



RELATÓRIO ANUAL DE 2014
IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 05/2011
Referente ao museu: Museu do Futebol

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO

O ano da Copa do Mundo no Brasil foi um marco na história do Museu do Futebol. Em primeiro lugar, vale destacar o recorde de visitação, 419.201, dos quais 10,9% estrangeiros ao longo do ano. Esse índice chegou a 38,1% no mês de junho, que teve o maior número de visitantes: 61.527 e também o dia de maior fluxo: 6.419 (21 de junho). O público no período do campeonato mundial (12 de junho a 13 de julho) foi de 75.085; 27.754 (36,9%) estrangeiros.

Para receber o contingente de turistas estrangeiros motivados pela Copa do Mundo, o Museu do Futebol implantou sistema de *wifi* gratuito para que os audioguias pudessem ser acessados através de telefones celulares e *tablets*. Os conteúdos de algumas das salas da exposição de longa duração foram traduzidos, bem como os textos da exposição temporária “Brasil 20 Copas”, inaugurada em 26 de maio. Além disso, foi contratada equipe extra de atendimento, incluindo educadores e orientadores bilíngues, reforço na bilheteria e na recepção de visitantes. Esse reforço da equipe foi devido também à ampliação do horário de funcionamento do Museu no período de 2 meses, de 13 de maio à 13 de julho, quando o equipamento abriu das 9h às 22h (com entrada até as 21h).

Aprimoramos a sinalização externa e interna do Museu, com destaque para o *videowall* instalado na bilheteria, com informações em português e inglês sobre horários, preços e programação. Ainda na bilheteria, reformamos as placas de sinalização, que datam da inauguração do Museu e já se encontravam com as cores originais desbotadas; além de incluir conteúdo em inglês sobre as regras de visitação. Na área interna, foi instalado um sistema de som para comunicar aos visitantes sobre intercorrências no funcionamento (por exemplo, queda de energia), horário de fechamento e avisos sobre a programação no Auditório e oficinas educativas, pronunciados em três línguas: português, inglês e espanhol.

Ainda durante a Copa, foram instalados dois geradores reservas para suprir o fornecimento em caso de queda de energia elétrica. Felizmente, não houve intercorrências no período. Após o término do campeonato, a equipe de Operações e Infraestrutura empenhou-se nos estudos de viabilidade e de custos de implantação de um novo gerador para o Museu do Futebol, um aprimoramento desejado para a melhoria do serviço do equipamento desde

sua inauguração, que visa à autonomia de funcionamento do Museu em caso de problemas na rede de energia.

No **Programa de Acervo: conservação, documentação e pesquisa**, destacamos o início das atividades de digitalização de acervos para ampliação dos conteúdos oferecidos pelo CRFB. Foram quatro importantes coleções digitalizadas e em processo de catalogação durante 2014. Vale mencionar que a primeira coleção digitalizada foi o arquivo pessoal de Mário Américo, massagista da Seleção Brasileira que participou de sete Copas do Mundo. Esse material foi divulgado por meio da exposição virtual “Mário Américo: massagista das seleções” na Plataforma Google Cultural Institute e posteriormente, o SESC de São Caetano do Sul realizou a montagem da mesma exposição em sua sede, no período da Copa, divulgando nesse município o Centro de Referência e o Museu. No quarto trimestre a equipe de pesquisa e documentação realizou uma campanha de digitalização e gravação de entrevistas de História Oral no município de Taubaté, também uma parceria com o SESC local. Essa iniciativa visou o início do projeto de itinerância do Museu do Futebol, aprovado em 2014 pelo MinC para captação de recursos (cf. meta 37). Ainda nas ações desse programa, merece atenção a realização do II Simpósio de Estudos sobre Futebol, continuando a parceria do Museu com a Universidade de São Paulo, por meio do LUDENS (Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre Futebol e outras modalidades lúdicas), reforçando as parcerias acadêmicas do Museu do Futebol e o contato com o público de pesquisadores especializados no tema.

No **Programa de Exposições e Programação Cultural**, realizamos a mostra temporária “Brasil 20 Copas”, bastante elogiada pelo público. Uma de suas atrações foi um filme, de 12 minutos, que criou uma narrativa fictícia sobre as Copas tendo o Brasil como seu único vencedor. O diretor do *National Museums of Liverpool* (Inglaterra), David Fleming, visitou o Museu e abriu o Encontro Paulistade Museus elogiando a iniciativa de contar, em uma exposição temporária, uma história contra fatural, ou seja, uma recriação dos fatos do campeonato mundial de modo a confundir o espectador, indicando, desse modo, que o mais interessante é a lembrança afetiva dessa história. Seguindo essa linha, a exposição teve uma ferramenta interativa na qual o visitante relatava, em um vídeo de até 90 segundos, por que o Brasil é o maior campeão de todas as Copas. O produto seguia diretamente ao *email* do visitante e ficou armazenado num canal do Youtube, com mais de 7.500 participações.

Houve o investimento na cenografia e ambientação do Museu do Futebol (incluindo passarela, banheiros, foyer e hall de saída) para marcar a passagem do torneio mais importante do futebol pelo Brasil. O projeto

“Vestir o Museu” incluiu também a iluminação da fachada do Estádio para o período de abertura noturna.

Vale mencionar a intensa procura pelo Museu do Futebol para o estabelecimento de parcerias, pesquisa e apoio a outras exposições sobre o tema. Além do SESC São Caetano do Sul, mencionado acima, foram dez instituições atendidas, com destaque para a FILE Rio, a mostra “Artefutebolarte” no Instituto Tomie Otake e exposição “Drible” no SESC Itaquera.

Investimos no relacionamento com consulados e órgãos de turismo internacionais. Foram dezoito consulados visitados e dezenas de visitas oficiais de chefes de estados ao Museu, como por exemplo, Diretor Geral do Ministério dos Assuntos Econômicos da Holanda, Sr. Bertholt Leeftink; Secretário de Estado do Cazaquistão, o Sr. Jan Gijs Schouten; Sr. Luis Campos Ferreira, Vice-Ministro das Relações Exteriores de Portugal, Sr. Daniel H. Pfeiffer, Senior Advisor do Presidente dos EUA, Sra. Najat Vallaud-Belkacem, Ministra dos Direitos da mulher, das cidades, da juventude e do esporte na França, Sajid Javid, Secretário de Cultura, Mídia e Esporte do Reino Unido, dentre outros.

Visando à diversificação da programação cultural no período da Copa do Mundo, o Auditório do Museu foi transformado em um Lounge e nele foram exibidos a maior parte dos jogos do torneio, além de mostras audiovisuais, musicais, palestras, encontros e saraus de poesia. Somando as metas previstas e as atividades extras realizadas sem onerar o Contrato de Gestão (um total de 15 eventos não previstos), ao longo de 2014 oferecemos à população 45 atrações em mais de 140 dias, o que atraiu um público de 23.124 pessoas.

O **Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais** seguiu com o atendimento por meio de visitas educativas para escolas públicas, privadas e instituições sociais; jogos e atividades ao público espontâneo e o acolhimento aos grupos agendados e não agendados que visitaram o Museu do Futebol sem a mediação do educador. Esse acolhimento, realizado pelo orientador de público, com duração média de 20 minutos, foi introduzido como um novo serviço do Museu quando da união das equipes de orientação e do educativo sob a mesma coordenação. A prática tem trazido importante resultado, pois foi identificada a necessidade de ser informado a esses grupos, além das regras de visita, uma fala inicial sobre o conteúdo do Museu. Iniciamos a contagem de público atendido pelos orientadores a partir do mês de julho, somando 36.845 visitantes desde

então. A equipe de educadores atendeu, entre visitas e atividades, 87.268 pessoas, representando 20,8% do total do público recebido na instituição.

No Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol (PAMF), destacamos a realização da 5ª edição do Projeto Deficiente Residente, cujo tema foi transtornos mentais. Houve investimento em jogos e materiais acessíveis a partir dos resultados da 4ª. edição do projeto, em 2013. O reconhecimento e a legitimidade alcançados pelo PAMF também trouxe como resultados a participação da coordenação do programa em congressos, encontros e workshops, como o I Seminário Interdisciplinar de Museologia, no Museu Hering, em Blumenau (SC). Duas educadoras representaram o Museu do Futebol no Congresso da Federação de Arte-Educadores Brasileiros, em Londrina (PR) e uma educadora participou de curso na University College, em Londres, oferecido pelo Programa Transform do British Council.

