Bueno Caos, 2019

RELATÓRIO DO 3º TRIMESTRE 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

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório trimestral desta Organização Social de Cultura, relativo ao terceiro trimestre de 2019, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil, no período de 1 de julho a 30 de setembro, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza-se o aspecto qualitativo das mesmas.

O Museu celebrou seu décimo primeiro aniversário em 29 de setembro somando, no trimestre, 112.606 visitantes, 55% destes no mês de julho, que tradicionalmente apresenta o pico de visitação do Museu. Colaborou para esse resultado a oferta de programação voltada a diferentes públicos, tais como: torcidas femininas, torcidas estrangeiras, fãs do time britânico Manchester City, colecionadores, pesquisadores, famílias, público escolar e infantil. O IDBrasil vem somando esforços para ampliar e diversificar o público do Museu do Futebol por meio de ações criadas pela equipe e por parceiros e ressalta-se que toda a programação cultural e de exposições aqui apresentada foi viabilizada com recursos oriundos de patrocínios e parcerias.

No **Programa de Gestão Executiva Transparência e Governança**, celebramos a conquista de um novo patrocinador, a farmacêutica EMS, que aportou recursos no projeto inscrito na Lei Federal de Incentivo ao Esporte. O banco Itaú propiciou novo aporte dirigido a oferta de um final de semana gratuito no mês de julho e a PEPSICO, por meio da marca Salgadinhos Torcida, realizou uma ação de ativação paga no mês de setembro. O trabalho de prospecção de clientes para locações eventuais dos espaços vem buscando maximizar as oportunidades que essa frente representa na geração de receitas ao equipamento. Por fim, destaca-se o desempenho na captação de recursos que, no trimestre, alcançou mais de 90% da meta anual prevista.

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou 736 novos atendimentos, totalizando 2.111 desde janeiro de 2019. O Centro liderou, junto com a UPPM, duas reuniões para discussão da revisão da Lei de Direitos Autorais. Profissionais da área de museus reuniram-se no Auditório do Museu do Futebol a fim de organizar os principais pontos a serem incluídos na consulta pública aberta pelo Congresso Nacional para a revisão dessa lei, que data de 1998. A equipe esteve presente na "True Colors Cup" (torneio brasileiro com atletas amadores LGBT), junto com representantes do Museu da Diversidade Sexual, com o objetivo de mapear contatos desse perfil de times para o planejamento de um projeto maior a ser feito junto à causa LGBTQI.

Destaca-se também a realização de curadoria de conteúdo para a mostra "Futebol da Quebrada", que contou com uma seleção de filmes, exposição de 72 camisas de futebol de várzea, dos troféus masculino e feminino do campeonato "Taça das Favelas" e um totem com mais de 290 imagens, de 19 times e 11 campeonatos. A equipe do

Centro realizou a seleção e legendas das imagens, quase todas pertencentes ao acervo do Museu a partir de sua pesquisa realizada desde 2011.

O "Futebol da Quebrada" foi um dos destaques do **Programa de Exposições e Programação Cultural**, cuja abertura em 14 de setembro reuniu mais de 400 jovens de times de futebol amador das periferias paulistanas que atuaram na Taça das Favelas. A oportunidade também serviu para distribuição do álbum desse campeonato, organizado pela CUFA (Central Única das Favelas), que contou com anúncio de uma página sobre o Museu.

O Programa somou, no trimestre, 18 eventos em 44 dias e com um público de mais de 17 mil pessoas. Dentre esses eventos, foram realizados três debates relacionados à exposição temporária "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol", exibição de jogos com telão na área externa, feiras gastronômicas, troca de figurinhas e atividades recreativas para crianças e famílias no Programa Férias no Museu. O tradicional programa trouxe em 21 dias no mês de julho, mais de 5 mil pessoas. Outras ações de destaque foram o recebimento do "Trophy Tour" do clube Manchester City, no mês de agosto, ação internacional que atraiu 1.200 torcedores do clube inglês ao Museu para assistir ao início do torneio Premier League e apreciar os troféus do time, e a 2ª Copa Paulista de PES (Pro Evolution Soccer), torneio de futebol de videogame. Resultado da parceria com o Google foi a publicação de seis exposições virtuais na plataforma Google Arts & Culture, todas relacionadas ao projeto "Museu do Impedimento", projeto que visou a coleta e divulgação de histórias de mulheres que jogaram futebol no período de em que estiveram impedidas por lei. Os acessos a essas mostras somaram mais de 525 mil visitantes únicos.

O **Programa Educativo** atendeu 13.865 pessoas em uma ampla gama de ações, sendo a maioria (77%) em visitas educativas agendadas. O público escolar representou, deste total, 6.089 visitantes; enquanto o público específico somou 4.515. Outro destaque do Programa no período foi o início da terceira edição da segunda temporada do projeto "Deficiente Residente". O foco em 2019 é a deficiência física e o residente, Alex Firmino, é um jovem que teve sua perna amputada devido a um acidente com motocicleta. Alex reencontrou sua atuação social a partir do futebol e hoje é atleta do time de Futebol de Amputados do São Paulo Futebol Clube. Outro projeto educativo de destaque em 2019, o "Revivendo Memórias", teve sua terceira ação no dia 21 de setembro. Realizado em parceria com a Faculdade de Medicina da USP, tem como objetivo o estímulo à memoração dentro de espaços culturais para pacientes com Alzheimer e perda de memória.

O **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** somou 547 inserções sobre o Museu do Futebol em veículos de imprensa, na forma de conteúdo editorial (a chamada mídia espontânea), sendo 69% em veículos online, 13% em mídia impressa, 11% em emissoras de rádio e 7% em programas de TV. Como parte das ações realizadas nas redes sociais, as páginas e perfis do Museu do Futebol conquistaram 5.040 novos seguidores, enquanto os sites foram visitados por 115.442 internautas. No campo do Desenvolvimento Institucional, foram fechadas novas parcerias com a Federal Internacional de Football Soccer Society (FIFO7S), que promoveu o torneio internacional

de Futebol Feminino no Estádio do Pacaembu. Foram quatro jogos, com as seleções femininas do Brasil, Chile Argentina e Costa Rica. O evento marcou a estreia na nova técnica da Seleção Brasileira, Pia Sundhage, e o momento propiciou a visita dessas atletas e de sua comissão técnica à exposição temporária CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol no dia 30 de agosto. Foi um bonito encontro das jogadoras com suas próprias histórias representadas na exposição. Além dessa visita, o Museu ofereceu gratuidade ao público que assistiu aos jogos no Estádio, além de incentivar a torcida a comparecer ao torneio.

