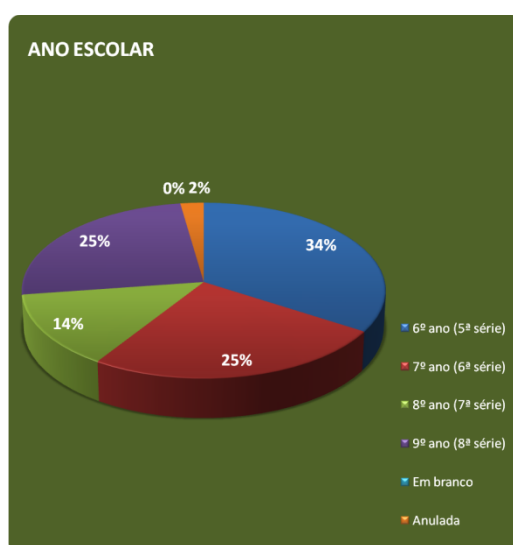
2.4.1 Rede de ensino

A rede de ensino predominante foi a do município de São Paulo (48%). Comparado à pesquisa anterior, mantivemos um aumento no número de escolas municipais, de 43% para 48%, e particulares, de 2% para 14% e, conseqüentemente, uma diminuição de instituições estaduais, de 55% para 38%.



2.4.2 Ano Escolar

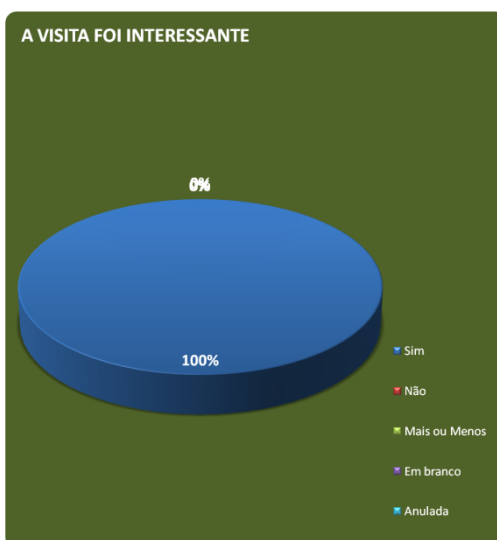
A escolha do Ciclo II ocorreu a partir de um mapeamento realizado em relação aos ciclos escolares atendidos com maior frequência entre os museus da SEC. Para este perfil de público, diferentemente das 3 pesquisas anteriores, quando a maior incidência de alunos era do 9º ano, tivemos o maior público oriundo do 6º ano (34%). Em seguida, tivemos um equilíbrio nas avaliações preenchidas pelos alunos do 7º e do 9º ano (25% e 25%, respectivamente).



2.5 SOBRE A VISITA

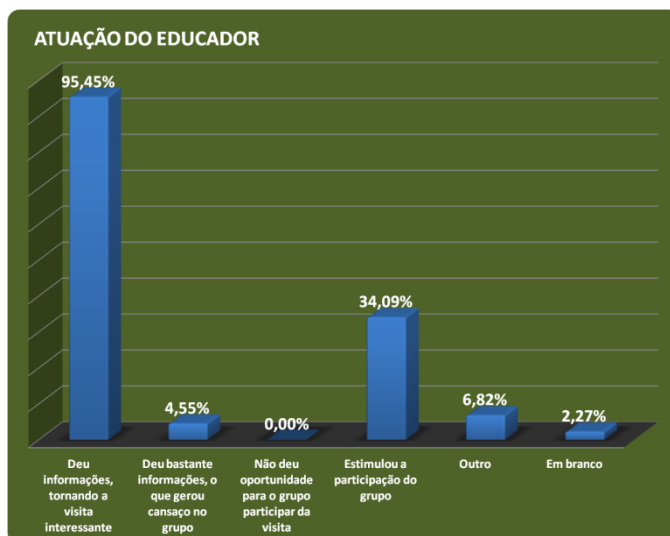
2.5.1 A visita foi interessante

No que diz respeito a visita, 100% dos alunos a consideraram interessante. Das avaliações que consideraram a visita interessante, os motivos mais citados foram: considerações genéricas (47,37%), tema (31,58%) e conteúdo (10,53%).



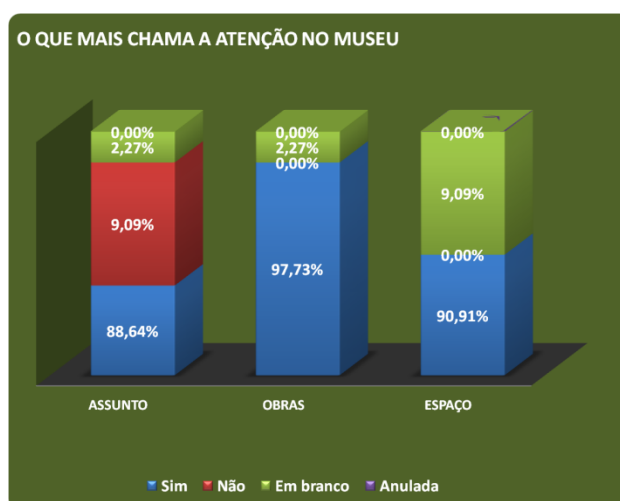
2.5.2 Avaliação da atuação do educador do museu

Os itens que receberam maior número de indicações pelos estudantes foram “deu informações, tornando a visita interessante” e “estimulou a participação do grupo”, que apareceram, respectivamente, em 95,45% e 34,09% das avaliações. A partir desses dados, é possível avaliar que o trabalho dos educadores foi considerado satisfatório no que diz respeito a mediar o acervo e os interesses do público durante a visita. Não houve mudanças significativas dos resultados dos 2 semestres passados para este semestre.



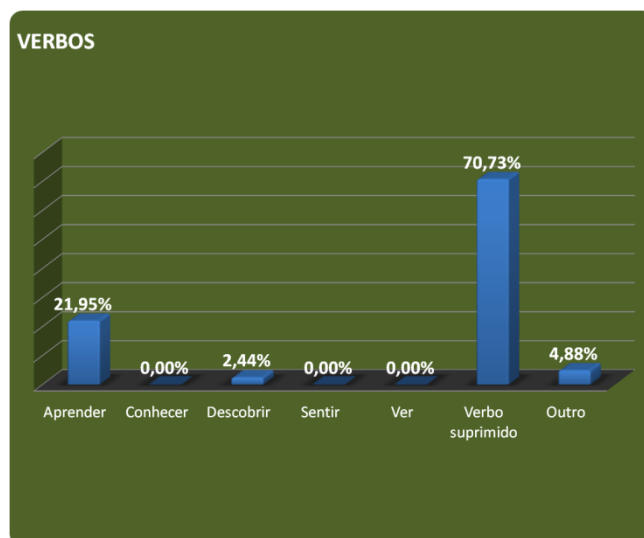
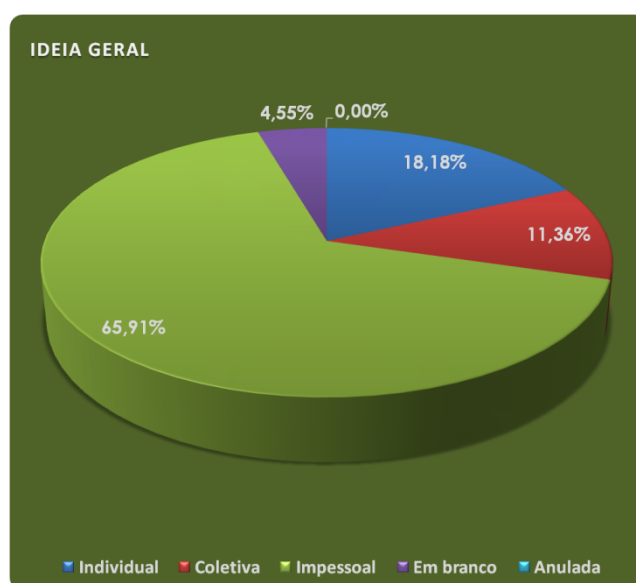
2.5.3 O que chama mais a atenção no museu

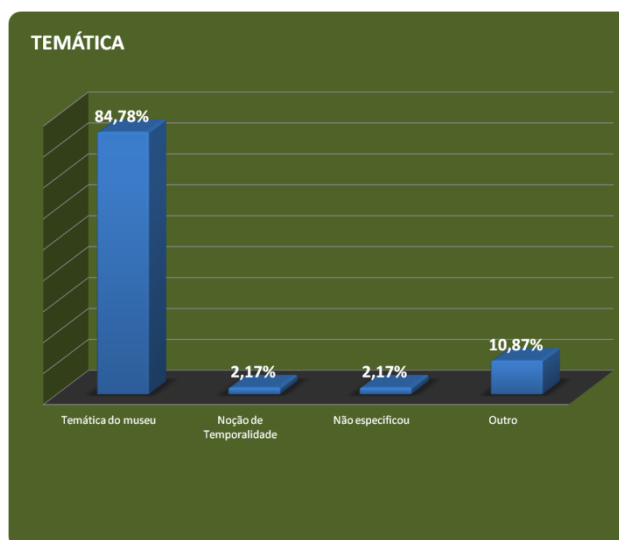
Referente ao que despertou mais atenção dos alunos durante a visita, tivemos 88,64% das respostas positivas com relação ao "assunto", 97,73% para "obras" e 90,91% para "espaço". Comparado aos resultados obtidos no semestre anterior, tivemos um aumento na avaliação positiva sobre o interesse referente ao "assunto da visita" de 79,55% para 88,64%. Nos demais itens, o resultado permanece muito satisfatório.