Ainda nas ações de divulgação institucionais, em 2014, a Diretora Técnica do Museu participou, a convite dos organizadores, da mesa de encerramento do Congresso *Soccer as the Beautiful Game: Football's Artistry, Identity and Politics*, na Hofstra University em Nova Iorque, além de apresentar um texto sobre a representação das Copas do Mundo em exposições em painel de discussões no XII Encontro da Brazilian Studies Association (BRASA) no King's College, em Londres. Também proferiu palestra sobre o Centro de Referência do Futebol Brasileiro no município de Cachoeira (BA) para os alunos do curso de graduação em Museologia da UFRB, quando de sua participação em banca avaliadora de monografia de conclusão de curso que teve o Museu do Futebol como objeto de estudo.

Já no **Programa de Apoio ao SISEM**, o principal resultado de 2014 foi o fortalecimento da Rede Memória e Esporte, cujo objetivo é integrar e divulgar as instituições e ações voltadas à memória esportiva. O terceiro encontro da Rede foi organizada pela equipe do Museu do Futebol e realizada no Museu Pelé, em Santos.

No **Programa de Comunicação** destacamos a preparação e publicação de dois livros sobre o Museu do Futebol, além da participação em cinco feiras de turismo, elaboração de material bilíngue e encontro com *concierges* dos principais hotéis da cidade. Houve parceria com a Radio CBN para divulgação de *spots* ao longo do ano, além da publicação de quatro anúncios em revistas e guias impressos, três por meio de permutas e sem custos à instituição. A assessoria de imprensa registrou mais de 1.600 inserções e acompanhou, somente no período da Copa do Mundo, mais de 100 veículos internacionais no Museu do Futebol.

No **Programa de Gestão Administrativa** destacamos os esforços da equipe administrativa para o atendimento das demandas internas e externas geradas pela Copa do Mundo. Seja pelo volume extra de projetos e ações geradas, seja para manter a idoneidade e lisura dos processos de contratação e a qualidade dos serviços e produtos.

Com o objetivo de manter o equilíbrio financeiro da Organização, no 4º trimestre, houve a negociação de preços com fornecedor de serviços de Segurança, obtendo redução significativa de 10% dos valores globais do contrato vigente. A negociação de contratos e valores será estendida aos demais prestadores de serviços do Museu do Futebol visando ao equilíbrio financeiro e otimização de recursos para o ano de 2015.

No **Programa de Gestão de Recursos Humanos**, destacamos o investimento em treinamento, realizado com consultoria especializada sobre o atendimento ao público, oferecido às equipes de orientação de público, educativo, eventos e atendimento do CRFB. Foram quatro encontros, somando 32 horas, além das reuniões preparatórias e de avaliação. Houve também a participação de colaboradores do Museu do Futebol em seminários, cursos de curta duração e congressos, detalhados no item Rotinas do Programa de Gestão Administrativa.

O IDBrasil cumpriu com as metas e rotinas pactuadas em 2014 e esforçou-se para otimizar recursos e gerenciar as equipes para o oferecimento de serviços de qualidade ao público. Avaliamos que o resultado do ano foi bastante positivo em termos de visibilidade do equipamento (para o público nacional e estrangeiro), diversificação de ações de programação cultural e de pesquisa. Cumprimos o desafio de atender da melhor maneira o público motivado pela Copa do Mundo e estamos nos planejando para renovar e oxigenar o Museu do Futebol a partir de 2015, iniciando um novo ciclo de programas e atividades.

GESTÃO TÉCNICA-QUADRO DE METAS DO MUSEU DO FUTEBOL

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

No ano de 2014, o Museu do Futebol cumpriu as 08 metas previstas em Plano de Trabalho, superando significativamente as metas 3 e 4, que tratam da formação de novos acervos (cf. justificativas abaixo). Tratou-se do primeiro ano de funcionamento do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), que recebeu 7.543 visitantes em 2014 (cf. Rotinas Técnicas); além de ter sido o ano da Copa do Mundo, que propiciou o contato com diversas instituições interessadas na temática do Museu.

Dentre as realizações do ano, podemos destacar a manutenção e consolidação de parcerias estratégicas com universidades e centros de pesquisa para o desenvolvimento do CRFB. Em 2014, renovamos a parceria com o Centro de Pesquisa e Documentação em História do Brasil Contemporâneo (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas, mediante a aprovação pela FAPESP do projeto "Territórios do Torcer", incluído na linha de pesquisa "Memória Viva", que tem por objetivo a constituição de acervo de entrevistas de História Oral. Firmamos também uma nova parceria com o Centro de Memória do Esporte da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para a produção de fontes e levantamento de acervos sobre o futebol feminino. Além disso, houve o empenho da instituição na realização do II Simpósio de Estudos sobre Futebol, em parceria com a Universidade de São Paulo e outras instituições. Durante quatro dias, houve 120 trabalhos apresentados, divididos em 28 mesas e que somara 131 pesquisadores, além de 25 convidados para 08 mesas redondas. O evento ocorreu em quatro locais diferentes: Museu do Futebol, Departamento de História da FFLCH/USP, Biblioteca Mário de Andrade e Fundação Getúlio Vargas.

As ações de pesquisa inovaram ao realizar, a partir de recursos provenientes de patrocínio de Lei Rouanet, o projeto "Futebol da Gente", que gravou histórias de 302 visitantes e convidados do Museu sobre três temas: mulheres, torcedores e crianças. Com um total de 36 horas de material gravado, o primeiro produto foi a edição de três documentários, com 40 minutos cada um, publicados na internet, no canal do Youtube do Museu do Futebol. O acervo permitirá, entretanto, novos usos.

Devido ao aporte adicional de recursos ao Contrato de Gestão de 2014, foi dado início aos projetos de digitalização de acervos, pessoais e institucionais, que possibilitou a entrada de 1.146 reproduções de fotografias e documentos para o CRFB, incluindo a coleção Mário Américo (massagista da Seleção Brasileira de Futebol) – que originou uma exposição virtual na plataforma do Google Cultural Institute e uma exposição no SESC São Caetano no período da Copa do Mundo – e a coleção de jornais manuscritos "Nosso Jornal", de João Baptista da Silva, sobre a história do futebol amador em São Paulo. Por fim, nesse ano especial ao Museu do Futebol, o Programa de Acervo realizou um piloto de ação extramuros do CRFB, a "Caravana do Museu do Futebol", que uniu as atividades de pesquisa e de ação educativa, oferecendo à comunidade do Capão Redondo.

Especificamente no 4º. Trimestre, vale citar, o envio do projeto de extensão universitária denominado "Cidade, corpo, etnografia: aproximações entre a Cidade Universitária e o Butantã", encaminhado pelo Laboratório do Núcleo de Antropologia Urbana (NAU) da Universidade de São Paulo para a Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão da mesma universidade (meta 2), que visa ao mapeamento de práticas dos bairros do entorno do campus da USP. É sabido da existência de vários times e práticas relacionadas ao futebol, incluindo futebol feminino, e, por isso, o objetivo do projeto é que esse seja um dos

temas abordados pelos pesquisadores do NAU na realização da pesquisa. É importante mencionar que esse núcleo foi a instituição parceira na implantação do CRFB no âmbito do convênio com a FINEP. O material coletado sobre o esporte integrará o Centro de Referência.