Outra iniciativa inédita foi o projeto "Cineautorama", promovido pela empresa Brazucah e patrocinado pela empresa UBER, que montou uma tela de cinema na Praça Charles Miller com exibição de filmes sobre mulheres. O Museu sorteou ingressos aos participantes e produziu uma vinheta de divulgação da exposição temporária em cartaz.

O **Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e Segurança** manteve as ações de manutenção física e conservação preventiva da edificação, com a equipe dedicada a executar o Plano de Manutenção do Museu de forma a garantir todos os sistemas funcionando plenamente. Foi aplicada proteção passiva contra fogo em todos os elementos de revestimento do auditório (poltronas, carpete, madeiras, revestimentos de parede, palco), melhorando a proteção contra incêndio no local. Um dos pontos a destacar foi a instalação de dreno de final de linha na rede de chuveiros automáticos e a obtenção da documentação necessária à renovação do AVCB prevista para o mês de novembro de 2019.

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 (92,6%). O destaque do período coube à captação de recursos patrocinados, oriundos de empresas como Itaú, Pepsico e a farmacêutica EMS. O volume de captação até o momento atingiu 93% da meta 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.

N°	Ações Pactuadas	N°	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	
					META ANUAL	**3**	**1**
					ICM%	**100%**	**33%**
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	
					META ANUAL	**2.439.000**	**2.261.606**
					ICM%	**100%**	**93%**
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%	94,40%
					2º Tri	> ou = 80%	92,30%
					3º Tri	> ou = 80%	92,60%
					4º Tri	> ou = 80%	**-**
					META ANUAL	**> ou = 80%**	**93,10%**
					ICM%	**100%**	**75%**

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)

Justificativa do cumprimento parcial e detalhamento da ação:

Foi inscrito o Plano Anual do Museu do Futebol na Lei Federal de Incentivo à Cultura (PRONAC). A proposta de número 307949 solicita o total de R$ 8.472.940,80, abrangendo duas exposições temporárias na sede, exposições itinerantes, programação cultural, ações educativas, ações para ampliação do acervo do Centro de Referência e recursos para manutenção predial, expográfica e tecnológica.

O segundo projeto previsto para ser inscrito no terceiro trimestre de 2019 seria o Plano Anual de Atividades na Lei Municipal de Incentivo à Cultura, o PROMAC. No entanto, até 30 de setembro de 2019, a Prefeitura não abriu para novas inscrições, impossibilitando o IDBrasil de cumprir com a meta de 02 projetos inscritos.

O resultado, porém, poderá ser recuperado no próximo trimestre, por meio de inscrição em editais e leis de incentivo ao esporte, caso o PROMAC não viabilize novas inscrições. Ressalta-se que o IDBrasil já possui Plano Anual aprovado no PROAC, com prazo de captação até dezembro de 2020, desse modo, não cabem novas inscrições no PROAC nesse momento.

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

Abaixo, comentam-se as ações e resultados da prospecção de patrocínios ao Museu do Futebol, ocorridos no período:

- Efetivou-se, em 30/09/2019, aporte financeiro da empresa **farmacêutica EMS**, no valor de **R$ 171.206,90**, em favor do projeto "Com a Bola Toda" inscrito e aprovado na Lei de Incentivo ao Esporte (LIE) do Governo Federal. O projeto já havia recebido aporte anterior, em 2018, por parte do escritório de advocacia Pinheiro Neto, de R$ 52.000,00, resultando em R$ 223.206,90 já captados. O prazo de captação do valor total do projeto (R$ 355.829,73) é até 01/11/2020, assim, a captação seguirá, mas caso não haja novos aportes até o encerramento do ano, com esses dois patrocínios já é possível redimensionar as ações para a realização do "Com a Bola Toda" no início de 2020. O projeto consiste na disponibilização ao público, na área externa do Museu, de clínicas esportivas de modalidades com o uso de bola e praticadas em equipe e área com equipamentos esportivos para livre fruição. Também faz parte do projeto o agendamento de

grupos de instituições sociais para as atividades e para visitas educativas ao Museu, com viabilização de ônibus e lanche.

- O **Itaú Unibanco**, patrocinador da exposição temporária CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol, promoveu dois dias de entrada gratuita (06 e 07/07) para o público visitar o Museu e a mostra, com o aporte de **R$ 40.000,00**. As datas foram escolhidas em comum acordo e aproveitaram os jogos da final da Copa do Mundo de Futebol Feminino, na França e final da Copa América ocorrida no Brasil.

- A marca do grupo **Pepsico**, salgadinhos Torcida, está realizando ativação de marca no Museu do Futebol de 14/09 a 13/10. Por meio do acordo, o Museu de **R$ 40.000,00**. A Pepsico tem direito a 1.000 ingressos do Museu e a exibir a marca Torcida na sala Jogo de Corpo e na saída do Museu, onde realizou ação de sampling no período de 14 a 29 de setembro.

- Foi realizada permuta com a empresa **Dinamize**, fornecedora de plataforma de armazenamento de mailing e disparo de newsletters. A permuta permite que seja desonerado o contrato de gestão do Museu do Futebol no que se refere ao custo desse serviço pelo período de 6 meses.

A tabela 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$)	TOTAL até a data (em R$)
Receitas de Bilheteria	378.335	446.749	451.356	**1.276.439**
Cessão de Espaço - mensal	93.243	93.242	93.243	**279.727**
Cessão de Espaço - eventual	144.110	63.117	210.533	**417.760**
Convênios/Patrocínios e Doações	15.200	4.490	267.989	**287.679**
Captações Diversas (Prest. Serv)	-	-	-	**-**
TOTAL Captação trimestral	**630.887**	**607.599**	**1.023.120**	**2.261.606**
Indicativo de meta de Captação no período	**530.000**	**602.000**	**620.000**	**1.752.000**
Índice de cumprimento da meta no período	**119,0%**	**114,6%**	**193,0%**	**129,1%**
Meta Captação Anual (27,9% sobre o valor do repasse)	**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%**	**92,7%**

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

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

Relatório consolidado da pesquisa de satisfação e perfil, extraído do sistema eletrônico no período de 1 de julho a 30 de setembro de 2019. O índice de satisfação de 92,6% é calculado pelo consolidado trimestral da resposta dos visitantes do Museu do Futebol à pergunta n. 6 "O que achou da exposição principal do Museu do Futebol?".

Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações entre 01/04/19 e 31/07/19
- avaliações da unidade de pesquisa: Museu do Futebol

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

a) Sim, quero falar sobre a visita.	3.470	81,0%
b) Não, quero apenas deixar um comentário	812	19,0%

4.282 respostas

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

a) Sim	2.862	83,4%
b) Não (Quantas vezes já nos visitou?)	571	16,6%

3.433 respostas

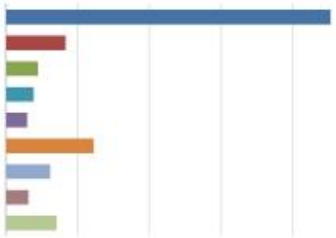
3. Como você nos conheceu?

a) Indicação de amigo / familiar	1.143	40,9%
b) Site do Museu	320	11,5%
c) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)	421	15,1%
d) Jornal/Revistas	86	3,1%
e) TV	260	9,3%
f) Rádio	34	1,2%
g) Guias e sites de turismo	110	3,9%
h) Agências de viagem	21	0,8%
i) Outros	530	19,0%

Seleção múltipla permitida — *2.794 respondentes*

4. Qual(is)?

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



a) Conhecer o Museu	2.258	70,6%
b) Conhecer a exposição temporária	415	13,0%
c) Rever ou complementar uma visita anterior	212	6,6%
d) Pesquisar/estudar algum tema / fazer trabalho escolar	186	5,8%
e) Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.)	142	4,4%
f) Trazer ou acompanhar os filhos(as)/família/amigos(as)/namorado(a)	603	18,9%
g) Entrada gratuita/baixo valor do ingresso	300	9,4%
h) Estava próximo e resolveu entrar/mora perto/trabalha perto	154	4,8%
i) Sou aficionado(a) por futebol / adoro futebol	346	10,8%

Seleção múltipla permitida — *3.197 respondentes*

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

a) Ótima	2.419	76,3%
b) Boa	548	17,3%
c) Regular	91	2,9%
d) Ruim	19	0,6%
e) Péssima	93	2,9%

Média 4,63

3.170 respostas

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

Promotores	2.571	81,6%
Neutros	391	12,4%
Detratores	187	5,9%

NPS 76

3.149 respostas

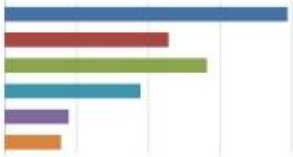
8. O que poderia ser melhor para que você nos recomendasse?

9. Como você se reconhece?

a) Homem	291	51,5%
b) Mulher	274	48,5%

565 respostas

10. Qual a sua idade?



a) Até 18 anos	984	31,5%
b) Entre 18 e 25 anos	567	18,1%
c) Entre 25 e 35 anos	699	22,4%
d) Entre 35 e 45 anos	467	14,9%
e) Entre 45 e 55 anos	217	6,9%
f) Acima de 55 anos	192	6,1%

3.126 respostas

11. Onde você mora?

a) Município de São Paulo	1.206	38,8%
b) Outro município do Estado de São Paulo (Qual?)	644	20,7%
c) Outro Estado (Qual?)	1.018	32,8%
d) Outro país (Qual?)	239	7,7%

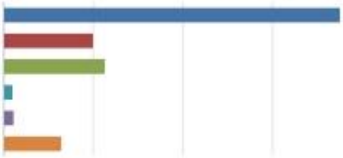
3.107 respostas

12. Qual a sua escolaridade?

a) Fundamental (completo ou incompleto)	746	24,3%
b) Médio incompleto (completo ou incompleto)	441	14,4%
c) Superior incompleto (completo ou incompleto)	1.019	33,2%
d) Pós-graduação/Mestrado/Doutorado	867	28,2%

3.073 respostas

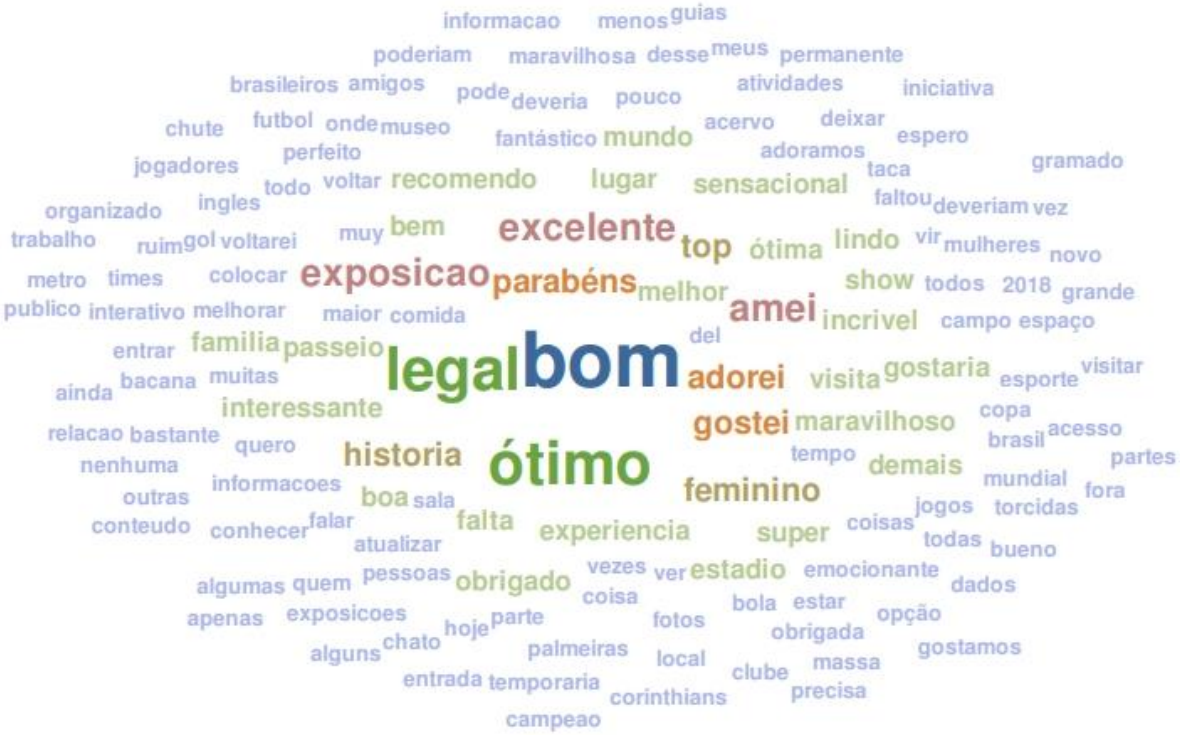
13. Qual(is) meio(s) de transporte você utilizou para chegar ao Museu?



a) Carro	1.869	61,1%
b) Metrô	493	16,1%
c) Ônibus	556	18,2%
d) Moto	42	1,4%
e) Bicicleta	50	1,6%
f) A pé	313	10,2%

Seleção múltipla permitida *3.057 respondentes*

14. Deixe seu comentário/sugestão/crítica:



PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou 736 atendimentos, sendo 87 não-presenciais e 649 presenciais. Dentre os presenciais, 130 foram atendimentos a pesquisadores. O banco de dados obteve 1.083 acessos e a equipe incluiu 81 novas referências de acervos na plataforma.