2.5.4 O que aprendeu ou descobriu na visita

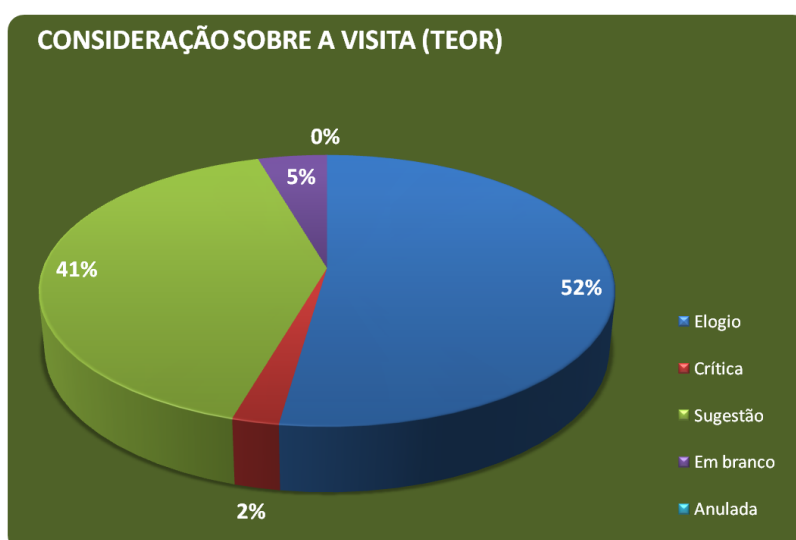
A ideia geral predominante é impessoal (65,91%), seguido por respostas de cunho individual 18,18%. Na maior parte das avaliações, totalizando 70,73%, o verbo foi suprimido e, em outros casos, foi utilizado "aprender" (21,95%), como constava na própria questão. Com relação ao tema, 84,78% dos estudantes citaram a "temática do museu" com principal aprendizado das visitas.

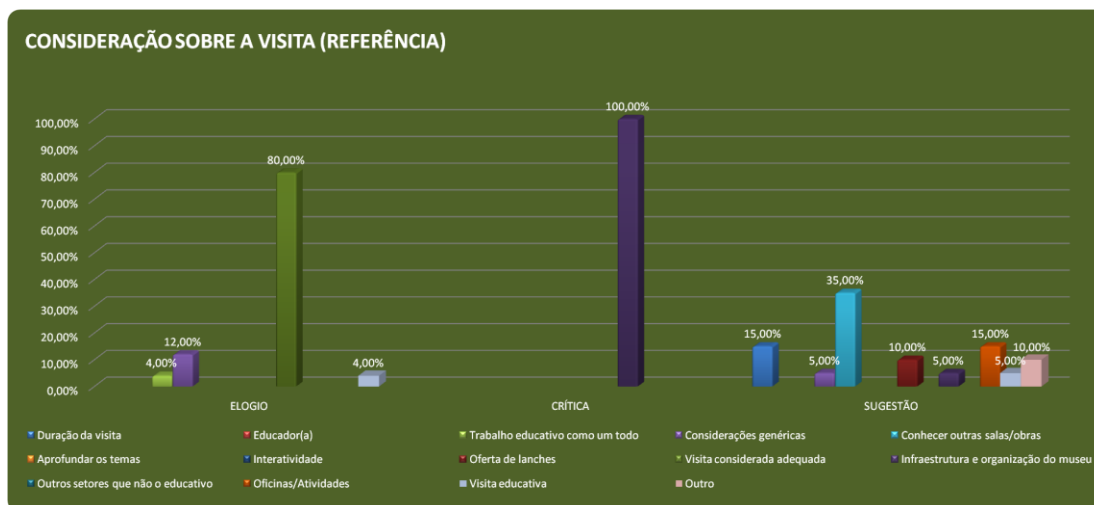




2.5.5 Sugestões e críticas para a melhoria da visita educativa ao museu

De modo geral, os estudantes realizaram elogios para a visita (52%). No mais, 41% apontaram sugestões e tivemos 5% das respostas em branco, não sendo possível identificar o motivo de tal incidência. Dos principais apontamentos, podemos citar os elogios sobre a visita educativa e algumas considerações genéricas. Como sugestões, apontamentos relacionados à: duração da visita, conhecer outros espaços do museu, oferece lanches e oferta de mais oficinas / atividades durante as visitas.





Os itens 2.5.4 e 2.5.5 foram realizados em planilha externa à enviada pela SEC devido a erros identificados nas fórmulas para a tabulação dos dados.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

O nível de satisfação dos professores foi de 98,31%, considerando a média ponderada das questões 4 e 6. Analisando os dados após a pesquisa realizada com os professores ficou destacado que os professores avaliaram a atuação dos educadores do museu com relação à adaptação de linguagem, abordagem do conteúdo e abertura para o diálogo dos alunos como ótimo ou bom. O nível de satisfação dos alunos foi de 97,27%. Importante salientar que 100% dos alunos consideraram a visita interessante.

Se comparado ao semestre anterior, o nível de satisfação dos professores teve um leve crescimento de 97,72% para 98,31% e, no caso dos alunos, de 95% para 97,27%. Quando cruzamos os resultados avaliados como ótimo na questão 4 "Como você avalia a atuação do educador do museu" da avaliação dos responsáveis com a questão 1 "A visita foi interessante?" da avaliação dos alunos, concluímos que a linguagem, conteúdo e abertura ao diálogo tornaram a visita interessante para o grupo.

De modo geral, a pesquisa foi bem recebida pelos professores e estudantes ainda que, para os responsáveis, houve a necessidade do preenchimento desta avaliação e da avaliação realizada pelo museu.

ANEXO I

MUSEU DO FUTEBOL

PESQUISA PROFESSORES

1 Com que antecedência você, professor(a), programou a visita?
 2 meses ou mais 1 Mês 2 semanas 1 semana Não programei Outro: _____

2 Por quais meios informou-se sobre o museu visitado?
 Site/Blog do museu Redes Sociais Folder Internet Escola Não me informei
 Outros. Quais? _____

3 Quais foram as principais dificuldades enfrentadas para realizar a visita?
 Transporte Tempo de Locomoção Infraestrutura do Museu Infraestrutura da escola
 Nenhuma Outras. Quais? _____
 Comentários: _____

4 Como você avalia a atuação do(a) educador(a) do museu em relação à:

	Otimo	Bom	Regular	Ruim
Linguagem adequada a faixa etária:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abordagem do conteúdo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abertura ao diálogo e participação:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5 Como você avalia o interesse dos alunos em relação à:

	Otimo	Bom	Regular	Ruim
Participação na visita:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição visitada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temática do museu (ex: arte, história, ciências, etc):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6 Você acredita que esta visita contribuirá com o trabalho desenvolvido em sala de aula?
 Sim Não. Por quê? _____

7 Em caso afirmativo, assinale **até 3** contribuições da visita ao museu para seus alunos:
 Contato com objetos museológicos Aprender sobre o tema específico do museu Passear
 Propiciar a socialização Complementar conteúdos curriculares Conhecer o museu
 Outros: _____

8 Você, professor(a), pretende realizar alguma atividade com seus alunos a partir da visita ao museu?
 Sim. Qual? _____
 Não. Por qual razão? _____


9 De que maneira poderíamos melhorar nosso trabalho? Dê sua sugestão:

Nome da Escola: _____
 Município: _____ Estado: _____
 Região da cidade de São Paulo em que se localiza a escola:
 Norte Sul Leste Oeste Centro A escola não é da cidade de São Paulo
 Cargo ocupado na escola: _____ Caso seja professor, qual disciplina leciona: _____
 E-mail do professor (opcional): _____

Data: ____/____/____ Horário: _____ Educador do Museu: _____
 Ciclo:
 Ed. Infantil Ens. Fundamental Ciclo I Ens. Fundamental Ciclo II Ens. Médio
 EJA Ens. Técnico Ens. Superior

nrº

ANEXO II



Olá estudante!
Queremos ouvir a sua opinião para melhorar
o nosso trabalho.

MUSEU DO FUTEBOL

Nome da Escola: _____

Ano Escolar/Série:

6º ano (5ª série)
 7º ano (6ª série)
 8º ano (7ª série)
 9º ano (8ª série)

1 A visita foi interessante?




SIM NÃO

Por quê? _____

2 Marque com um o que mais chamou sua atenção no educador do museu que fez a visita com seu grupo:
(marque no máximo 2 alternativas)

Deu informações, tornando a visita interessante.
 Deu bastante informações, o que gerou cansaço no grupo.
 Não deu oportunidade para o grupo participar da visita.
 Outro. O que? _____
 Estimulou a participação do grupo.