Na meta 8 (digitalização de acervos), destacamos a ação extramuros no município de Taubaté, realizada em parceria com o SESC, que promoveu uma campanha de coleta de informações, digitalização de coleções e entrevistas de história oral sobre a história do Esporte Clube Taubaté, que completou 100 anos em 2014.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
1	Estabelecer ou manter parcerias com instituições universitárias ou museológicas para realização de pesquisas e/ou difusão de pesquisas sobre o acervo e a temática do museu	Nº de parcerias estabelecidas e/ou mantidas	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
2	Submeter projetos de pesquisa e documentação em leis de incentivo, concursos, editais de apoio e fomento para busca de suporte financeiro, técnico-acadêmico e material (FAPESP, CNPQ, FINEP e afins)	Nº de projetos submetidos	1º trim.	-	-
			2º trim.	-	-
			3º trim.	1	1
			4º trim.	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
3	Realizar ações de documentação e pesquisa: Memória Viva (Coletar, transcrever e editar depoimentos de História Oral)	Nº de depoimentos de História Oral coletados, transcritos e/ou editados	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	4	3
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	4	19
			ANUAL	8	22
			ICM %	100%	275%
4	Realizar ações de pesquisa e documentação: Na Rede (mapeamento de referências sobre futebol. Definição de "referência": registro de histórias de personalidades; registro de locais de prática do futebol; registro de coleções particulares e/ou institucionais; registro de eventos, como campeonatos, ligados a futebol; registro de times ou clubes.)	Nº de referências pesquisadas (personalidades/eventos/coleções/clubes/times)	1º Trim.	5	5
			2º Trim.	10	16
			3º Trim.	10	5
			4º Trim.	5	19
			ANUAL	30	45
			ICM %	100%	150%
5	Edição e publicação no CRFB de materiais produzidos pela pesquisa (vídeo/áudio/foto/texto)	Nº de publicações	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	10	16
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	10	4
			ANUAL	20	20
			ICM %	100%	100%

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
6	Realizar o II Simpósio de Estudos sobre Futebol (parceria com USP/FGV/UFSCar)	Evento realizado	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
7	Promover ações de difusão do acervo por meio do CRFB (workshops, encontro de pesquisadores, palestras)	Nº de eventos	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
8	Digitalização e organização de 04 acervos de fotos e documentos referenciados pela pesquisa	No. de acervos digitalizados	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	4	4
			ICM %	100%	100%

Justificativa da superação da meta 3 - Realizar ações de documentação e pesquisa: Memória Viva (Coletar, transcrever e editar depoimentos de História Oral)

A meta 3 previa a coleta, transcrição e/ou edição de depoimentos de História Oral dentro da linha de pesquisa denominada Memória Viva. O objetivo dessa meta é a formação de novos acervos audiovisuais para o acervo do Museu do Futebol e disponibilização no Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

Quando da formulação, no ano de 2013, não sabíamos se o projeto que foi submetido à FAPESP pelo Centro de Documentação e Pesquisa em História Contemporânea do Brasil (CPDOC) da Fundação Getúlio Vargas, elaborado conjuntamente ao Museu do Futebol (cf. Relatório do 3º. Trimestre do ano de 2013, meta 02, projeto intitulado "Territórios do Torcer"), seria contemplado. Por isso, consideramos a capacidade de realização das entrevistas a partir dos recursos humanos e financeiros do Contrato de Gestão e planejamos 8 entrevistas para o ano de 2014.

Cumprir destacar que o projeto supra citado, submetido em 2013, teve a sua aprovação no mês de fevereiro de 2014, conforme informado no Relatório do 1º. Trimestre. Com os investimentos desse projeto, contamos com o reforço da equipe da Fundação Getúlio Vargas na execução das atividades de: pesquisa de contatos, agendamento de entrevistas, elaboração de roteiros/pesquisa biográfica e de contexto, gravação e transcrição das entrevistas. Esse reforço de equipe, com bolsistas da

FAPESP dedicados integralmente ao projeto, permitiu a realização, no período de agosto a dezembro de 10 entrevistas para o projeto "Territórios do Torcer".

Contribuiu também para a superação dessa meta a oportunidade de realizar uma ação de pesquisa no município de Taubaté, interior de São Paulo, em parceria com o SESC local. Conforme detalhamento das metas 3 e 4, foi organizada uma ação de pesquisa que envolveu coleta de 09 entrevistas com personalidades do clube Taubaté e colecionadores locais. Vale destacar que a escolha de tal cidade foi devido ao fato de ela constar na lista dos locais que possivelmente receberão a exposição itinerante do Museu do Futebol em 2015 (projeto aprovado no MinC, proponente Arquiprom), contribuindo, com essa iniciativa, ao incremento do acervo do Museu sobre o futebol paulista.

Justificativa da superação da meta 4 - Realizar ações de pesquisa e documentação: Na Rede

A meta 4 previa o mapeamento de referências sobre futebol para compor o acervo do Museu por meio do seu Centro de Referência. A superação é devida à ação diferenciada e inédita promovida no município de Taubaté, no interior de São Paulo. Como já enunciado na justificativa anterior e exposto no detalhamento das metas 3 e 4, a equipe de documentação e pesquisa realizou uma ação em parceria com o SESC daquele município que propiciou a coleta de entrevistas, pesquisa de referências e digitalização de coleções. Foram, dessa maneira, registradas 15 referências acima do previsto em meta. Todas as referências estão descritas no detalhamento da meta 4.

Tal atividade não estava inicialmente prevista no Plano de Trabalho, tratou-se de uma oportunidade para ampliar o acervo do Museu com referências do interior paulista, iniciando, dessa maneira, a pesquisa para o projeto de itinerância do Museu previsto para o ano de 2015 (como meta condicionada à captação de recursos via lei de incentivo).

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

O Programa de Exposições e Programação Cultural realizou, em 2014, uma exposição temporária, "Brasil 20 Copas" (de 26 de maio a 07 de setembro), além da elaboração de dois projetos: "Ballgame – o jogo e o rito" (inscrito em Lei Rouanet e no PROAC), para o qual houve investimento na contratação de definição de um anteprojeto cenográfico (apresentado no Relatório do 1º. Trimestre) e o projeto conceitual "O Brasil nas Arquibancadas", fruto do acervo de pesquisa do LUDENS (Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre Futebol e outras modalidades lúdicas) da USP (apresentado no Relatório do 2º. Trimestre).

É importante mencionar as ações de aprimoramento da Exposição de Longa Duração ocorridas no ano, como a renovação da sinalização externa (já deterioradas após cinco anos da abertura do Museu), a reforma dos pebolins da Sala Números e Curiosidades, itens bastante manipulados pelo público, a tradução para o inglês dessa mesma sala, e das salas dos Anjos Barrocos, das Origens e Homenagem ao Pacaembu, disponibilizada ao público por meio de um hot site acessado via *wi-fi* pelos visitantes que possuísem *smartphones*. Ainda nesse tópico, o audioguia em inglês e espanhol foi também disponibilizado nesse hot site e contribuiu enormemente para o atendimento do público estrangeiro no período da Copa do Mundo. Outros dois importantes aprimoramentos da exposição de Longa Duração foram a revisão do projeto de iluminação, a ser implantado em 2015, e a troca dos 396 backlights da Sala das Copas do Mundo por unidades com lâmpadas de LED, mais econômicas e duráveis.

Ainda sobre a Copa, vale mencionar o projeto de intervenção gráfica "Vestir o Museu", realizado com recursos obtidos via Lei de Incentivo, a iluminação da fachada durante o período de visita noturna e o projeto Lounge 100 Anos de Seleção Brasileira, apresentado no Relatório do 2º. Semestre.

A programação cultural do ano contemplou 22 eventos previstos no Plano de Trabalho, além de 06 programações especiais para o período da Copa do Mundo e 2 programas de atividades nos períodos de Férias. Os três encontros de colecionadores confirmaram o sucesso desse tipo de evento e a vocação do Museu para realizar novos programas voltados ao público colecionador. As palestras, bate-papos e exibição de audiovisuais tiveram maior investimento nesse ano de Copa do Mundo, e a aposta foi em trazer para o público ex-jogadores da seleção, como Dadá Maravilha, Emerson Leão, Belletti e jornalistas consagrados, como Paulo Vinícius Coelho, Michel Laurance e Juca Kfourri.

Destacamos, dentre essa vasta programação, as ações ocorridas no Lounge que foram inéditas no Museu, como o sarau de poesias ZAP (com a participação de aproximadamente 100 pessoas), a performance artística Gilberto Mundus, em homenagem ao maestro Gilberto Mendes, aficionado em futebol e as ações com os consulados da França, Uruguai e Coreia do Sul.