Destaca-se o desempenho da equipe na curadoria e seleção de conteúdo para o "Futebol da Quebrada", e as ações voltadas ao mapeamento de referências relacionadas ao futebol feminino (com a ida a campo para a Associação Sabesp) e ao futebol LGBT (com o Torneio True Colors). Essas ações seguem detalhadas no anexo referente às Rotinas Técnicas.

O CRFB realizou novamente um workshop sobre edições na plataforma Wikipédia, seguido da segunda maratona de edições sediada no Museu do Futebol: a #WikiFutFeminino, cujos verbetes produzidos visaram abranger as jogadoras campeãs do Campeonato Brasileiro – ação esta que contou com a parceria do grupo Wiki Movimento Brasil e a jornalista Olga Bagatini, do blog Deixa Ela Jogar (Yahoo Brasil).

N°	Ações pactuadas	N°	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	-
					META ANUAL	**3**	**2**
					ICM%	**100%**	**67%**
		9.2	Meta-Resultado	Número mínimo de profissionais atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	10	22
					3º Tri	10	13
					4º Tri	10	-
					META ANUAL	**30**	**35**
					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	-
					META ANUAL	**8**	**10**
					ICM%	**100%**	**125%**
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	-
					META ANUAL	**1**	**-**

					ICM%	**100%**	**-**
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	-	
					META ANUAL	**1.400**	**2.276**
					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	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**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 de 10 participantes 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

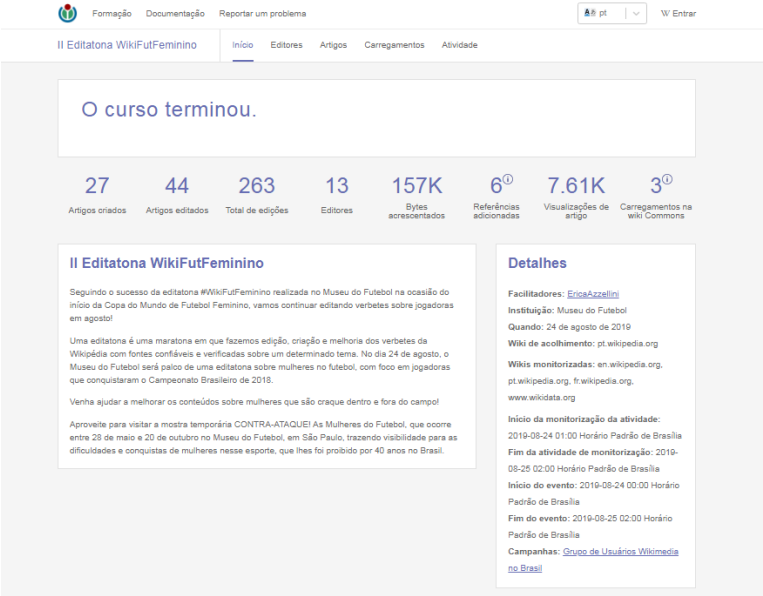
Neste trimestre, o Centro de Referência organizou a segunda maratona de edições promovida e sediada pelo Museu do Futebol: a Editatona #WikiFutFeminino. Realizada no dia 24 de agosto, contou novamente com a parceria do grupo Wiki Movimento Brasil e da jornalista Olga Bagatini (Yahoo Brasil). A primeira edição ocorreu no trimestre passado, sendo o primeiro evento atrelado 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 visibilização 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

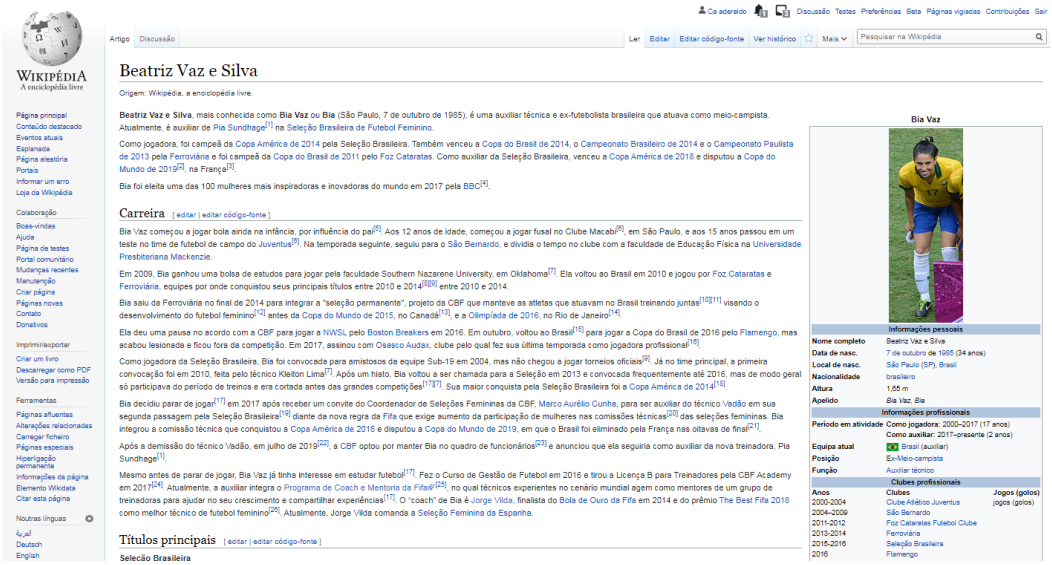
colaborar com a ampliação da representação feminina, tanto nas informações inseridas, quanto na mobilização de mulheres editoras.

Com oito horas de duração, o evento, com 13 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 do Campeonato Brasileiro – cujas informações são bem precárias. Ao todo, 24 artigos foram criados e 44 editados por 13 editores, dentre os quais estiveram presentes jornalistas e blogueiros que se dedicam ao futebol feminino. Até o dia 01 de setembro, foram contabilizadas mais de 7.61 mil visualizações de artigos – número inferior ao alcançado na primeira maratona devido ao fato de a anterior 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: http://tiny.cc/wee4dz



Abaixo, segue exemplo de um dos verbetes criados durante a maratona. A atleta, que antes não tinha verbete na Wikipedia, além de campeã do Campeonato Brasileiro foi vencedora de outros campeonatos, como a Copa América de 2014 e, atualmente, compõe a comissão técnica da Seleção Brasileira.



Wikipédia
A enciclopédia livre

Artigo Discussão Ler Editar Editar código-fonte Ver histórico Mais Pesquisar na Wikipédia

Beatriz Vaz e Silva

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

Beatriz Vaz e Silva, mais conhecida como **Bia Vaz** ou **Bia** (São Paulo, 7 de outubro de 1985), é uma auxiliar técnica e ex-futebolista brasileira que atuava como meio-campista. Atualmente, é auxiliar de Pia Sundhage[1] na Seleção Brasileira de Futebol Feminino.