3 Assinale SIM ou NÃO nos itens abaixo que chamaram sua atenção durante a visita ao Museu:

		
O assunto do museu (Arte, Ciências, História, Literatura, etc.)	As obras observadas durante a visita	O espaço/prédio do Museu
<input type="radio"/> SIM <input type="radio"/> NÃO	<input type="radio"/> SIM <input type="radio"/> NÃO	<input type="radio"/> SIM <input type="radio"/> NÃO

4 O que você aprendeu ou descobriu nesta visita?

5 De que maneira poderíamos melhorar sua visita ao Museu? Dê sua sugestão.

Educador do Museu: _____ Data: ___/___/___ nº _____

Ação 34 – Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu

Comentário da mensuração 34.1: Número de visitas oferecidas

Comentário da mensuração 34.2: Número mínimo de visitantes

Os finais de semana e feriados são 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 e ao

Estádio. Durante o quarto trimestre, com a variedade de feriados e o recesso escolar, a procura e participação do público nas visitas educativas que contemplam tanto o Estádio quanto o museu foi um pouco maior do que no período anterior.

Ao longo do ano, as visitas conjugadas ao Estádio atraíram mais de 3.000 visitantes e se consolidaram como uma das atividades de maior sucesso oferecidas pelo Educativo. O notório interesse do público em conhecer as dependências do histórico Estádio do Pacaembu fomenta sua presença cada vez maior nessas visitas. Isso fez com que, durante o ano, ampliássemos a oferta dessas visitas de 2 para 4 por final de semana. Não somente a capacidade foi preenchida como a demanda seguiu alta. No total do ano, foram realizadas 171 visitas. A superação da meta não impactou no orçamento.

Tabela 5 - Relação das visitas ao estádio e número de participantes por mês

Tabela 5. Relação das visitas ao estádio e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Outubro	6	81	4
	13	50	3
	19	46	3
	20	87	4
	26	81	4
	27	41	4
Total Outubro		386	22
Novembro	3	95	4
	9	32	3
	30	44	3
Total Novembro		171	10
Dezembro	1	61	4
	8	31	3
	21	37	2
	22	35	3
	28	111	4
	29	115	4
Total Dezembro		390	20
Total do trimestre		947	52



Figura 12 - O educador Diego realiza visita conjugada para o público espontâneo

Ação 35 – Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo

Comentário da mensuração 35.1: Quantidade de atividades oferecidas

Comentário da mensuração 35.2: Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

Como já mencionado acima, a variedade de feriados e o início do recesso escolar possibilitou oferecer um número maior de atividades ao público espontâneo que se encontrava no museu.

As tabelas abaixo apresentam a distribuição das atividades ao longo do trimestre e do ano, bem como seu respectivo alcance de público.

No total do ano, o Educativo ofereceu 181 atividades, entre jogos, dinâmicas e oficinas durante os finais de semana e feriados e atendeu 4.459 visitantes. A superação da meta não impactou no orçamento.

Tabela 6 - Resumo da quantidade de jogos, atividades e dinâmicas oferecidos e da quantidade de público atendido

Tabela 6. Resumo da quantidade de atividades, dinâmicas e jogos oferecidos e da quantidade de público atendido								
Ação 35	Tipos de atividades oferecidas				Público atendido			
	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina
Outubro	3	8	1	1	77	273	5	40
Novembro	9	9	1	3	143	134	12	40
Dezembro	7	5	0	1	141	61	0	12
Total	19	22	2	5	361	468	17	92
Resultado Realizado	48				938			
Resultado mínimo previsto	26				520			
ICM (trimestre)	185%				180%			

Ação 36 – Visitas para famílias aos finais de semana e feriados

Comentário da mensuração 36.1: Número mínimo de visitas

Comentário da mensuração 36.2: Número mínimo de público atendido

Da mesma maneira que ocorreu com as atividades e as visitas conjugadas ao Estádio, as visitas mediadas somente no museu também foram beneficiadas pelos feriados e início do recesso escolar.

Oferecidas aos domingos e quando não há, por alguma razão, a possibilidade da realização da visita conjugada, a visita mediada ao museu sempre contou com participação e interesse do público. Ao longo do ano, foram realizadas 232 visitas que contaram com a presença de 3.381 visitantes.

Tabela 7 - Relação das visitas ao museu e número de participantes por mês

Tabela 7. Relação das visitas ao museu e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Outubro	5	66	3
	8	18	1
	12	100	4
	13	10	1
	19	27	1
	26	12	1
Total Outubro		233	11
Novembro	2	19	4
	7	1	1
	10	26	3
	15	45	3
	16	59	3
	17	29	2
	20	20	2
	23	60	4
	24	44	4
	30	20	1
Total Novembro		323	27
Dezembro	7	19	4
	14	38	4
	15	23	1
Total Dezembro		80	9
Total do trimestre		636	47

PROGRAMA EDUCATIVO

Neste período, com patrocínio da Evonik e da Verde Asset, o Educativo pôde oferecer ônibus e lanches para grupos indicados pela empresa, proporcionando a visita educativa para públicos diversificados.

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Trimestral		
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
38	Criação de material educativo para exposições temporárias	31.1	Meta-produto	Número de materiais criados	1º trimestre	0	0
					2º trimestre	1	1
					3º trimestre	0	0
					4º trimestre	1	0
					META ANUAL	2	1
					ICM %	100%	50%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada
39	Oferecimento de ônibus e lanche para público especial agendado para visitas educativas	32.1	Meta-produto	Número de ônibus oferecidos	1º trimestre	15	0
					2º trimestre	10	4
					3º trimestre	10	5
					4º trimestre	15	21
					META ANUAL	50	30
					ICM %	100%	60%
					Período	Meta Prevista	Meta Realizada

Ação 39: Oferecimento de ônibus e lanche para público especial agendado para visitas educativas

Comentário da mensuração 39.1: Nº de ônibus oferecidos

Durante o ano de 2019, com patrocínio da Evonik, o Educativo pôde oferecer 15 ônibus para instituições que, sem o auxílio do transporte, não conseguiriam realizar a visita ao museu. Além disso, a própria Evonik indicou mais 10 instituições que, além do transporte, receberam lanche após a visita. A empresa Verde Asset patrocinou a vinda de 5 ônibus ao museu, também com o lanche.

Entre as instituições selecionadas pelo Educativo, encontram-se instituições sociais, tais como CCAs, NCIs, ILPIs, CAs, CAPSs e CTAs, todas elas com foco em atender e acolher públicos em situação de vulnerabilidade. Algumas escolas públicas sem verba para transporte também foram selecionadas.

No total do ano, foram disponibilizados 30 ônibus que trouxeram ao museu para visitas educativas 1.122 visitantes.

Abaixo, lista das instituições que visitaram o museu com verba do patrocínio durante ano.

Tabela 8 - Instituições beneficiadas com transporte

Ônibus_Lanches_Contemplados_2019								
DATA	HORÁRIO	INSTITUIÇÃO	Nº VISITANTES	IDADE	NATUR EZA	LANC HE	ÔNIB US	PATROC ÍNIO
08/05/2019	10h	Colegio_Mao_Amiga	40	10 a 14 anos	ONG	SIM	SIM	VERDE ASSET
17/05/2019	15h	Crianca_Brasil_Estadio	33	10 a 14 anos	ONG	SIM	SIM	VERDE ASSET
05/06/2019	9h	ASA	38	10 a 14 anos	ONG	SIM	SIM	VERDE ASSET
07/06/2019	13h30	Instituto_Acaia	37	10 a 14 anos	ONG	SIM	SIM	VERDE ASSET
02/07/2019	9h	Evonik_EMEF_Bartolomeu_Campos_de_Queir	42	10 a 14 anos	EM	SIM	SIM	EVONIK