No quarto trimestre, a novidade foi realizar o Programa Férias no Museu no espaço da sala de exposições temporárias, ocorrendo, para isso, o investimento na comunicação visual do espaço. Para compor o ambiente, foi convidado o artista Ozzy, que elaborou um mural de grafite, inédito, na Sala Grande Área.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
9	Realizar Exposição "Brasil 20 Copas"	Exposição realizada	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
10	Elaborar Projeto Conceitual de Exposição Temporária com conteúdos e pesquisa própria e com conteúdos/obras de terceiros	Nº de projetos	1º trim.	1	1
			2º trim.	1	1
			3º trim.	-	-
			4º trim.	-	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
11	Realizar cursos, oficinas e workshops para o público em geral	Nº de eventos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	-	-
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%
12	Realizar palestras e ou bate-papos para o público	Nº de eventos	1º Trim.	1	1
			2º Trim.	1	1
			3º Trim.	2	2
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	5	5
			ICM %	100%	100%
13	Realizar eventos: apresentações musicais e audiovisuais	Nº de eventos	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	2
			3º Trim	1	-
			4º Trim	1	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
14	Realizar eventos periódicos: Encontro de Colecionadores	Nº de eventos	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			ANUAL	3	3
			ICM %	100%	100%
15	Realizar eventos temáticos: Aniversário da cidade, Semana Nacional de Museus, Virada Cultural, Mês da Consciência Negra e datas específicas ao tema futebol (cf. Plano anexo)	Nº de eventos	1º Trim	2	2
			2º Trim	3	3
			3º Trim	4	4
			4º Trim	2	2
			ANUAL	11	11
			ICM %	100%	100%
16	Realizar programação especial: programa de férias (meses: janeiro julho)	Nº de eventos	1º Trim	1	1
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
17	Realizar programação especial para Copa do Mundo com apresentações audiovisuais / bate-papos / intervenções	5 Programações de Eventos Realizados	1º Trim	1	2
			2º Trim	3	3
			3º Trim	1	1
			4º Trim	-	-
			ANUAL	5	6
			ICM %	100%	120%

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
18	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol (público total do Museu)	Nº de visitantes recebidos	1º Trim	92.800	64.486
			2º Trim	92.800	156.528
			3º Trim	92.800	125.328
			4º Trim	92.800	72.859
			ANUAL	371.200	419.201
			ICM %	100%	113%

Justificativa para superação da meta 18: Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol

A meta anual de visitação do Museu foi superada em razão do evento da Copa do Mundo FIFA, maior torneio de futebol do mundo. Contribuiu para tal superação a abertura do Museu em horário ampliado durante 2 meses, de 13 de maio a 13 de julho. Cabe destacar também que foi o ano recorde de visitação do Museu do Futebol, superando a marca de 416.653 atingida no ano de 2010.

PROGRAMA DE SERVIÇO EDUCATIVO E PROJETOS ESPECIAIS

No ano de 2014, as ações do Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais seguiram com o objetivo de conhecer e aproximar-se do público do museu. O público atendido em visitas mediadas somou 35.315 visitantes, 8,4% do total do público do Museu no ano. Três das metas de atendimento foram superadas e apenas uma (meta 20 – propiciar visitas mediadas a grupos especiais) teve o ICM em 98,8% (ver justificativa abaixo). Merece destaque também o trabalho educativo realizado para o atendimento ao público espontâneo, por meio de jogos e atividades no espaço expositivo. Em 2014, foram 51.953 participantes, 12,3% do total da visitação. Somando os resultados, o percentual atendido diretamente pelo Programa de Serviço Educativo e Projetos Especiais é de 20,8%, ou 87.268 pessoas.

No quarto trimestre, foram desenvolvidas e implantadas 7 novas atividades, 5 delas visando atender à programação dedicada ao mês da Consciência Negra. Em 2014, o total de atividades foi 22, superando a meta prevista. Destaca-se a inauguração do jogo "Pakayemby", em processo de desenvolvimento desde 2013, e que é fruto da 4ª edição do projeto *Deficiente Residente*, no qual se abordou a deficiência física. Este jogo, que consiste em dois tipos diferentes de quebra-cabeças, visa estimular a cognição e a coordenação motora.

O projeto *Deficiente Residente* encerra, neste período, a sua 5ª edição. Neste ano, o tema abordado foram os transtornos mentais, com a especificidade da esquizofrenia. Durante três meses, o residente Luis Felipe Lima de Macedo conviveu com a equipe de educadores e orientadores, com os quais pôde trocar experiências e falar abertamente da esquizofrenia. Ao longo deste período, Luis participou de visitas e atividades educativas, bem como acompanhou a rotina dos orientadores em seus postos de trabalho. Ao final do projeto, Luis recebeu o retorno de toda a equipe e realizou uma visita, junto com os educadores, para as suas terapeutas e colegas do CECCO Bacuri.

O projeto *Aproximações*, neste período, teve como principal foco de atuação a extroversão do projeto para o Museu da Língua Portuguesa (MLP), que manifestou interesse em desenvolver uma ação semelhante juntamente com as pessoas em situação

de vulnerabilidade social que circulam na Praça da Luz. Para tanto, foi apresentado o documentário do projeto para a equipe educativa daquele Museu, que teve a oportunidade de dialogar sobre o projeto diretamente com a coordenação e os educadores do Museu do Futebol. Além disso, também foi realizada uma residência de três dias de uma das participantes do projeto no próprio MLP para discutir sobre a experiência adquirida na realização do projeto no Museu do Futebol.

Vale ressaltar também os esforços do Núcleo de Ação Educativo-Cultural durante o ano de 2014 para a formação e padronização das normas de conduta e de atendimento ao público, especialmente para a equipe de orientadores. Essa equipe passou para a coordenação educativa em outubro de 2013 com o objetivo de organizar o atendimento ao público sob uma mesma perspectiva. O principal resultado desse trabalho está no acolhimento feito pelos orientadores aos grupos de visitantes – agendados ou não – que não passam pelas visitas educativas. Desde julho de 2014, quando foi iniciada a contabilização dos grupos, 36.845 visitantes passaram pelo acolhimento, no qual são passados não apenas as regras de visitação, mas sobretudo, uma introdução ao conteúdo do Museu. Essa iniciativa, inédita na área dos educativos dos Museus, busca tornar o trabalho de orientação mais qualificado, seja do ponto de vista dos conteúdos, seja da conscientização desses profissionais a respeito do trabalho que desempenham na instituição.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
19	Propiciar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas.	Nº de estudantes de escolas públicas e privadas atendidos em visitas mediadas.	1º Trim.	1.600	3.476
			2º Trim.	4.800	5.448
			3º Trim.	4.800	5.832
			4º Trim.	2.000	5.511
			ANUAL	13.200	20.267
			ICM %	100%	153,5%
20	Propiciar visitas mediadas para grupos especiais (acessibilidade, idosos, vulnerabilidade social e parcerias institucionais, como por exemplo, Escola da Família).	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º trim.	2.000	1.081
			2º trim.	4.300	3.640
			3º trim.	3.500	3.450
			4º trim.	2.000	3.494
			ANUAL	11.800	11.665
			ICM %	100%	98,8%
21	Propiciar visitas mediadas para grupos outros (turistas, empresas e etc.).	Nº de pessoas atendidas em visitas mediadas	1º Trim.	500	1.198
			2º Trim.	500	720
			3º Trim.	500	859
			4º Trim.	500	606
			ANUAL	2.000	3.383
			ICM %	100%	169,1%
22	Realizar o atendimento ao público espontâneo	Nº de pessoas atendidas como público espontâneo	1º Trim.	6.000	10.250
			2º Trim.	7.000	22.981
			3º Trim.	5.000	11.181
			4º Trim.	6.000	7.541
			ANUAL	24.000	51.953
			ICM %	100%	216,4%

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
23	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público	Número de pesquisas realizadas	1º Trim.	180	254
			2º Trim.	455	443
			3º Trim.	415	523
			4º Trim.	200	511
			ANUAL	1.250	1.731
			ICM %	100%	138,4%
24	Monitorar índice de satisfação do público	Número de relatórios de pesquisas realizadas	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
25	Continuar com o Projeto Deficiente Residente (sensibilização do atendimento educativo, revisão/proposta de materiais/aproximação com outras equipes)	5ª edição do projeto realizado com 2 pessoas com transtornos psiquiátricos - 1ª etapa (relatório 3º Tri) e 2ª etapa (relatório 4º Tri)	1º Trim	-	-
			2º Trim	-	-
			3º Trim	1	1
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
26	Desenvolver materiais e atividades para ações educativas.	Nº de jogos/atividades/materiais produzidos	1º Trim	2	7
			2º Trim	2	5
			3º Trim	1	3
			4º Trim	1	7
			ANUAL	6	22
			ICM %	100%	360%
27	Elaborar Projeto e realizar encontro - "Aproximações II" - pessoas em situação de vulnerabilidade social	Nº de projeto (2º tri) e de encontros realizados (3º e 4º tri)	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	3	3
			4º Trim	3	3
			ANUAL	7	7
			ICM %	100%	100%
28	Realizar cursos de capacitação para professores, educadores e guias de turismo	Nº de cursos realizados	1º Trim	-	-
			2º Trim	1	1
			3º Trim	-	-
			4º Trim	1	1
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
29	Atender professores, educadores e guias de turismo em cursos de capacitação	Nº de professores, educadores e guias de turismo capacitados	1º Trim	-	-
			2º Trim	15	39
			3º Trim	-	-
			4º Trim	15	8
			ANUAL	30	47
			ICM %	100%	159,6%

Justificativa da superação da meta 19 – Propiciar visitas mediadas para estudantes de escolas públicas e privadas

A meta foi atingida e superada. Neste trimestre, em continuidade ao período anterior, o Educativo recebeu um número significativamente grande de estudantes de escolas públicas (4.780 visitantes), o que totaliza 50% dos estudantes atendidos neste trimestre. Importante ressaltar que a parceria com a Fundação para o Desenvolvimento da Educação encerrou-se em outubro. O número de visitantes de escolas particulares (548 visitantes) manteve-se na mesma faixa em comparação ao período anterior. De modo geral, o maior índice de visitação desta categoria ocorreu nos meses de março a maio, momento antecedente à Copa do Mundo. Aliás, a Copa foi tema de estudo em muitas escolas, o que justifica a grande procura neste ano por este público e a superação da meta nas categorias de público escolar. Não houve impacto no planejamento orçamentário.