Como jogadora, foi campeã da Copa América de 2014 pela Seleção Brasileira. Também venceu a Copa do Brasil de 2014, o Campeonato Brasileiro de 2014 e o Campeonato Paulista de 2013 pela Ferroviária e foi campeã da Copa do Brasil de 2011 pelo Foz Cataratas. Como auxiliar da Seleção Brasileira, venceu a Copa América de 2018 e disputou a Copa do Mundo de 2019[2], na França[3].

Bia foi eleita uma das 100 mulheres mais inspiradoras e inovadoras do mundo em 2017 pela BBC[4].

Carreira [editar | editar código-fonte]

Bia Vaz começou a jogar bola ainda na infância, por influência do pai[5]. Aos 12 anos de idade, começou a jogar fusal no Clube Macabi[6], em São Paulo, e aos 15 anos passou em um teste no time de futebol de campo do Juventus[6]. Na temporada seguinte, seguiu para o São Bernardo, e dividia o tempo no clube com a faculdade de Educação Física na Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Em 2009, Bia ganhou uma bolsa de estudos para jogar pela faculdade Southern Nazarene University, em Oklahoma[7]. Ela voltou ao Brasil em 2010 e jogou por Foz Cataratas e Ferroviária, equipes por onde conquistou seus principais títulos entre 2010 e 2014[8][9] entre 2010 e 2014.

Bia saiu da Ferroviária no final de 2014 para integrar a "seleção permanente", projeto da CBF que manteve as atletas que atuavam no Brasil treinando juntas[10][11], visando o desenvolvimento do futebol feminino[12] antes da Copa do Mundo de 2015, no Canadá[13], e a Olimpíada de 2016, no Rio de Janeiro[14].

Ela deu uma pausa no acordo com a CBF para jogar a NWSL pelo Boston Breakers em 2016. Em outubro, voltou ao Brasil[15] para jogar a Copa do Brasil de 2016 pelo Flamengo, mas acabou lesionada e ficou fora da competição. Em 2017, assinou com Osasco Audax, clube pelo qual fez sua última temporada como jogadora profissional[16].

Como jogadora da Seleção Brasileira, Bia foi convocada para amistosos da equipe Sub-19 em 2004, mas não chegou a jogar torneios oficiais[9]. Já no time principal, a primeira convocação foi em 2010, feita pelo técnico Kleiton Lima[7]. Após um hiato, Bia voltou a ser chamada para a Seleção em 2013 e convocada frequentemente até 2016, mas de modo geral só participava do período de treinos e era cortada antes das grandes competições[17][7]. Sua maior conquista pela Seleção Brasileira foi a Copa América de 2014[18].

Bia decidiu parar de jogar[17] em 2017 após receber um convite do Coordenador de Seleções Femininas da CBF, Marco Aurélio Cunha, para ser auxiliar do técnico Vadão em sua segunda passagem pela Seleção Brasileira[19] diante da nova regra da Fifa que exige aumento da participação de mulheres nas comissões técnicas[20] das seleções femininas. Bia integrou a comissão técnica que conquistou a Copa América de 2018 e disputou a Copa do Mundo de 2019, em que o Brasil foi eliminado pela França nas oitavas de final[21].

Após a demissão do técnico Vadão, em julho de 2019[22], a CBF optou por manter Bia no quadro de funcionários[23] e anunciou que ela seguiria como auxiliar da nova treinadora, Pia Sundhage[1].

Mesmo antes de parar de jogar, Bia Vaz já tinha interesse em estudar futebol[17]. Fez o Curso de Gestão de Futebol em 2016 e tirou a Licença B para Treinadores pela CBF Academy em 2017[24]. Atualmente, a auxiliar integra o Programa de Coach e Mentoria da Fifa[25], no qual técnicos experientes no cenário mundial agem como mentores de um grupo de treinadoras para ajudar no seu crescimento e compartilhar experiências[17]. O "coach" de Bia é Jorge Vilda, finalista do Bola de Ouro da Fifa em 2014 e do prêmio The Best Fifa 2018 como melhor técnico de futebol feminino[26]. Atualmente, Jorge Vilda comanda a Seleção Feminina da Espanha.

Títulos principais [editar | editar código-fonte]

Seleção Brasileira

Bia Vaz

Informações pessoais	
Nome completo	Beatriz Vaz e Silva
Data de nasc.	7 de outubro de 1985 (34 anos)
Local de nasc.	São Paulo (SP), Brasil
Nacionalidade	brasileiro
Altura	1,65 m
Apelido	*Bia Vaz, Bia*
Informações profissionais	
Período em atividade	**Como jogadora:** 2000–2017 (17 anos) **Como auxiliar:** 2017–presente (2 anos)
Equipa atual	Brasil (auxiliar)
Posição	Ex-Meio-campista
Função	Auxiliar técnico

Clubes profissionais		
Anos	Clubes	Jogos (golos)
2000-2004	Clube Atlético Juventus	*jogos (golos)*
2004–2009	São Bernardo	
2011-2012	Foz Cataratas Futebol Clube	
2013-2014	Ferroviária	
2015-2016	Seleção Brasileira	
2016	Flamengo	

Abaixo, fotos do evento:

Ação 10: Publicação de artigos no site do Museu

Foram publicados três artigos na plataforma *Medium:* https://medium.com/museu-do-futebol. Dentre as três publicações, um foi feito pelo bibliotecário do CRFB, Ademir Takara, e abordou a história de Arthur Friedenreich; outro artigo foi feito pela estagiária de Comunicação, Gabriele Martinez, e abordou o jogo Palmeiras X Independiente (11/05/1961), o primeiro da Taça Libertadores da América disputado no estádio do Pacaembu; e o outro, por um pesquisador convidado, Douglas Muniz da Silva, que escreveu sobre a Copa América. Importante ressaltar que conta-se com colaborações de terceiros para a produção de textos visando ampliar os assuntos e a profundidade dos temas abordados, bem como amplificar a divulgação e alcance de público a partir do acionamento das redes desses colaboradores.

Nome do artigo: "Copa América, 30 anos antes"
Link: http://tiny.cc/tlf4dz

Resumo: O 16 de julho para todo o sempre estará sacramentado como a data da tragédia maior do futebol brasileiro: o Maracanazo. Mas houve um outro 16 de julho, perdido na memória da torcida brasileira, com um final diferente daquele. O CRFB convidou o pesquisador Douglas Muniz da Silva, para contar a história da Copa América de 1989, exatamente 30 anos depois.

Copa América, 30 anos antes

O 16 de julho para todo o sempre estará sacramentado como a data da tragédia maior do futebol brasileiro: o Maracanazo. Mas houve um outro...

Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Jul 16 · 17 min read

Nome do artigo: "A primeira noite municipal e sul-americana"
Link: http://tiny.cc/nqf4dz
Resumo: 11 de maio de 1961, dia da realização do primeiro jogo da Taça Libertadores da América no Estádio do Pacaembu. O artigo conta como foi a noite daquela quinta-feira: o Estádio do Pacaembu e a partida entre Palmeiras e C.A. Independiente (ARG) pela Copa dos Campeões da América.

A primeira noite municipal e sul-americana

11 de maio de 1961. Na noite daquela quinta-feira, o Estádio do Pacaembu recebia Palmeiras e C.A. Independiente (ARG) para seu primeiro...

Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Aug 27 · 3 min read

Nome do artigo: "Há exatos 50 anos morria Arthur Friedenreich, o primeiro grande ídolo do futebol brasileiro"
Link: http://tiny.cc/wsf4dz

Resumo: Há exatos 50 anos, o país perdia um dos principais ícones do futebol brasileiro: Arthur Friedenreich. Este artigo conta um pouco sobre a trajetória deste que é um dos jogadores icônicos, destacado em nossa Sala das Origens. Conhecido como "Fried" e herói da conquista do Sul-Americano de 1919 da Seleção, o atacante marcou 1.329 gols durante os 26 anos como jogador de futebol.

Há exatos 50 anos morria Arthur Friedenreich, o primeiro grande ídolo do futebol brasileiro

Acredito que muitas pessoas passaram pelo desafio de escolher a Seleção Brasileira de todos os tempos. A minha jogaria com Gylmar; Djalma...

Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Sep 6 · 5 min read

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

Justificativa da superação da meta 12:

O volume de itens digitalizados foi superado em razão da oferta de acervos de terceiros, em especial na continuidade dos acervos das mulheres jogadoras de futebol referenciadas pela exposição temporária. Por se tratar de uma meta mínima, sua superação é desejável e a ação não onerou com recursos extras o contrato de gestão por ser executada com a equipe interna do Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

Detalhamento da meta 12:

Entre os dias 1º de julho e 30 de setembro de 2019 foram digitalizados 286 itens, produzindo 597 arquivos digitais acerca de temas como o futebol feminino (com acervos de ex-jogadoras) e futebol masculino (com acervo de um ex-jogador da década de 1930), além de materiais que trazem como tema relatos chilenos de uma excursão do Santos F.C. no país, em 1968. Uma parcela do material digitalizado pertence a um trabalho iniciado no trimestre anterior com as coleções advindas no âmbito da exposição temporária "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol".

Para além dessas coleções, três novos conjuntos foram digitalizados pelo CRFB nesse período. Um deles conecta-se às pesquisas sobre as mulheres do futebol, que permanece atuante desde 2015 e mais intensamente em 2019 em decorrência da

exposição Contra-Ataque. Outro conjunto, o de Rioldo Zalli, veio através de um dos pesquisadores que frequentam o CRFB. O último, por sua vez, veio através de um visitante chileno que trouxe de seu país alguns materiais que gostaria que estivessem representados no Museu. Esses casos demonstram e fortalecem o reconhecimento que o Museu e o Centro de Referência têm conquistado a partir de suas ações de pesquisa e comunicação, o que se relaciona diretamente à importância da manutenção de rotinas de pesquisa para a produção e reunião de fontes sobre o futebol no Brasil.

Segue abaixo um resumo sobre cada coleção digitalizada:

- **Leda Maria:** ex-jogadora de futebol que atuou pela Seleção Brasileira, além de integrar equipes pioneiras no Brasil, como a do Radar, e outros clubes como o Vasco da Gama. Seu acervo conta com fotografias, documentos oficiais e recortes de jornais com notícias e matérias sobre jogadoras, seleção feminina e diversos times e campeonatos de futebol feminino, sobretudo durante a década de 1990.
- **Rioldo Zalli:** Zalli foi um jogador de futebol que atuou pelos clubes A.C. Juventus e S.E. Palmeiras. Sua carreira começou no clube da Mooca, onde passou a integrar a equipe principal de futebol no ano de 1937. Em 1940, o jogador foi para o clube alviverde, por onde ficou por dois anos até voltar para o Juventus, em 1942, onde encerrou sua carreira em 1946. Durante seus anos de jogador, o atleta teve destaque nos campeonatos paulistas que disputou, chegando a participar de um período de treinamentos com a Seleção Brasileira, nos anos 1940.
- **Rosaninha:** Rosaninha é uma figura de destaque na história do futebol feminino, principalmente em São Paulo. Como jogadora, participou de equipes importantes do futsal feminino, como a Marvel e a Sabesp. Na Associação Sabesp, onde trabalha até hoje, Rosaninha saiu das quadras para assumir papéis nos bastidores, onde atua como dirigente dos times formados pela Associação e suas parcerias. O CRFB manterá contato com Rosaninha e a Associação Sabesp, o que certamente renderá novos materiais para digitalização e desenvolvimento de pesquisas.
- **Sebastian Vásquez:** Visitante do Museu do Futebol, torcedor do Universidad Catolica de Chile, emprestou ao CRFB um jornal com materiais sobre um campeonato amistoso realizado em 1968 e conquistado pelo Santos. Além disso, também emprestou uma série de cartões postais comemorativos da Copa do Mundo de 1962.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

O terceiro trimestre manteve a tendência de aumento de público, especialmente no mês de julho (com 62.134 visitantes), totalizando 112.792 pessoas. O bom desempenho é resultado também das novas ações de programação criadas no período, além da exposição temporária inaugurada em maio e das transmissões dos jogos de Copa América e Copa do Mundo Feminina detalhadas no relatório anterior. A meta mínima anual foi alcançada.

No dia 08 de julho foram lançadas as seis exposições on-line (virtuais) na Plataforma do Google Arts & Culture, bilingues (português e inglês), frutos da parceria com essa organização no projeto "Museu do Impedimento".

Nas ações de rotina estão descritas as melhorias realizadas nos recursos de acessibilidade da exposição de longa duração, como a inserção de legendas em inglês, português e espanhol na Sala das Origens. Outras ações de manutenção expositiva e tecnológica, também relacionadas no relatório de rotinas, foram o foco de atuação da equipe dedicada ao Programa.

N°	Ações pactuadas	N°	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	112.792
					4º Tri	61.700	
					META ANUAL	**250.000**	**263.891**
					ICM%	**100%**	**105%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 20: Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute

Justificativa para superação da ação 20:

As exposições programadas para o ano de 2019 relacionaram-se ao projeto denominado "Museu do Impedimento", em parceria com o Google Arts & Culture. No início do projeto, foram programadas 3 mostras. Contudo, diante dos resultados da campanha e dado o volume de acervos obtidos com a jogadora Marileia dos Santos, a Michael Jackson, o Google solicitou que fossem criadas três novas mostras a fim de se expor todo o conteúdo sobre essa atleta. O aumento não onerou o contrato de gestão e

a equipe, pois foi parte da parceria o apoio da equipe Google para a formatação dos conteúdos e ajustes de metadados no sistema.