019		os_Grupo_Lanche		anos				
26/07/2019	9h	Evonik_Lar_Girassol_SBA_Residencial_Lanche_Flor_Cafe_Estadio	32	60 anos ou mais	INTS	SIM	SIM	EVONIK
28/08/2019	9h	Evonik_SBA_Girassol_Lanche_Flor_Cafe	42	5 a 9 anos	ONG	SIM	SIM	EVONIK
30/08/2019	15h	Evonik_EE_Jandyra_Vieira_Cunha_Barra_Lanche_Flor_Cafe_Estadio	40	10 a 14 anos	EE	SIM	SIM	EVONIK
05/09/2019	15h	Evonik_EE_Jandyra_Vieira_Cunha_Barra_Lanche_Flor_Cafe	43	10 a 14 anos	EE	SIM	SIM	EVONIK
09/10/2019	13h	EDU_Onibus_SME_EMEFM_PROF_DERVILLE_ALLEGRETTI	39	5 a 9 anos	EM	NÃO	SIM	EDU_MF
29/10/2019	12h	EDU_Onibus_CTA_Mooca_I_N_Sra_Gracas	47	35 a 39 anos	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
07/11/2019	14h	EDU_Onibus_ACDEM_V_JD_Helena	36	15 a 19 anos	ONG	NÃO	SIM	EDU_MF
13/11/2019	15h	Evonik_EE Sapopemba_Lanche_Flor_Cafe	42	10 a 14 anos	EE	SIM	SIM	EVONIK
19/11/2019	15h	Evonik_Quadra_do_Xuxa	42	Varia da	ESP	SIM	SIM	EVONIK
22/11/2019	15h	Evonik_Quadra_do_Xuxa_Estadio	42	Varia da	ESP	SIM	SIM	EVONIK
28/11/2019	14h	EDU_Onibus_CCA_Sito_Da_Casa_Pintada	29	10 a 14 anos	ONG	NÃO	SIM	EDU_MF
29/11/2019	9h	VERDE_ASSET_EE_Ministro_Costa_Manso	32	15 a 19 anos	EE	SIM	SIM	VERDE ASSET
03/12/2019	10h	EDU_Onibus_EE_Profa_Etelvina_Goes_Marccucci	40	15 a 19 anos	EE	NÃO	SIM	EDU_MF
05/12/2019	10h	EDU_Onibus_CCA_Bandeirantes_Universal	40	10 a 14 anos	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
06/12/2019	10h	EDU_Onibus_SMPED_Associacao_Bem_Viver	41	10 a 14 anos	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
06/12/2019	13h	EDU_Onibus_CCA_Seguir_Sonhando	42	10 a 14 anos	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
10/12/2019	10h	EDU_Onibus_CCA_PROCEDU_Itaim_Paulista	35	10 a 14	ONG	NÃO	SIM	EDU_MF

				anos				
10/12/2019	13h	EDU_Onibus_ILPI_Casa_Verde	17	60 anos ou mais	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
11/12/2019	10h	EDU_Onibus_EE_Maria_Antonietta_Martins_Almeida	35	10 a 14 anos	EE	NÃO	SIM	EDU_MF
12/12/2019	10h	EDU_Onibus_CCA_Amanha_SER	39	5 a 9 anos	ONG	NÃO	SIM	EDU_MF
12/12/2019	14h30	EDU_Onibus_Coletivo_Memoria_Resistencia_Nucleo_Aprendendo_Viver	44	60 anos ou mais	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
13/12/2019	10h	EDU_Onibus_CAPS_Infantojuvenil_II_Cidade_Lider	26	5 a 9 anos	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
13/12/2019	13h	EDU_Onibus_SMDHC_C_A_BARRA_FUNDA_I	19	40 a 44 anos	INTS	NÃO	SIM	EDU_MF
18/12/2019	9h	Evonik_Quadra_do_Xuxa	44	10 a 14 anos	ESP	SIM	SIM	EVONIK
18/12/2019	9h	Evonik_Quadra_do_Xuxa	44	10 a 14 anos	ESP	SIM	SIM	EVONIK
TOTAL			30	1122				



Figura 13 - Educadora Bruna acompanha o grupo durante o lanche após a visita educativa

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Dentre as realizações do Programa no ano de 2019, destacam-se àquelas voltadas à divulgação da exposição temporária “**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol”, em cartaz de 28 de maio a 20 de outubro, cujo relatório está em anexo ao relatório do 2º trimestre e que contou com uma articulação constante e consistente junto à imprensa tradicional e influenciadores digitais, anúncios em mobiliário urbano e em veículos parceiros, linha editorial de postagens nas redes sociais - tanto sobre a mostra em si como acerca das atividades transversais, educativas, da programação cultural e do CRBF -, além de promoções de bilheteria visando ao incremento de público.

Foram 209 matérias publicadas na imprensa, representando uma equivalência publicitária de R\$ 31.133.748,00 e 297 posts produzidos pelo Museu, que tiveram 1.065.336 impressões e 73.973 envolvimento, resultando em uma taxa de engajamento altíssima de 6,9%. Como comparativo, no mercado, a taxa de engajamento de 1% é considerada sucesso.

Quanto às promoções na bilheteria, foi realizado um fim de semana gratuito (06 e 07/06, semifinal e final da Copa do Mundo de Futebol Feminino respectivamente) como um oferecimento do Itaú, patrocinador da exposição, e entrada gratuita em dois momentos: no dia da final entre Brasil x Chile da Copa Über de Seleções Femininas, para todos os torcedores que foram ao jogo no dia 1º/9; e às mulheres no último fim de semana da mostra, dias 19 e 20/10. A promoção do último fim de semana da exposição repercutiu enormemente nas redes sociais, sendo replicada por jogadoras de futebol e outros influenciadores a partir de um trabalho ativo de relacionamento da equipe de comunicação. Os posts foram replicados em perfis que somam mais de 3 milhões de seguidores.

Já no 4º trimestre de 2019, dentro do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional destacam-se as iniciativas relacionadas a seguir:

Como forma alternativa de divulgar o Museu do Futebol junto a turistas, foram distribuídos, em outubro, 4 mil folhetos bilíngues sobre o Museu em hotéis da

região da Av. Paulista e nos Centros de Informação Turística (CIT) mantidos pela Prefeitura de São Paulo. A ação será repetida e ampliada em 2020, já que se constatou a demanda por esse tipo de material por parte dos *consierges* dos hotéis, atendentes dos CITs e recepção de *hostels*.

No dia 21 de novembro, como uma parceria entre o Museu, a Associação Brasileira de Comunicação (ABRACOM) e parceiros, e SISEM-SP, foi promovida, no Museu do Futebol, uma palestra sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). A nova lei que entra em vigor em agosto de 2020 afetará sobremaneira a atividade de comunicação direta – envio de releases, newsletters e e-mails marketing, por exemplo – incluindo o mercado como um todo e também as instituições culturais. Para o evento, foram convidados além do público em geral, representantes da SEC e profissionais de comunicação de todas as OSs do Governo do Estado de São Paulo.

Em dezembro, foi lançada a campanha “Chuteira para Todos”, como parte da ação Sonhar o Mundo da SEC. A campanha teve objetivo de arrecadar calçados esportivos em bom estado para beneficiar 14 projetos sociais de favelas, comunidades ribeirinhas e indígenas dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, além das regiões do Tapajós (Pará) e do Xingu (Mato Grosso). A ação, uma parceria do Museu do Futebol com o GINGA.FC – instituição que trabalha o futebol como ferramenta socioeconômica para gerar transformações sociais – esteve vigente até dia 25 de janeiro de 2020. Como forma de estimular as doações, quem doasse a chuteira entrava de graça no Museu.

A agência pro-bono do Museu, a Lew´Lara\TBWA, criou uma nova campanha para a divulgação do equipamento, que foi ao ar em novembro e que pautará a comunicação do Museu ao longo de 2020. Em linhas gerais, a campanha é composta por uma palheta de cores vivas, texturas compostas por objetos ícones do futebol (apitos, bolas, bandeiras) e frases inclusivas e divertidas como “O Museu do Bi, do Tri e do Trans”, “Pode vir de carrinho que o bebê não paga”, “O Museu das mina jogadora e das jogadeira”, “O museu do fiz que fui, não fui e acabei fondo”, encerradas por “É disse que o povo gosta”. Um modo divertido e leve de se comunicar e que traduza própria linguagem do universo do futebol brasileiro.

Em relação às parcerias de mídia, no trimestre, foram firmados acordos com o site Guia da Semana e com a Revista Cult e houve a inserção de anúncios do Museu nos veículos já parceiros – Revista Piauí e Portal UOL –, bem como em publicações da

Edições Globo Condé (Revista Glamour e GQ Brasil) e nas redes sociais e em programa da plataforma de *streaming* DAZN. No ano, contabilizou-se nove parcerias com veículos de comunicação e diversas outras visando à divulgação do equipamento.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
45	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação	45.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)	1º Tri	-	1
					2º Tri	2	2
					3º Tri	2	2
					4º Tri	-	4
					META ANUAL	4	9
					ICM%	100%	225%
46	(PCDI) Inserções na mídia	46.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	500	529
					2º Tri	700	1.018
					3º Tri	500	547
					4º Tri	500	852
					META ANUAL	2.200	2.946
					ICM%	100%	100%
47	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	47.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	50.000	61.159
					2º Tri	50.000	193.407
					3º Tri	60.000	114.339
					4º tri	50.000	55.513
					META ANUAL	210.000	424.418
					ICM%	100%	100%
		47.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	4.000	5.627
					2º Tri	4.500	4.773
					3º Tri	4.500	5.040
					4º tri	4.000	5.008
					META ANUAL	17.000	20.448
					ICM%	100%	100%



DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ação 45: Parcerias com veículos de comunicação Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)

Ao longo de 2019 foram firmadas parcerias com a **Rádio Globo**, **Revista Piauí** e o **Portal UOL** (essas duas últimas foram renovações, já que os acordos são anuais), **JCDecaux** e **Ótima** (detentores de espaços publicitários em mobiliário urbano da cidade), **Edições Globo Condé Nast** (para anúncio revistas Glamour e GQ Brasil, edição de dezembro 2019/janeiro de 2020, e posts nas redes sociais da Revista Glamour), com a plataforma de streaming **DAZN** (para veiculação de banner do Museu, no mês de outubro), e, por fim, firmadas novas parcerias com o site **Guia da Semana** e **Revista CULT**, em dezembro, para banners no site e anúncios na revista, respectivamente, totalizando 9 parcerias no ano. A superação da meta não onera o contrato de gestão, já que todas as parcerias são por permuta.