Justificativa do cumprimento parcial da meta 20 - Propiciar visitas mediadas para grupos especiais (acessibilidade, idosos, vulnerabilidade social e parcerias institucionais, como por exemplo, Escola da Família).

O cumprimento da meta ficou em 98,8%, faltando apenas 135 pessoas para o totalizar 100%. Observa-se que o principal desfalque ocorreu no primeiro e segundo trimestres, quando houve a desistência de muitos grupos para as vagas reservadas a parceria com a Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE), quais sejam, o programa *Cultura é Currículo* e *Escola da Família*. Ambas as parcerias colaboraram significativamente, no ano de 2013, com a meta de grupos especiais. No entanto, no ano de 2014, a parceria com a Escola da Família sofreu um forte impacto com a desistência de inúmeros grupos. Para este programa específico, foram disponibilizadas 2.112 vagas, de acordo com o cronograma enviado para Márcia Volpati. No entanto, foram utilizadas apenas 748 vagas, o que corresponde 35% do total disponibilizado. Esse desfalque, que atingiu ambos os semestres, comprometeu significativamente esta meta. O programa *Cultura é Currículo* também cancelou horários disponibilizados (120 vagas), o que ajudou a impactar ainda mais no baixo número da meta até então.

Para minimizar os impactos negativos deste recuo da *Escola da Família* e do *Cultura é Currículo*, o Educativo se mobilizou em duas frentes. A primeira, para captar grupos já agendados e que tivessem o perfil abordado na meta, qual seja, instituições sociais. Desta maneira, sempre que houve algum cancelamento sem prévio aviso, a equipe de orientadores e educadores foi

instruída a substituir o grupo cancelado por um grupo não agendado com os educadores e que compusesse o perfil da meta naquele mesmo dia. A segunda, para trazer grupos de instituições sociais ao museu.

É importante pontuar também que o Núcleo buscou outras parcerias para o cumprimento dessa meta, como com o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE) e com a ONG Projeto Felicidade, que atua com crianças com câncer. Também conseguiu retomar a parceria com a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS), que acordou o agendamento de grupos a partir do mês de setembro de 2014. Contudo, essa mesma secretaria cancelou todos os grupos agendados nos meses de novembro e dezembro, contribuindo com o resultado final da meta.

A partir do diagnóstico de que uma das maiores dificuldades para a presença deste perfil de grupo no Museu é a falta de recursos para o transporte até o local, o Museu disponibilizou parte da verba do Educativo para subsidiar ônibus e lanches a algumas instituições. No mês de dezembro, foi feito um agendamento especial focado em asilos, mas ocorreu diversas baixas, ou seja, os ônibus não chegavam ao Museu com o número programado de visitantes.

Justificativa da superação da meta 21 – Propiciar visitas mediadas para grupos outros (turistas, empresas e etc.)

A meta foi atingida e superada. Neste ano, a procura pelo Educativo por parte de instituições interessadas em visitas técnicas, grupos VIPs e gravações, em decorrência, inclusive, da Copa do Mundo foi significativo no primeiro trimestre e apresentou um índice muito positivo no segundo e no terceiro trimestre. O Educativo sempre é buscado, seja pelo agendamento, seja pelos outros Núcleos ou mesmo a Diretoria, para receber autoridades, celebridades e membros de governo, pois realiza a extroversão do acervo oferecendo a estes visitantes um olhar mais aprofundado da linha apresentada na exposição de longa duração e temporária. As visitas técnicas, essenciais para a divulgação do equipamento, aconteceram ao longo de todo o ano, confirmando a projeção dos trabalhos do Núcleo e, por conseguinte, o grande interesse em conhecer mais de perto os detalhes e especificidades das ações e projetos realizados pelo Educativo, tais como o Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol (PAMF) e o projeto *Deficiente Residente*. Não houve impacto no planejamento orçamentário.

Justificativa da superação da Meta 22 – Realizar o atendimento ao público espontâneo

A meta foi atingida e superada. Em continuidade às ações de ampliação do contato com o público espontâneo, o Educativo segue oferecendo atividades e dinâmicas para os visitantes, inclusive para famílias. As atividades, jogos e oficinas continuaram a ser realizados no espaço expositivo, e também a apresentação de materiais do Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol (PAMF). O evento da Copa do Mundo no Brasil atraiu grande quantidade de público ao museu que, por sua vez, passou pelo atendimento do Educativo. Importante ressaltar que, somente neste ano, foram criadas 22 novas atividades para o público, ampliando ainda mais as possibilidades de contato e aproveitamento dos visitantes dentro do espaço expositivo. Não houve impacto no planejamento orçamentário.

Justificativa da superação da Meta 23 – Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público

A meta foi atingida e superada. A justificativa desta meta está intimamente relacionada à meta 19. Como as pesquisas são realizadas pelos grupos atendidos pelos educadores em visitas educativas agendadas e não agendadas e, no período, foi realizado um número alto de visitas com grupos, principalmente escolares, tivemos a oportunidade de aplicar mais questionários de avaliação que nos possibilitasse o retorno do perfil do público e satisfação dos visitantes. Não houve impacto no planejamento orçamentário.

Justificativa da superação da Meta 26 – Desenvolver materiais e atividades para ações educativas

A meta foi atingida e superada. A maior parte dos educadores do Núcleo tem formação na área de artes, além de ser uma equipe multidisciplinar. A possibilidade de relacionar a profissão com o trabalho no museu acaba por se tornar um constante incentivo e desafio para a criação de novas atividades e materiais. À parte disso, a convivência com a diversidade de público instiga os educadores a desenvolver atividades cada vez mais diversas, reforçando a relação de cada perfil de visitante com a exposição e suas experiências pessoais. Nesse sentido, peças de teatro, contação de história, atividades poéticas, musicais, artísticas e mesmo físicas fizeram parte da criação do Núcleo durante o ano todo. Neste ano, o mês da Consciência Negra foi um grande motor para a criação de atividades novas. Não houve impacto no planejamento orçamentário.

PROGRAMA DE APOIO AO SISEM-SP

As ações desenvolvidas no Programa de Apoio ao SISEM, em 2014, buscaram o fortalecimento da Rede de Memória do Esporte. Assim, foram realizadas visitas técnicas a duas instituições voltadas ao esporte – o Museu de Esportes de Araraquara e o Museu Pelé, em Santos – além da organização do 3º. Encontro da Rede nesse mesmo município, no mês de dezembro (meta 32).

Foram promovidas também duas palestras (meta 30) no quarto trimestre, uma no município de Araraquara e outra em Santos, conjuntamente com o 3º. Encontro da Rede Memória e Esporte. Ressalta-se que o cumprimento dessas metas, ainda que realizadas integralmente, não seguiu o cronograma estipulado em Plano de Trabalho. O principal motivo é a dependência das condições locais e dos cronogramas das instituições atendidas. Assim, tivemos de nos adequar às possibilidades de datas oferecidas pelas equipes de Santos e Araraquara.