Detalhamento da ação 20:

1. **Mulheres, desobediência e resiliência**

Conta histórias das mulheres que continuaram jogando mesmo com a proibição por lei da prática do futebol.

2. **Lea Campos, a primeira árbitra**

Conta a história de Lea Campos, primeira árbitra a apitar uma partida oficial. Lea foi a garota propaganda do projeto e as fotos exibidas mesclam acervos compartilhados com o Museu em 2015 e novas imagens trazidas por Lea no contexto do projeto.

3. **"Michael Jackson": os primeiros chutes**

Apresenta as primeiras histórias da jogadora no futebol, das experiências iniciais no esporte durante o período da proibição ao início da carreira. As fotos exibidas foram fruto da ação de pesquisa do CRFB encomendadas para o projeto.

4. **"Michael Jackson": "livre" para jogar**

Trata sobre os anos que se sucederam à liberação da prática do futebol por mulheres e a regulamentação desse esporte. Composta por imagens, fotos, jornais e camisas de times em que ela jogou nesse período, dentre eles, o icônico Radar.

5. "A "Michael Jackson": Seleção Brasileira e Europa

Conta a trajetória da atleta da seleção brasileira e suas passagens por times europeus – Michael foi a primeira jogadora brasileira a atuar profissionalmente na Europa.

6. "A Michael Jackson": O Legado

Trata sobre o fim da carreira de atleta, aos 46 anos, quando passa a se dedicar a atividades de gestão esportiva, implantado projetos importantes para as próximas gerações.

Ação 21: Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol

<u>Justificativa para superação da meta 21:</u>

O período compreendeu o mês de maior visitação dos museus (julho), confirmando a tendência da série histórica do equipamento. Colaboraram para o resultado as ações de programação cultural, especialmente as transmissões das finais da Copa do Mundo de Futebol Feminino e da Copa América, quando foi ofertado gratuidade no final de semana por meio de ação patrocinada pelo Itaú. Ressaltamos também que o mês de julho de 2019 representou recorde de público em diversos museus no país, como MASP, Museu de Arte do Rio (MAR) e outros, não sendo um caso isolado o bom resultado do Museu do Futebol.

É importante considerar que a meta pactuada para recebimento de visitantes estabelece o mínimo percentual desejado, sendo sua superação um indicador de sucesso do trabalho.

AÇÕES CONDICIONADAS

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

No terceiro trimestre, as ações condicionadas continuaram centradas na oferta de ações de Programação Cultural. Foram 18 eventos, em 41 dias de atividades que atraiu um público de 17.423 pessoas (15% do total de visitantes do período). Destaque no mês de julho para o Programa Férias no Museu, com ações recreativas para crianças e famílias, feiras de gastronomia, transmissão das finais da Copa do Mundo Feminina e da Copa América, em que foi ofertado telão na área externa e bate-papo com jogadoras.

Em agosto, além da participação na Jornada do Patrimônio e na programação do "Estéticas das Periferias", houve a exibição de troféus do clube britânico Manchester City, como parte do *Trophy Tour*, uma ação que percorre algumas cidades nos cinco continentes. Dando continuidade à programação paralela à exposição temporária, houve no período três eventos, um em cada mês do trimestre. O período encerrou com a abertura, em 14 de setembro da mostra "O Futebol da Quebrada", que reuniu fotos, camisas de times amadores, exibição de filmes documentários e a exposição dos troféus do torneio "Taça das Favelas". Essas atividades permanecem até dia 13 de outubro na Sala Jogo de Corpo do Museu.

N°	Ações condicionadas	N°	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	
					META ANUAL	**40**	**47**
					ICM%	**100%**	**117%**
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		25.1	Meta-Produto		1º Tri	-	-

	(PEPC) Renovação da sinalização interna e externa do Museu do Futebol			Número de ambientes com a sinalização renovada	2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	**4**	**-**
					ICM%	**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 Trii	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 22: Realização de Eventos de Programação Cultural

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

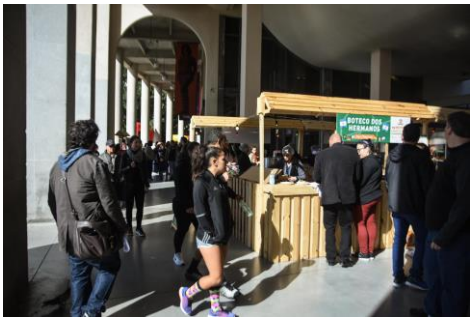
Mês	Número de eventos	Número de dias com programação	Público Total
Julho	6	28	12.418
Agosto	6	6	2.141
Setembro	6	7	2.864
Total	**18**	**41**	**17.423**

Data/período	Título do evento	Local	Público
06/07/2019	Bate Papo: Chegou a vez das Mulheres do Futebol?	Auditório	93
07/07/2019	Arraial Charles Miller/ Exibições finais de campeonatos	Foyer/Auditório/Jogo de Corpo	4800
13/07/2019	112º Memofut	Auditório	47
20 e 21/07/2019	2ª Copa Paulista Pro Soccer Evolution	Jogo de Corpo	426
05a 28/07/2019	Férias no Museu	Foyer e Área externa	6692
13 e27/07/2019	Encontro de colecionadores de figurinhas	Foyer e Vão Central	360
03/08/2019	113º Memofut	Auditório	42
10/08/2019	Bate papo: Chegou a vez das novas Masculinidades?	Auditório	87
10e 24/08/2019	Encontro de colecionadores de figurinhas	Foyer e Vão Central	380
17/08/2019	Jornada do Patrimônio - Bate papo sobre o Futuro do Estádio do Pacaembu	Auditório	32
17/08/2019	Throphy Tour Manchester City	Foyer e Grande Área	1200
31/08/2019	Estéticas da Periferia	Foyer/Praça e Auditório	400
07/09/2019	Homens com "M": caminhos para masculinidades possíveis	Auditório	67
10/09/2019	Economia Criativa no Esporte	Auditório	119
14/09/2019	114º Memofut	Auditório	77
14/09/2019	Futebol da Quebrada (evento de inauguração)	Jogo de Corpo	600
16/09/2019	10º Cinefoot	Auditório	981
24/09/2019	13º Primavera de Museus - Museus por dentro, por dentro dos Museus	área administrativa	6
28e 29/09/2019	Comemoração dos 11 anos do Museu	Foyer e Vão Central	1014

DESTAQUES DO MÊS DE JULHO

07/JUL - IV ARRAIAL DO CHARLES MILLER

Em parceria com a Sociedade Paulista de Cultura de Boteco e patrocínio da Perdigão na Brasa, barraquinhas de quitutes típicos de festas juninas. um telão na área externa propiciou o público acompanhar as finais da Copa do Mundo Feminina e finais da Copa América. Houve o bate-papo no intervalo dos jogos com as jogadoras do Corinthians Mônica Hickmann e Tamires Dias. A Panini promoveu ação recreativa de "Chute a Gol", "Futmesa" e distribuição de álbuns de figurinhas. A entrada do Museu foi gratuita, patrocinada pelo Banco Itaú.