Em 2020, pretende-se ampliar ainda mais o número de parcerias com veículos de comunicação, bem como parcerias voltadas à divulgação do equipamento a exemplo do que foi feito em 2019 junto à organização do campeonato Taça das Favelas - o acordo previu a veiculação da marca do Museu e da SEC em placas ao redor de campos de futebol em regiões periféricas palco do torneio -, junto à SPTrans para postagens nas redes sociais e fixação de cartazes da exposição "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol" em terminais de ônibus, e diversas outras.

A tabela abaixo apresenta os anúncios impressos veiculados nos parceiros de mídia, no período de outubro a dezembro:

Veículo	Imagem
<p>Revista Piauí Total de 3 anúncios</p> <p>Edições: Outubro (1/2 pág) Novembro (1/4 pág) Dezembro (1/4 pág)</p>	 <p>Outubro</p> <p>Novembro</p> <p>Dezembro</p>
<p>Edições Globo CondéNast Total de 2 anúncios</p> <p>Revista Glamour 1 anúncio na edição de dezembro 2019/janeiro 2020 de página inteira</p> <p>Revista GQ Brasil 1 anúncio na edição de dezembro 2019/janeiro 2020 de página inteira</p>	 <p>Revista Glamour</p> <p>Revista CQ Brasil</p>

Ação 46: Inserções na mídia

Justificativa da superação da meta: Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)

A publicação de matérias em veículos de imprensa é mídia espontânea (ou seja, não paga), resultado do trabalho cotidiano de relacionamento do IDBrasil junto a jornalistas, por meio do envio de releases, notas e informações, além do atendimento às suas demandas específicas. Por se tratar de uma meta com previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável e não onera o Contrato de Gestão. Este ano, contribuiu para a superação da meta a publicação de matérias por agências de notícia - incluindo rádio, por exemplo - que redistribuem o material para veículos de todo o país.

Detalhamento da meta: Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)

Obteve-se como resultado do trabalho de Assessoria de Imprensa 852 inserções em veículos de comunicação de todo o País no quatro trimestre de 2019.

Os destaques: os últimos dias da exposição "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol", em outubro; a instalação "Pelé Mil Gols" realizada em novembro e alusiva aos 50 anos do milésimo gol do jogador, a exibição da final do campeonato Libertadores da América em telão na área externa do Museu, em novembro, e a exibição da partida final do Mundial de Clubes, também em telão, em dezembro - ambas as finais foram protagonizadas pelo clube de futebol Flamengo. Soma-se a esses destaques a campanha "Chuteira para Todos", em dezembro.

Algumas matérias veiculadas estão demonstradas no item "Clipping: destaques do mês", nas "Rotinas e obrigações" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

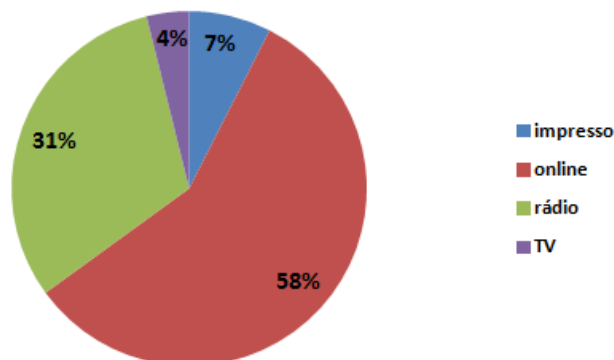
Segue a quantidade de menções e/ou matérias que saíram na mídia no 4º trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Inserções
Outubro	148
Novembro	320
Dezembro	384

Total de 852 inserções, sendo:

- 64 matérias impressas
- 490 inserções online
- 265 inserções em rádio
- 33 inserções em TV

Análise por mídia



Ação 47: Canais de Comunicação com os diversos segmentos de público **Justificativa da superação da meta 47.1: Número mínimo de visitantes virtuais**

A superação da meta não onera o contrato de gestão e, no 4º trimestre, foi relativamente próxima ao previsto. Vale ressaltar que ainda estão sendo contabilizados os acessos ao *hotsite* da exposição temporária "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol", finalizada em 20 de outubro, e também os acessos ao site "Museu do Impedimento" muito embora esse projeto tenha finalizado em meados de junho. Em 2020, os acessos nesses dois sites - exposição temporária **CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol e Museu do Impedimento- não serão mais contabilizados.

Os números de visitantes virtuais (acessos únicos) estão totalizados abaixo:

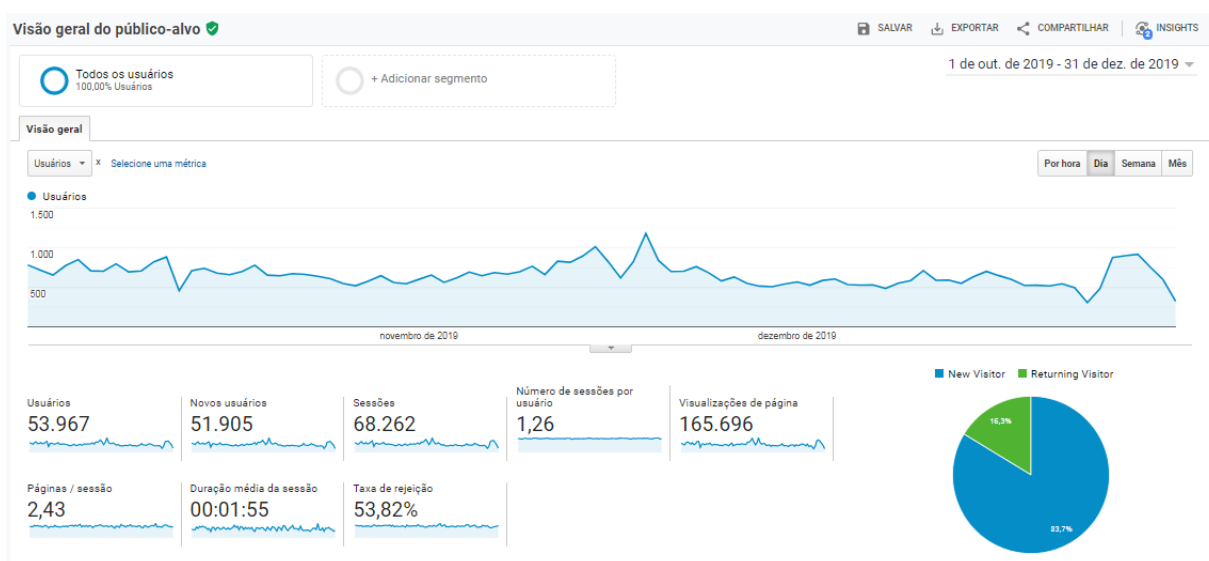
	out	nov	Dez
Acessos Virtuais no site do Museu do Futebol	19.022	17.307	16.373
Acessos Virtuais no site da exposição CONTRA-ATAQUE!	1.782	342	232
Acessos Virtuais no site do Museu do Impedimento	196	146	113
Total	21.000	17.795	16.718
TOTAL DO TRIMESTRE			55.513

Ressalta-se que nem o *hotsite* da exposição "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol", nem o sítio do "Museu do Impedimento" não oneraram o contrato de gestão. O primeiro foi realizado com recursos da Lei Federal de Incentivo à Cultura e o segundo por meio de parceria com o Google.

Em 2020, será desenvolvido um novo site para o Museu do Futebol, em plataforma de código aberto, mais versátil e com melhores possibilidades de integração de novas funcionalidades e recursos de acessibilidade. O site atual, construído em plataforma proprietária - como era mais comum na época em que foi desenvolvido - já não possui todos os atributos desejáveis para uma boa experiência de navegação, sendo defasado também com relação aos padrões de acessibilidade mais recentes. O novo site deverá ser lançado por volta de junho e deverá contemplar melhorias como sistema de agendamento de grupos escolares, acessibilidade universal em cumprimento às diretrizes WCAG2, fácil inclusão de conteúdos multimídia, área específica para artigos produzidos pelo CRFB, dentre outras.

SITE DO MUSEU DO FUTEBOL

O pico de visitação foi registrado em datas no início de dezembro, em pleno período de férias escolares, o que corrobora os dados de bilheteria - é uma época em que o Museu é bastante procurado para visitação, o que causa também maior fluxo no site em busca de informações de serviço.



Outubro de 2019 – 19.022 usuários
 Novembro de 2019 – 17.307 usuários
 Dezembro de 2019 – 16.373 usuários

O Brasil continua, naturalmente, sendo o país de origem da maior parte dos visitantes virtuais (95,64%). Os Estados Unidos aparecem em segundo lugar, mesma colocação que no relatório trimestral anterior.