A equipe técnica do Museu avaliou que o ano de 2014 foi bastante produtivo para o fortalecimento da Rede Memória e Esportes. A constituição das redes de museus é ainda um desafio para a área museológica brasileira e as instituições dedicadas à memória esportiva sofrem com a carência de recursos humanos e financeiros. A realização da Copa do Mundo e a proximidade com os Jogos Olímpicos de 2016 trouxeram a essas instituições mais visibilidade e a atenção para a necessidade de ações conjuntas, profissionalização das equipes e padronização de procedimentos, focos apontados para serem desenvolvidos pelas instituições e colaboradores da Rede no ano de 2015.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
30	Realizar palestras e workshops privilegiando as instituições da Rede de Memória do Esporte	Nº de palestras/workshops	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	1	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	1	2
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
31	Realizar visitas técnicas para diagnóstico privilegiando as instituições da Rede de Memória do Esporte (temática: manutenção predial e/ou documentação/pesquisa e/ou exposições e/ou serviço educativo e/ou comunicação institucional)	Nº de visitas	1º trim.	-	-
			2º trim.	1	-
			3º trim.	-	2
			4º trim.	1	-
			ANUAL	2	2
			ICM %	100%	100%
32	Realizar encontro da Rede Temática de Museus de Esporte	Nº de encontros	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	1	-
			4º Trim.	-	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

O Programa de Comunicação e Imprensa encerrou o ano de 2014 com um saldo bastante positivo. Foram 1.646 inserções na imprensa, totalizando 297 matérias impressas, 1061 *online* e 288 em rádio e TV. O período da Copa do Mundo houve o incremento da imprensa internacional, com a cobertura de veículos de 45 países diferentes. O número de inserções no quarto trimestre foi 284, com destaque para o Dia das Crianças, Projeto Deficiente Residente e Férias no Museu.

Em conjunto com a assessoria de imprensa, foram organizados encontros mensais de relacionamento com jornalistas. Neste trimestre a diretoria reuniu-se com Robinson Borges (Eu & Fim de Semana – Valor Econômico), Daniel Japiassu (Coluna da jornalista Sonia Racy, Jornal O Estado de S. Paulo). Além da reunião com Clariana Zanutto (Revista da Livraria Cultura), realizada pela assessoria de imprensa.

O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o quarto trimestre com 46.873 visitantes únicos (usuários), sendo 74% de novas visitas. A origem do tráfego foi Google, acessos diretos e Prefeitura de São Paulo. No ano de 2014, foram 221.907 usuários, que ficaram, em média 3:35s na navegação, mantendo o índice do trimestre de 74% de novas visitas. Ou seja, um dos pontos de atenção para o ano de 2015 é tornar o site uma ferramenta de comunicação mais atrativa ao público, de modo a aumentar a taxa de retorno (que atualmente é de 25%) e o tempo de navegação. Em comparação ao site do banco de dados do Museu (dados.museudofutebol.org.br), que é uma ferramenta de pesquisa e de divulgação de conteúdo, a taxa de retorno é de 41%, ainda que o total de usuários ainda seja consideravelmente menor que a do site institucional (3.580 visitantes únicos). É importante mencionar que o site ficou fora do ar no período de 24 de janeiro a 01 de abril de 2014, devido a problemas com o servidor externo.

Visando ampliar os canais de comunicação com o público, houve investimento em Redes Sociais, especialmente a rede Facebook. Há, internamente, um estagiário na área de comunicação dedicado a elaboração de conteúdos e monitoramento das postagens e citações do Museu na rede. Encerramos o 4º trimestre de 2014 com 27.794 seguidores, um crescimento de pouco mais de 7% em relação ao fechamento do trimestre passado e 34% em relação ao final de 2013. Ainda na internet, vale destacar a menção ao Museu do Futebol na lista dos 10 maiores geradores de tráfego de um blog com dica de passeios e site do Trip Advisor.

Na área de marketing, foram realizados em 2014, 4 anúncios em mídia impressa: no Guia 2x1, na revista VejaSP, na revista 29Horas (1/3 de página nas edições de agosto e setembro), e Época Negócios (1 página na edição de novembro) e Revista Avianca (Cia Aérea, no mês de abril). Os três primeiros foram parcerias, que não oneraram o contrato de gestão. O último foi mídia paga com recursos previstos no Plano Anual de 2013 (Lei Rouanet). Ainda na área de marketing, em 2014 foi firmada parceria com a rádio CBN, para veiculação de spots de rádio, e com a rádio Estadão.

Outro destaque do primeiro trimestre foi a produção de materiais bilíngues (folder tipo take one) de divulgação, para distribuição em hotéis e pontos turísticos. Foram

organizados 3 encontros com concierges dos principais hotéis de São Paulo e a equipe de comunicação marcou presença em 4 importantes feiras de turismo na cidade.

Por fim, foram produzidos dois livros impressos sobre o Museu. O primeiro, "Museu do Futebol, um museu-experiência", organizado por Leonel Kaz, foi planejado nos anos de 2012 e 2013 e revisado e impresso em 2014. O segundo "Museu do Futebol", é o 33º. volume da tradicional coleção "Museus Brasileiros" do Banco Safra, que foi patrocinado pelo banco. Em ambos os casos, a equipe técnica do Museu empenhou-se em produzir e revisar conteúdos, selecionar imagens e gerenciar as autorizações de imagens e direitos autorais.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
33	Realizar divulgação da programação do museu por meio de campanhas e comunicação on-line	Número de eventos divulgados	1º Trim.	6	12
			2º Trim.	8	13
			3º Trim.	10	19
			4º Trim.	6	13
			ANUAL	30	57
			ICM %	100%	190%
34	Fortalecer redes sociais do museu como importante canal de comunicação com o público	Número absoluto de seguidores novos nas redes sociais (twitter, facebook e instagram)	1º trim.	100	1.853
			2º trim.	100	3.190
			3º trim.	100	2.678
			4º trim.	100	1.890
			ANUAL	400	9611
			ICM %	100%	2402%

Justificativa da superação da Meta 33: Realizar divulgação da programação do museu por meio de campanhas e comunicação on-line

A superação é devida à estratégia de manter a boa divulgação do Museu no período anterior e após a Copa do Mundo. Vale ressaltar que a superação do número de campanhas não onerou financeiramente a instituição, uma vez que foram desenvolvidas pela equipe interna de Comunicação e o disparo foi feito via sistema de disparo de e-mail marketing, também já contratado.

Justificativa da superação da Meta 34: Fortalecer redes sociais do museu como importante canal de comunicação com o público

O crescimento anual do número de seguidores do Facebook não foi bem dimensionado quando da proposição da meta. Como trabalhamos com crescimento orgânico, ou seja, sem a impulsão paga, o número de seguidores foi subdimensionado e a meta, retificada no Plano de Trabalho de 2015.

Contudo, a despeito do subdimensionamento, é importante destacar o resultado positivo, e o saldo final de 9.611 novos seguidores, totalizando 27.794. Essa superação não onerou o contrato de gestão.

PROGRAMA DE GESTÃO ADMINISTRATIVA

O Programa de Gestão Administrativa, neste 4º trimestre, houve o empenho em revisar os custos dos contratos de prestação de serviços (vigilância, portaria e bombeiro) para o exercício de 2015, visando à sua otimização e possível redução. Houve o planejamento e readequação de escalas de trabalho de equipes de colaboradores e planejamento desenvolvimento de ações e atividades previstas para o Plano de Trabalho 2015.

Nº	AÇÕES	INDICADOR DE RESULTADO	PERÍODO	META PREVISTA	META REALIZADA
35	Submeter projetos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados	Nº de projetos submetidos	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	2
			3º Trim.	1	1
			4º Trim.	1	-
			ANUAL	2	3
			ICM %	100%	150%
36	Captar recursos por meio de geração de receita de bilheteria, receita de cessão remunerada de uso de espaços e contratos de restaurante, café, loja, livraria.	10% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º trim.	10%	11,84%
			2º trim.		38,66%
			3º trim.		32,47%
			4º trim.		24,70%
			ANUAL		21,98%
			ICM %	100%	219,82%
37	Captar recursos por meio de projetos incentivados (Roaunet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc.) e doações	10% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Trim.	10%	0,43%
			2º Trim.		8,68%
			3º Trim.		1,46%
			4º Trim.		0,62%
			ANUAL		2,02%
			ICM %	100%	20,2%
38	Elaborar e desenvolver Plano de Desenvolvimento institucional do Museu	Desenvolvimento do Plano	1º Trim.	-	-
			2º Trim.	-	-
			3º Trim.	-	-
			4º Trim.	1	1
			ANUAL	1	1
			ICM %	100%	100%

Meta 35 – Submeter projetos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados

Constatamos um equívoco na informação do cumprimento dessa meta nos relatórios anteriores e procedemos agora à sua retificação, a saber:

	Informado nos Relatórios Anteriores	Retificado – 4º Trimestre
1º Trim.	-	-
2º Trim.	-	2
3º Trim.	1	1
4º Trim.	-	-

_segundo trimestre submetidos 2, a saber : Ball Game Pronac 147.249,
Ball Game Proac nº 14644 e;
_terceiro trimestre submetido 1, a saber : Plano Anual 2015 Pronac
1410879.

Pedimos a gentileza de proceder a correção e nos desculpamos pelos
eventuais transtornos.

**Meta 36 – Captar recursos por meio de geração de receita de
bilheteria, receita de cessão remunerada de uso de espaços e
contratos de restaurante, café, loja e livreria.**

Modalidade / Fonte	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	TOTAL
Receitas de Bilheteria	133.585	261.575	207.894	121.077	724.131
Gestão de Espaços/Aluguéis	144.319	197.755	114.385	174.226	630.685
Receitas de Eventos	129.656	43.530	107.658	36.255	317.099
Rendimentos / Reembolsos	178.577	146.921	115.895	83.577	524.970
TOTAL	586.137	649.781	545.832	415.135	2.196.885
Recursos repassados do CG no período	4.951.180	1.680.845	1.680.845	1.680.845	9.993.715
Resultdo parcial relativo ao período	11,84%	38,66%	32,47%	24,70%	21,98%

Posicionamento Financeiro

A meta foi cumprida e superada e, nesse balanço anual, apresentamos,
além do demonstrativo das receitas de bilheteria, espaços e eventos, o
demonstrativo, por trimestre, das receitas oriundas dos rendimentos de
aplicações financeiras, não demonstrados nos relatórios trimestrais e que
somaram no ano R\$ 524.970,00.

**Meta 37 - Captar recursos por meio de projetos incentivados
(Roanet, PROAC, Mendonça), editais de fomento (FAPESP, FINEP,
CNPq, etc.) e doações**

Modalidade / Fonte	1º TRIMESTRE	2º TRIMESTRE	3º TRIMESTRE	4º TRIMESTRE	TOTAL
Captação de Recursos por meio de projetos incentivados	21.537	145.883	24.494	10.379	202.293
TOTAL	21.537	145.883	24.494	10.379	202.293
Recursos repassados do CG no período	4.951.180	1.680.845	1.680.845	1.680.845	9.993.715
Resultdo parcial relativo ao período	0,43%	8,68%	1,46%	0,62%	2,02%

Posicionamento Financeiro

As metas 36 e 37, direcionadas à captação de recursos, foram definidas individualmente em 10% do valor de repasse do Contrato de Gestão ou R\$ 999.371,50, totalizando R\$ 1.998.742,00.

A captação realizada, no valor de R\$ 2.399.178,00 – equivalentes a 24% do valor do repasse do Contrato de Gestão para o exercício - superou o montante previsto nas referidas metas, embora individualmente, a meta 36 tenha sido superada e a meta 37, parcialmente cumprida. Foi também captado, através de outra instituição, o montante de R\$ 1.670.000 para o projeto "Itinerância do Museu do Futebol" (inscrito no MinC Pronac n. 146982).

A meta 36 previa captação de 10% e apresentou o resultado de 22% do total do repasse do exercício de 2014 (219,8% da meta). Tal superação é devida, sobretudo ao recorde de público, fruto da visitação do Museu no ano da Copa do Mundo, em que houve, além do forte fluxo de turistas estrangeiros, ampliação do horário de funcionamento durante 2 meses. O incremento de público compensou a perda de receita gerada pela introdução da gratuidade aos sábados, tradicionalmente um dia de grande visitação no Museu, a partir de 01 de maio de 2014 (Resolução SC 21-2014), e pela manutenção da gratuidade às quintas-feiras, por decisão do Conselho de Administração, até agosto de 2014.

Contribuíram também para a superação desta meta, as receitas com cessão de uso de espaços, atribuídas aos esforços da equipe em atender e prospectar empresas interessadas na locação dos espaços do Museu.

A meta 37 teve ICM de 20,2%, que corresponde a 2% do total do repasse do exercício de 2014. Seu cumprimento parcial se deu em razão de fatores internos e externos, pontuados a seguir.

A O.S. não apresentou, em 2013, um Plano Anual ao MinC, uma vez que no período em que se encerravam as inscrições para esse tipo de proposta (30 de setembro), houve a saída de três dos quatro diretores que compõem o quadro da instituição. Essa mudança impactante dificultou os processos de tomada de decisão sobre quais as estratégias a serem seguidas, no final de 2013, no que tange à inscrição de projetos em leis de incentivo.

Na gestão da nova diretoria, houve a tentativa de submissão de um Plano Anual para 2014, quando da reabertura das inscrições no mês de fevereiro. Paralelamente, houve a oportunidade de elaboração de um projeto de exposição itinerante do Museu do Futebol para o interior de São Paulo. Como a O. S. aguardava a deliberação do MinC sobre a proposta de Plano Anual para o ano de 2014, e, pelas regras da Lei Federal de Incentivo à Cultura, que não permite ao mesmo proponente pleitear por um projeto cultural ao mesmo tempo em que inscreve um Plano Anual; propusemos

uma parceria à empresa Arquiprom, para que eles fossem os proponentes da itinerância do Museu do Futebol. Assim, entre fevereiro e março de 2014, a equipe do Museu do Futebol elaborou o referido projeto, em conjunto com a Arquiprom, que o submeteu ao MinC no mês de abril.

Enquanto o projeto de itinerância do Museu do Futebol já estava em fase adiantada de elaboração, recebemos a negativa do MinC no processo de submissão de um Plano Anual (a primeira negativa em 03/02/2014 e a segunda em 18/02/2014). Assim, o IDBrasil não poderia mais retirar da Arquiprom a possibilidade de inscrição do projeto de itinerância, uma vez que já estava acordada a parceria, e tampouco obtia do MinC uma resposta positiva sobre suas tentativas de submissão de um projeto. Com isso, a O.S. deliberou em inscrever no MinC um projeto de menor porte do que o que estava se tentando inscrever, sem sucesso.

Desta forma, houve inscrição de dois projetos voltados ao Museu do Futebol:

- "Exposição temporária Ball Game" (inscrita no MinC pelo IDBrasil, organização social de cultura gestora do Museu do Futebol);
- "Itinerância do Museu do Futebol" (inscrita no MinC pela empresa Arquiprom).

É importante lembrar que, no ano de 2014, o Ministério da Cultura atuou com calendário diferenciado, e deixou de realizar reuniões da CNIC (Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – órgão responsável pela análise e aprovação de projetos) durante os meses de junho e julho. Com isso, os projetos culturais acima citados, apresentados entre final de abril e início de maio, só tiveram suas aprovações publicadas em Diário Oficial no mês de agosto. Tal calendário prejudicou a prospecção de possíveis patrocinadores ao Museu durante o primeiro semestre de 2014. Somando isso à realização da Copa do Mundo de Futebol, os pedidos feitos às empresas geralmente encontravam negativas, com o argumento de que os investimentos "em futebol" já haviam sido feitos em razão do torneio mundial.

O IDBrasil apostou na prospecção de um projeto de exposição (Ball Game – projeto apresentado no Relatório do 1º. Trimestre, meta 10), a ser realizada após a Copa do Mundo, cujo acervo e temática não estão diretamente relacionadas ao esporte. Isto é, a procura por patrocínio seguiu a estratégia de venda de um produto cultural que lançava novas perspectivas para o Museu: o diálogo com acervos arqueológicos, a exibição de um acervo guardado no Museu de Israel – abrindo diálogo internacional para a instituição – e a abertura do tema: não apenas futebol, mas jogos lúdicos com uso de bolas na América pré-colombiana.

Visando a diversificar as possibilidades de captação, a mesma exposição (Ball Game), diante da paralisação das atividades do MinC nos meses de junho e julho, foi inscrita no PROAC no início de junho. Ressalta-se o empenho e agilidade da UPPM em fornecer a carta obrigatória para inscrição de um projeto nessa modalidade, bem como da equipe de análise do PROAC na aprovação do projeto, que ocorreu em menos de 60 dias.

O Banco Safra, que já patrocinou uma exposição temporária no Museu e que em 2014 organizou um livro sobre a instituição para a coleção "Museus Brasileiros", mostrou-se interessado em patrocinar a exposição Ball Game com recursos incentivados. Assim, contava-se com o aporte deste banco no ano de 2014. Contudo, no mês de dezembro, o Banco declinou do patrocínio, por questões conjunturais.