	53.967 Porcentagem do total: 100,00% (53.967)	51.953 Porcentagem do total: 100,00% (51.903)	68.262 Porcentagem do total: 100,00% (68.262)	53,82% Média de visualizações: 53,82% (0,00%)	2,43 Média de visualizações: 2,43 (0,00%)	00:01:55 Média de visualizações: 00:01:55 (0,00%)
1. Brazil	51.745 (95,64%)	49.651 (95,57%)	65.606 (96,11%)	53,30%	2,44	00:01:56
2. United States	970 (1,79%)	956 (1,84%)	1.026 (1,50%)	79,14%	1,61	00:00:38
3. (not set)	141 (0,26%)	137 (0,26%)	147 (0,22%)	85,03%	1,35	00:00:42
4. Argentina	118 (0,22%)	116 (0,22%)	140 (0,21%)	60,00%	2,01	00:01:37
5. Chile	94 (0,17%)	89 (0,17%)	107 (0,16%)	61,68%	2,00	00:00:54
6. Portugal	94 (0,17%)	93 (0,18%)	106 (0,16%)	64,15%	1,90	00:01:00
7. United Kingdom	92 (0,17%)	88 (0,17%)	154 (0,23%)	44,81%	2,88	00:03:12
8. Canada	59 (0,11%)	56 (0,11%)	64 (0,09%)	53,12%	2,47	00:01:07
9. France	59 (0,11%)	57 (0,11%)	67 (0,10%)	53,73%	2,55	00:01:30
10. Germany	56 (0,10%)	54 (0,10%)	63 (0,09%)	68,25%	1,94	00:00:55

E

A homepage do site é a página mais acessada, seguida do espaço com informações de serviço - horário de funcionamento e ingressos. Em terceiro lugar vêm as consultas à agenda.

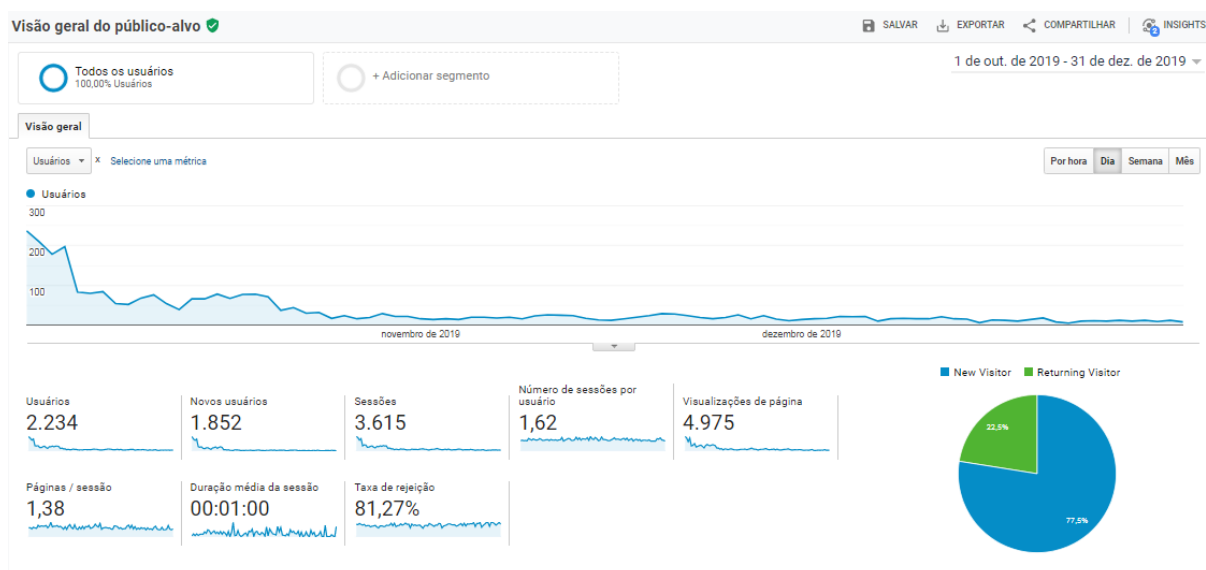
Página	Visualizações de página	Visualizações de páginas únicas	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeição	Porcentagem de saída
	165.696 Porcentagem do total: 100,00% (165.696)	127.789 Porcentagem do total: 100,00% (127.789)	00:01:20 Média de visualizações: 00:01:20 (0,00%)	68.260 Porcentagem do total: 100,00% (68.260)	53,82% Média de visualizações: 53,82% (0,00%)	41,20% Média de visualizações: 41,20% (0,00%)
1. /	49.787 (30,05%)	34.623 (27,09%)	00:00:56	32.797 (48,05%)	34,51%	36,16%
2. /pagina/horarios-e-ingressos	38.140 (23,02%)	31.478 (24,63%)	00:02:26	15.827 (23,19%)	73,57%	57,65%
3. /agenda	14.672 (8,85%)	10.717 (8,39%)	00:00:43	3.867 (5,67%)	57,03%	27,71%
4. /pagina/exposicao-longa-duracao	3.303 (1,99%)	2.909 (2,28%)	00:02:17	521 (0,76%)	72,55%	46,20%
5. /agenda/dia/2018-03-18?cat=5	2.309 (1,39%)	1.768 (1,38%)	00:00:31	108 (0,16%)	58,33%	13,17%
6. /pagina/trabalhe-conosco	1.923 (1,16%)	1.490 (1,17%)	00:02:01	1.279 (1,87%)	71,62%	75,35%
7. /pagina/planejamento	1.918 (1,16%)	1.629 (1,27%)	00:02:19	498 (0,73%)	66,27%	41,08%
8. /pagina/estacionamento	1.321 (0,80%)	1.128 (0,88%)	00:02:10	545 (0,80%)	82,94%	58,67%
9. /pagina/quem-somos	1.298 (0,78%)	1.093 (0,86%)	00:03:03	223 (0,33%)	73,99%	44,45%
10. /pagina/transporte-publico	1.217 (0,73%)	1.100 (0,86%)	00:02:46	501 (0,73%)	85,83%	59,49%

A busca orgânica continua sendo a maior fonte de tráfego para o site do Museu do Futebol, e com uma das menores taxas de rejeição (neste quesito, apenas o tráfego referenciado a partir de outras fontes tem taxa de rejeição mais baixa), conforme mostra o gráfico a seguir.

	Aquisição			Comportamento		
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	53.967	51.905	68.262	53,82%	2,43	00:01:55
1 Organic Search	40.967			50,05%		
2 Direct	6.792			59,15%		
3 Paid Search	4.984			78,93%		
4 Referral	1.204			55,92%		
5 Social	1.086			62,61%		
6 Email	101			61,72%		
7 (Other)	20			16,00%		

HOTSITE DA EXPOSIÇÃO CONTRA-ATAQUE! AS MULHERES DO FUTEBOL

Registrou pico de visitação entre os dias 1º e 4 de outubro.



A maior parte do tráfego registrado no hotsite vem de acessos diretos.

	Aquisição			Comportamento		
	Usuários ↓	Novos usuários ↓	Sessões ↓	Taxa de rejeição ↓	Páginas / sessão ↓	Duração média da sessão ↓
	2.234	1.852	3.615	81,27%	1,38	00:01:00
1 Direct	1.435			83,90%		
2 Social	376			89,82%		
3 Organic Search	310			54,95%		
4 Referral	119			85,38%		
5 Paid Search	8			50,00%		

Como esperado, a maior parte dos acessos veio a partir do Brasil, embora a existência de uma versão em inglês tenha trazido tráfego de outros países.

País	Usuários	Porcentagem do Usuários
1. Brazil	2.043	91,45%
2. United States	136	6,09%
3. India	11	0,49%
4. Portugal	6	0,27%
5. China	5	0,22%
6. United Kingdom	4	0,18%
7. (not set)	4	0,18%
8. Japan	3	0,13%
9. Argentina	2	0,09%
10. Canada	2	0,09%

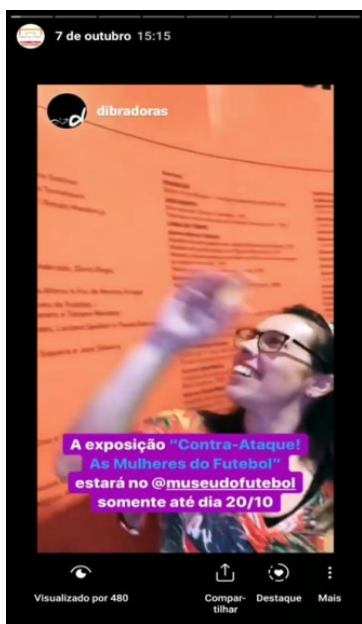
Justificativa da mensuração 47.2: Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)

No contexto da exposição "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol", o Museu acionou, além das embaixadoras da mostra - as Dibradoras, a ex-jogadora Milene Domingues, a jogadora Julia Rosado (Juju Gol) - uma série de influenciadores, principalmente jogadoras da Seleção Brasileira de Futebol Feminino, para repercutir a promoção de gratuidade às mulheres no último fim de semana de exibição. A promoção alcançou, como mencionado anteriormente, 3 milhões de internautas.

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	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado Novos seguidores em 2019	Número de seguidores em 31/12/2019
Facebook	1.788	1.169	1.304	2.369	6.630	75.511
Twitter	327	320	423	294	1.364	25.512
Instagram	3.242	2.579	2.957	1.962	10.740	25.615
Youtube	268	700	348	380	1.696	4.300
Spotify	2	5	8	3	18	794
Total	5.627	4.773	5.040	5.008	20.448	131.732

Seguem exemplos de compartilhamentos feitos por jogadoras e embaixadoras da exposição "**CONTRA-ATAQUE!** As Mulheres do Futebol" acerca da promoção às mulheres no fim de semana da mostra:



PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

Como ocorre anualmente, no quarto trimestre há a renovação do AVCB e do Alvará de funcionamento. Ambos os documentos foram emitidos com sucesso. As melhorias na infraestrutura e segurança realizadas no período foram: troca dos DVR's do CFTV, ampliando a capacidade de armazenamento de imagens; melhoria do sistema de sprinklers, atendendo a recomendações da seguradora; instalação de sistema "Tag out" e "Lock out" durante a execução de serviços que requerem manipulação da rede elétrica, garantindo uma maior segurança aos colaboradores. As máquinas de ar-condicionado também passaram por reparos no período.

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
49	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	49.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
50	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	50.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
51	(PED) Renovação de Seguros	51.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%

52	(PED) Aquisição de peças para reparo em duas máquinas de ar condicionado na Sala Jogo de Corpo	52.1	Meta produto	Aquisição de peças	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
53	(PED) Instalação de cortinas de ar condicionado em saídas de sala expositivas (3 saídas)	53.1	Meta produto	04 máquinas instaladas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	4	4
					META ANUAL	4	4
					ICM%	100%	100%
54	(PED) Aprimoramento do sistema de segurança e combate a incêndio: interligação da bomba de água à linha de sprinklers	54.1	Meta produto	01 serviço executado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
55	(PED) Sistema de TagOut nos quadros elétricos	55.1	Meta produto	01 sistema implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%


56	(PED) Aprimoramento do sistema de segurança e combate a incêndio: aquisição de 05 extintores com maior autonomia e movimentação sobre rodas	56.1	Meta produto	05 extintores adquiridos	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	5	5
					META ANUAL	5	5
					ICM%	100%	100%
57	(PED) Troca do DVR´s do CFTV	57.1	Meta-Produto	Número de DVR´s trocados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	2	2
					META ANUAL	2	2
					ICM%	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

Ação 49: Renovação do AVCB(auto de vistoria do Corpo de Bombeiros)

Comentário da Mensuração 49.1

O auto de vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB) foi renovado neste último trimestre e a Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. Válido até 05.11.2020.




POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO

CORPO DE BOMBEIROS

AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS

AVCB Nº 438046




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

Projeto Nº: 21236/0300082034 Bateria: CONSOLIDADO Nº: 0
 Endereço: PRAÇA CHARLES MILLER
 Complemento:
 Município: SÃO PAULO
 Ocupação: CENTRO ESPORTIVO I MUSEU II 31
 Proprietário: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
 Responsável pelo Uso: ESTÁDIO MUNICIPAL PAULO MACHADO DE CARVALHO
 Responsável Técnico: TIAGO TIBERIO MARCATI
 CREA(CAD): 50523/0010 ARTNº: 28627/2019133056
 Área Total (m²): 3580,53 Área Aprovada (m²): 3580,53
 Validade: 31/10/2020
 Vistoriador: 1. TEN PM WESLEY GUILHERME ANDRADE DA SILVA
 Homologação: TEN PM RARA ALEXANDRE SCHNEIDER

OBSERVAÇÕES: LOTAÇÃO: (MÁXIMO 2.500 PESSOAS) / ESTÁDIO - (MÁXIMO 100 PESSOAS). PROIBIDO O USO DE ARTIFÍCIOS PIROTECNICOS, MANEJES EMAS, CLASSE C E LA CONDENSES PREVISTO NO ARTIGO 10 E PARÁGRAFO ÚNICO DA PORTARIA Nº CB-099/96/19. O INTERESSADO DEVERÁ SUBSTITUIR O PRELITO TÉCNICO FÍSICO POR PROCESSO EM FORMATO ELETRÔNICO, ATÉ O FINAL DA VALIDADE DESTA LICENÇA, DE FORMA A NÃO COMPROMETER A SUA RENOVACÃO SUBSEQUENTE.

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

São Paulo, 5 de Novembro de 2019



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

Ação 50: Obtenção ou renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião

Comentário da Mensuração 50.1

Ações realizadas para obtenção do Alvará.

Válido até 18.09.2019.

14.08.2019 - Entrada do processo na Prefeitura do Município de São Paulo.

21.08.2019 – Encaminhamento interno para solicitação da isenção da taxa.

21.10.2019 – Solicitada documentação que comprove que o solicitante é uma Organização Social de Cultura.

01.11.2019 – Emitido o COMUNIQUE-SE solicitando a comprovação.

13.11.2019 – Recebida a documentação solicitada e juntada ao processo.

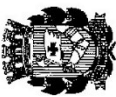
14.11.2019 – Processo foi para análise.

20.11.2019 – Processo encaminhada para Procuradoria do Estado de São Paulo para isenção da taxa.

11.12.2019 – Processo deferido, aguardando finalização.

16.01.2020 – Saiu um COMUNIQUE-SE já providenciamos a documentação.

Processo deferido em 13.02.2020.



Prefeitura do Município de São Paulo

Nr. Processo: 2019-0.039.098-8

DECISÕES OBRAS E EDIFICAÇÕES			
Assuntos Solicitados	Despacho	Data de Cadastramento	Data de Publicação
REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO	Incluído no DOC	11/02/2020 00:00:00	13/02/2020 00:00:00
Texto do Despacho			
A INICIAL, DEFIRO O PEDIDO DA INICIAL E REVALIDO O ALVARA DE FUNCIONAMENTO DE LOCAL DE REUNIAO N 2009/41298-00 PARA IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE, LOCALIZADO A R ITAPOLIS, 99999 - PACAEMBU, PARA UMA POPULACAO MAXIMA DE 1428 PESSOAS E UMA AREA DE 7802,07 M2.			
			Situação do Despacho
			DEFERIDO

Abaixo imagem do protocolo de entrada da documentação.

SISTEMA MUNICIPAL DE PROCESSOS

NUMERO DO PROCESSO

* 2019 - 0.039.098 - 8 *

NUMERO DE CAPA
:.....
:
:.....

NUMERO ANTERIOR
:.....
:
:.....

DADOS DO PROCESSO


ASSUNTO: 041-001 SQL/INCRA - 0001110800010 1
SISACOE
CODIGO DE OBRAS E EDIFICACOES
MOTIVO: REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO

AUTUADO POR: 60-68-70-320 - SMUL/CAP/DEPROT EM: 14/08/2019

DADOS DO INTERESSADO

CGC: 10.233.223/0001-52
NOME: IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE
ENDereco: R ITAPOLIS S/N

BAIRRO: PACAEMBU
ENDereco ELETRONICO :PROJETOS@HLARQUITETURA.COM.BR



2019 - 0.039.098 - 8

SISTEMA MUNICIPAL DE PROCESSOS
PROTOCOLO DE AUTUACAO

NUMERO DO PROCESSO

* 2019 - 0.039.098 - 8 *

:.....

DADOS DO PROCESSO

ASSUNTO: 041-001 SQL/INCRA - 0001110800010
SISACOE
CODIGO DE OBRAS E EDIFICACOES
MOTIVO: REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO

AUTUADO POR: 60-68-70-320 - SMUL/CAP/DEPROT EM: 14/08/2019

DADOS DO INTERESSADO

CGC: 10.233.223/0001-52
NOME: IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE
ENDereco: R ITAPOLIS S/N

BAIRRO: PACAEMBU
ENDereco ELETRONICO :PROJETOS@HLARQUITETURA.COM.BR

LOCALIZE SEU PROCESSO
NA INTERNET: www.prefeitura.sp.gov.br/processos
OU PELA CENTRAL DE ATENDIMENTO156

Ação 51: Renovação de Seguros

Comentário da Mensuração 51.1

Meta cumprida com recursos do contrato de gestão. A Apólice foi enviada no 2º trimestre em Rotinas Administrativas.

Ação 52: Aquisição de peças para reparo em duas máquinas de ar condicionado na Sala Jogo de Corpo

Comentário da Mensuração 52.1

A Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. Foi recebida uma verba de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) para aquisição de peças para máquinas Toshiba VRF do sistema de ar climatizado do MF, a princípio para compra de dois compressores e duas placas de auxiliares do compressor. Com isto, colocando em operação duas máquinas VRF (são máquinas antigas e há a dificuldade em encontrar fornecedor) encontradas com bom preço de mercado e, ainda com o valor desta verba, poderão ser compradas as peças indicadas anteriormente e mais duas placas auxiliares de ventilador, possibilitando colocar em operação quatro máquinas de sistema VRF.

O processo de compra foi iniciado em dezembro de 2019 com conclusão em janeiro de 2020. Espera-se que a entrega do produto seja realizada até final de março de 2020 para a sua instalação. Pelo fato de não haver essas peças no Brasil, a importação leva um certo tempo, implicando na demora da instalação.