Ainda que contássemos para o Museu do Futebol com um projeto de exposição inscrito em duas modalidades de leis de incentivo (Rouanet e Proac) e um projeto de exposição itinerante inscrita em nome de outro proponente, elaboramos o Plano Anual do Museu para o ano de 2015, aprovado e liberado para captação no mês de dezembro de 2014. Apesar dos esforços da equipe na prospecção de captação de recursos, contatando diversas empresas e agências/produtoras culturais, o cenário econômico fez com que, muitas das empresas que haviam sinalizado o interesse em patrocinar os projetos do Museu, não investissem ou não apresentassem saldo para os aportes.

A empresa SAMSUNG, que é uma das principais parceiras do Museu e aportou recursos no ano de 2013, manteve patrocínio direcionado ao Museu em 2014, porém optou pelo projeto de exposição itinerante (Tour Paulista do Museu do Futebol), aportando o valor de R\$ 670.000,00. Outra empresa que escolheu esse mesmo projeto foi a IBM, que investiu R\$ 1.000.000,00, conforme demonstrativo abaixo:

Apresentação de projeto cultural - Google Chrome

sistemas.cultura.gov.br/propostaweb/mn_Apresentacao/mn_Apresentacao.php

Cultura Ministério da Cultura

Apresentação de projeto cultural

Página Inicial :: Proposta cultural :: Projeto cultural Usuário :: Sair Abrir página de ajuda

Usuário conectado: luiz laurent bloch

Projeto Cultural

Identificação

Nr. Projeto: 146982
Nome do Projeto: ?Itinerância do Museu do Futebol ?(Titulo Provisório)
CNPJ / CPF: 43.306.224/0001-39
Proponente: Arquiprom Ltda

UF / Mecanismo / Área Cultural / Segmento / Processo / Enquadramento / Dt.Início Execução / Dt.Final Execução

SP	Mecenato	Artes Visuais	Exposição de Artes	01400.025419/2014-38	Artigo 18	10/01/2015	31/12/2015
----	----------	---------------	--------------------	----------------------	-----------	------------	------------

Síntese do Projeto

Itinerância de Exposição de parte do Acervo do Museu do Futebol, bem como montagem em cada local de Centro de Referência em unidade externa móvel que será realizada em até 7 cidades do Estado de SP para difusão da História do Futebol, bem como para ampliação e difusão do Acervo do Museu, via captação de imagens e documentos oferecidos pela população de cada localidade visitada e realização de várias ações culturais.

Valores

Dt.Situação: 07/01/2015
Situação: E12 - Autorizada a captação residual dos recursos

Providência Tomada: Projeto aprovado e publicado no Diário Oficial da União.

Organização/Produto/Item de Análise/Situação: Não há registros a exibir

Unidade de Análise

Última Finalização

Emissor: Mº do Socorro Silva	Dt.Envio: 19/08/2014	Estado Recebido: 19/08/2014
Destino: SEF/CIGEAR/SACAV	Receptor: Rosata L.Oliveira	

Despacho: PARA PUBLICAÇÃO DA PORTARIA QUE AUTORIZA CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Localização atual do projeto

Apresentação de projeto cultural - Google Chrome

sistemas.cultura.gov.br/propostaweb/mn_Apresentacao/mn_Apresentacao.php

Cultura Ministério da Cultura

Apresentação de projeto cultural

Página Inicial :: Proposta cultural :: Projeto cultural Usuário :: Sair Abrir página de ajuda

Usuário conectado: luiz laurent bloch

Captação

146982 - ?Itinerância do Museu do Futebol ?(Titulo Provisório)

Incentivador: IBM - Brasil Indústrias Máquinas e Serviços Ltda					
Tipo de Apoio	Nr. Recibo	Dt.Chegada	Dt.Recibo	VI.Captado	
Patrocínio	1224	10/12/2014	10/12/2014	1.000.000,00	
Total por Incentivador				1.000.000,00	
Incentivador: Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda					
Tipo de Apoio	Nr. Recibo	Dt.Chegada	Dt.Recibo	VI.Captado	
Patrocínio	1238	30/12/2014	30/12/2014	670.000,00	
Total por Incentivador				670.000,00	
Total Geral (2)				1.670.000,00	

[1 a 2 de 2]

Resumo

IBM - Brasil Indústrias Máquinas e Serviços Ltda	Registros	GRÁFICO	VI.Captado	GRÁFICO
			1.000.000,00	
Samsung Eletrônica da Amazônia Ltda			670.000,00	
Total Geral	2		1.670.000,00	

Ainda que não seja possível computar tais investimentos como parte dos resultados da meta 37, devido ao fato de o proponente não ser o IDBrasil, a menção a esse aporte de patrocínio é importante nesta justificativa de cumprimento parcial da meta, pois esse aporte viabilizará o projeto em 2015, trazendo ganhos à instituição por sair, pela primeira vez, em uma ação extramuros bastante completa, que unirá a exibição de parte do acervo, do Centro de Referência e das ações educativas e culturais, levando o Museu do Futebol ao interior paulista. Se fossem considerados os aportes

desse projeto, os recursos destinados ao Museu do Futebol previstos na meta 37 totalizariam 18,7% do total do repasse do Contrato de Gestão.

Expostos os fatores internos e externos ocorridos ao longo de 2014 e considerando as dificuldades surgidas em um período de “ressaca” de futebol no pós-Copa do Mundo, o momento de incertezas após o processo eleitoral a crise econômica anunciada com cortes no orçamento público; solicitamos a esta Unidade Gestora, na avaliação das metas do Plano de Trabalho de 2014, que considere os fatores expostos acima para autorizar a unificação das metas 36 e 37 e contabilize o cumprimento do percentual de 20% sobre o repasse contratual para captação de recursos estipulados em 2014, uma vez que a soma dos resultados das duas metas totalizaram, considerando a captação direta do IDBrasil, aproximadamente 24% do valor do repasse.

Exposição sobre as Demonstrações Contábeis e seus resultados referentes ao exercício de 2014

CONTRATO DE GESTÃO Nº 005/2011

ATIVO

Disponibilidades: R\$ 3.056 - Registram o recursos financeiros (caixa, bancos conta movimento e fundos de reserva e contingência).

Aplicações Financeiras: R\$3.042 – Registram as aplicações financeiras em fundos de investimentos, poupança, título de capitalização e CDB dos recursos disponíveis.

Adiantamentos: R\$44 – Registram os adiantamentos de salários e adiantamento de férias aos empregados.

O ativo imobilizado R\$813- corresponde a bens tangíveis, composto de móveis, utensílios máquinas e equipamentos programas e softwares de computadores.

PASSIVO

Fornecedores: R\$50 – Obrigações com fornecedores e prestadores de serviços.

Obrigações e encargos sociais: R\$ 559 – Composto por provisões de férias e encargos.

RECEITAS

Receitas do Contrato de Gestão: R\$9.971 – Representam os valores repassados pela Secretaria de Cultura do Estado, provenientes do Contrato de Gestão.

Receitas de Captação: R\$3.592 - Representam os valores recebidos através de bilheteria, locações de espaços, eventos, patrocínios, doações e outras.

Receitas Financeiras: R\$419 – Representam os rendimentos das aplicações bancárias dos recursos do Contrato de Gestão e das Captações.

DESPESAS

Pessoal: R\$6.312 – Neste item estão relacionadas as despesas realizadas com salários, encargos sociais, benefícios, pagamentos à estagiários e autônomos.

Serviços Prestados por terceiros: R\$ 4.376 – Neste item estão relacionadas as despesas com Vigilância e Segurança Patrimonial, Limpeza, Assessorias e Consultorias diversas.

Gerais e Administrativas: R\$1.262 Neste item estão lançadas as despesas com manutenção e reparos, exposições, locações, viagens e estadias e outras despesas diversas, despesas realizadas com as concessionárias de energia elétrica e telefonia, tributos municipais, estaduais, federais e contribuições sindicais e associativas.

Contexto Geral:

A entidade iniciou o exercício de 2014 com saldo financeiro da ordem de **R\$4.167**, sendo **R\$2.298** para livre movimentação e **R\$1.869** de patrocínio incentivado via Lei Rouanet. A boa gestão e a economicidade dos processos administrativos e financeiros propiciou ao final do exercício um saldo financeiro da ordem de **R\$1.836**.