Ação 53: Aquisição e instalação de cortinas de ar em saídas e entradas de sala expositiva (4 locais)

Comentário da Mensuração 53.1

A Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. A cortina de ar tem por finalidade a manutenção da temperatura do ambiente conforme programada no aparelho de ar-condicionado. Isso ocorre por conta da barreira de ar formada pelo equipamento instalado em portas e janelas, impedindo a troca de calor entre os ambientes interno e externo. Assim, ela é um ponto positivo para locais que precisam manter um fluxo de pessoas livre e constante.

A instalação da cortina de ar possibilita que se sobrecarregue menos as máquinas de ar condicionado, mantendo o ambiente interno refrigerado conforme o programado. As cortinas foram instaladas em quatro portas: saída da Sala Jogo de Corpo, porta da visitação ao Estádio do Pacaembu e na Passarela do 2º andar em ambos os lados.

Fotos abaixo:



Foto: Luis Marcatto

Ação 54: Aprimoramento do sistema de segurança e combate a incêndio: interligação da bomba de água à linha de sprinklers

Comentário da Mensuração 54.1

A Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. A partir da interligação no sistema de segurança e combate a incêndio, todas as vezes em que as bombas de combate a incêndio forem acionadas seja por abertura de hidrantes ou rede de sprinklers, o alarme soará sinalizando a ocorrência.

Uma das vantagens deste novo componente do sistema de alarme e detecção, é que se por alguma ocorrência ficarmos com uma falta de fase de energia elétrica, o sistema emitirá um alarme avisando da falta de fase, conseqüentemente o sistema estará fora de operação e teremos um aviso deste problema. Assim, o plano de contingência será acionado. Este consiste em avisar os membros da brigada de incêndio que o sistema está inoperante e qualquer situação deverá ser combatida com extintores portáteis de incêndio até o reestabelecimento da energia elétrica nas bombas.



Foto: Luis Marcatto

Ação 55: Sistema Tag out nos quadros elétricos

Comentário da Mensuração 55.1

A Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. O principal objetivo do sistema *Tag out* nos quadros elétricos é garantir a segurança nos próprios trabalhos elétricos e em máquinas.

O que é Lockout?

A palavra inglesa “lockout” pode ser traduzida como “travamento”. É uma forma de barrar ou impedir a exposição do colaborador à energias perigosas, evitando uma situação de risco. A prática do *Lockout* evita que alguém acesse uma determinada área restrita inadvertidamente ou que ligue algum equipamento que não esteja preparado para ser utilizado. Para isso, os dispositivos de *lockout* funcionam como restrições que ninguém pode remover sem uma chave ou outro mecanismo de destravamento.

O que é Tagout?

A palavra “tag” de “tagout” pode ser traduzida como “etiqueta”. As etiquetas sinalizam informações relevantes. Essa palavra denota o intuito de notificar o trabalhador sobre os perigos aos quais ele pode estar exposto. Por consistir em dispositivos de aviso, pictogramas ou sinais, o *Tagout* não fornece a restrição física de uma trava e pode evocar uma falsa sensação de segurança, essa técnica é

indispensável para alertar o trabalhador — ela também complementa o cumprimento dos objetivos do *Lockout*.



Foto: Luis Marcatto

Ação 56: Aprimoramento do sistema de segurança e combate a incêndio: aquisição de 05 extintores de incêndio com maior autonomia e movimentação sobre rodas.

Comentário da Mensuração 56.1

A Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. Afim de aumentar a capacidade de extinção de chamas com extintores portáteis foram comprados cinco extintores sobre rodas com maior capacidade extintora e que podem ser manejados por uma única pessoa com segurança. Dessa forma, a instituição contém oito unidades de extintores sobre rodas alocadas em diferentes pontos estratégicos do museu.



Foto: Luis Marcatto

Ação 57: Troca do DCR´s do CFTV

Comentário da Mensuração 57.1

A Meta foi realizada com recursos financeiros do contrato de gestão. O sistema de CFTV era composto por quatro DVR´s de 16 canais adquiridos em 2010 e um DVR de 32 canais adquirido em 2015. No entanto, agora a instituição conta com dois DVR´s novos de 32 canais e um DVR de 32 canais de 2015. Foi realizada a troca dos Hard disk(HD) destes equipamentos que continham 500 Giga de memória, por quatro HD´s de quatro tera bytes cada, ampliando a capacidade de armazenamento de imagens e maior vida útil de gravação. Além disso, foi efetuada a troca de quatro monitores de 14 polegadas por dois monitores de 32 polegadas, possibilitando maior visualização e espaço na sala.

Foto antes das trocas:



Foto: Luis Marcatto

Foto depois das trocas:



Foto: Luis Marcatto

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizado
58	(PED) Projeto para aprimoramento da proteção e combate a incêndio: rede de chuveiros automáticos (sprinklers) / fluido de proteção para CRFB	58.1	Meta-Produto	Projeto entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-
59	(PED) Implantação de ações de melhoria propostas no projeto de aprimoramento de proteção e combate a incêndio	59.1	Meta-Produto	Número de ações implantadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-
60	(PED) Instalar dreno de final de linha na rede de sprinkler	60.1	Meta Produto	Drenos Implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
61	(PED) Aprimoramento da segurança patrimonial: automação de portas, com instalação de alarmes	61.1	Meta-Produto	Número de itens instalados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	22	-
					META ANUAL	22	-
					ICM%	100%	-
62	(PED) Elaboração de projeto para aprimoramento do sistema de CFTV: renovação de equipamentos.	62.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

63	(PED) Implantação de aprimoramentos do sistema de CFTV: renovação de equipamentos.	63.1	Meta-Produto	Projeto implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
64	(PED) Aquisição de software para monitoramento remoto (local externo) de alarmes	64.1	Meta-Produto	Software adquirido e implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
65	(PED) Instalação de Porta de vidro com controle automatizado para acesso à portaria 5: entrada ao elevador Oeste e Núcleo Educativo	65.1	Meta-Produto	Porta instalada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	1
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM%	100%	100%
66	(PED) Automação do sistema de iluminação	66.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
67	(PED) Automação do sistema de ar climatizado	67.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
68	(PED) Novo projeto de iluminação para a fachada	68.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-

					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
79	(PED) Melhoria de áreas internas: criação de mezanino para armazenagem	69.1	Meta-Produto	Projeto implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
70	(PED) Contratação de projeto executivo de adaptação de áreas administrativas	70.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
71	(PED) Execução do projeto de adaptação de áreas administrativas	71.1	Meta-Produto	Projeto executado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
72	(PED) Renovação de mobiliário administrativo: poltronas, estações de trabalho	72.1	Meta-Produto	Material comprado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
73	(PED) Aquisição de cadeira elevatória para o túnel (acesso a cadeirantes)	73.1	Meta-Produto	Cadeira adquirida	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

Ação 60: Instalar dreno de final de linha na rede de sprinkler.

Comentário da Mensuração 60.1

Houve a instalação de dreno de final de linha. A meta foi realizada com recursos financeiros oriundos de saldos de anos anteriores.

A seguradora AXA recomendou a instalação de dreno de final de linha na rede de chuveiros automáticos (sprinklers) para atendimento da National Fire Protection Association (NFPA) 25.

Testes de funcionamento são realizados no Cavalete de Testes e assim é possível verificar e garantir que, por diferença de pressão nas redes de água de incêndio, as bombas serão acionadas e o sistema estará operante em caso de qualquer tipo de emergência.

Segundo a ABNT NBR 10897/2007 (inspeção rotineira e manutenção dos sistemas de chuveiros automáticos) e a NFPA 25 (norma para inspeção, o ensaio, e a manutenção dos sistemas de proteção contra incêndio a base de água), as vantagens do dreno de final de linha são:

- existência de ponto para inspeção;
- drenagem expressa da tubulação;
- com a drenagem verificamos se vazão de saída está constante, tubulação sem obstrução;
- com a drenagem expressa conseguimos limpar tubulação;
- podemos analisar qualidade da água na tubulação (barrenta ou calcária) e podemos evitar o entupimento dos bicos dos sprinklers.

Abaixo, imagens do procedimento mensal de acionamento das bombas através do dreno. As imagens apresentam, respectivamente: descida da tubulação para o dreno, a válvula de governo e, por fim, o dreno.



Foto: Luis Marcatto

Ação 65: Instalação de porta de vidro com controle automatizado para acesso à portaria 5 entrada do elevador oeste e do Núcleo educativo.

Comentário da Mensuração 65.1

A meta foi realizada com recursos financeiros oriundos de saldos de anos anteriores. Na portaria cinco, atendida anteriormente por um porteiro terceirizado, foi instalada uma porta de vidro com controle de entrada por meio de crachá autorizado. Essa alteração, além de criar um ambiente melhor para sinalizar a entrada de pesquisadores ao Centro de Referência do Futebol Brasileiro, oportunizou uma economia anual na ordem de R\$ 72 mil. As condições de segurança, uma vez que o ambiente é de acesso controlado, estão mantidas.

Abaixo segue imagens da construção e finalização do processo:



Foto: Luis Marcatto