20 E 21/JUL - 2ª COPA PAULISTA PRO SOCCER EVOLUTION

O torneio reuniu 64 jogadores que se enfrentaram na etapa eliminatória da disputa, com a fase de "mata-mata". O público pode disfrutar de games como: Playstation com o PES 2019, Nintendo com o International Superstar Soccer muito popular durantes os anos 1990, com seu principal craque: Allejo.

05 a 28/JUL – FÉRIAS NO MUSEU

Jogos e brincadeiras oferecidos por recreadores ao público na área externa do Museu. A programação foi pensada para toda a família com atividades direcionadas para diferentes faixas etárias. Para crianças de 3 a 6 anos foram realizadas ações como brincadeiras de roda, de cooperação e memorização, músicas e oficinas de arte. Para as crianças de 7 a 12 anos, os recreadores ofereceram caça ao tesouro, "queimada", "polícia e ladrão", gincanas e oficina de *slime.* Em dois finais de semana de julho, o público pôde participar do Torneio de Floor Curling (uma versão do famoso esporte dos Jogos de Inverno), a vivência foi oferecida em parceria do Museu do Futebol com a Confederação Brasileira de Desportos no Gelo.

DESTAQUES DO MÊS DE AGOSTO

17/AGO *TROPHY TOUR* MANCHESTER CITY 2019

Exibição da taça da Premier League, primeira divisão inglesa, conquistada pelo Manchester City no campeonato 2018/2019. Houve a exibição, em telão, da partida entre Manchester City X Tottenham, na área externa do museu. Foi montada a estrutura cenográfica na entrada do Museu do Futebol, onde estavam as camisas de ídolos que já

passaram no time inglês, e na parte externa, em frente ao telão, as taças ficaram em exposição para o público conhecer.

17/AGO – JORNADA DO PATRIMÔNIO

Debate: Pacaembu: a história e as novas perspectivas para o estádio-símbolo de São Paulo às vésperas do seu aniversário de 80 anos

Às vésperas de completar 80 anos, o Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, o Pacaembu, está passando por uma importante transição com a perspectiva de sua concessão à iniciativa privada. Símbolo do bairro, da história esportiva e da arquitetura da cidade da capital paulista, o espaço foi tema da roda de conversa.

A mesa de conversa foi composta por: Maria de la Asuncion Carollo Blanco, historiadora e representante da Associação Viva Pacaembu por São Paulo, Plinio Labriola, historiador e pesquisador da história do Estádio e Daniela Alfonsi, Diretora de Conteúdo do Museu do Futebol.

31/AGO – 9º. ESTÉTICAS DAS PERIFERIAS

Roda de conversa: "Empoderamento Feminino: As mulheres no país do futebol"

Visita educativa temática à exposição temporária CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol

Torneio de Futebol Callejero (futebol de rua)

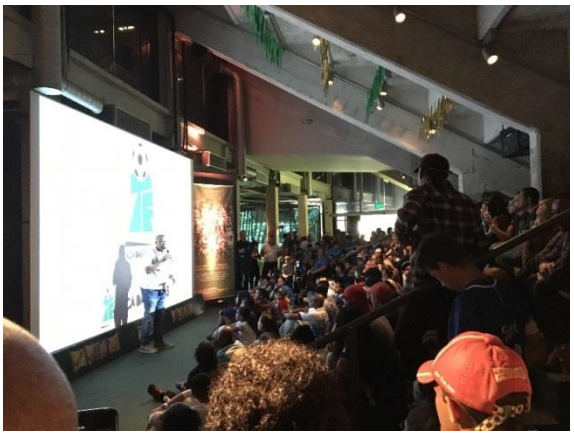
A programação do "Estéticas das Periferias", iniciativa da ONG Ação Educativa, visa promover ações em pólos periféricos da capital paulistana. O Museu do Futebol integra a iniciativa, sendo um dos equipamentos na região central da cidade a promover ações. A roda de conversa no Auditório contou com a poeta, filósofa, pedagoga e líder de vários projetos sociais no Grajaú, Maria Vilani; a pesquisadora do futebol feminino Aira Bonfim; e as educadoras e orientadoras do Museu do Futebol Angélica dos Santos, Bárbara Cinelli, Patrícia Vieira Alves, Larissa Sousa dos Santos e Rosane Lima de Oliveira.

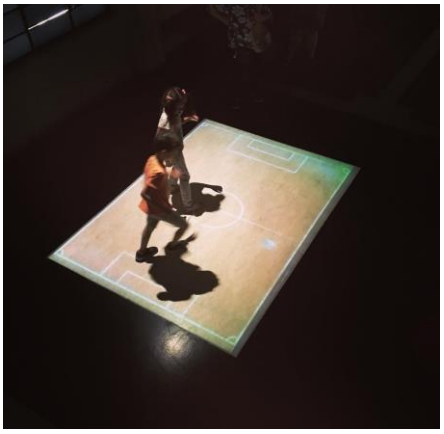
DESTAQUES DO MÊS DE SETEMBRO

14/SET – ABERTURA DA MOSTRA "FUTEBOL DA QUEBRADA"

A programação *Futebol da Quebrada* teve exposição das Taças das Favelas e lançamento do álbum de figurinhas da competição; mostra de filmes sobre o futebol de várzea, bate-papo integrado à programação do 10º Cinefoot, instalação com 72 camisas de times de várzea, além de exibição de material inédito sobre o Campo de Marte, recolhido pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) do Museu.

Na sala Jogo de Corpo, os famosos campinhos virtuais mudaram de cara para representar a diversidade do futebol praticado na periferia: ele alterna entre chão de barro, de asfalto e de grama sintética, solo cada vez mais comum nos campos das quebradas. Completou a experiência a exibição em formato digital de fotos de campeonatos e times de várzea do acervo do Museu.





14/SET – 114ª REUNIÃO DO MEMOFUT: Especial Cinefoot

Bate-papo com Antônio Leal sobre os dez anos do Cinefoot e a relação entre futebol e cinema. Leal é idealizador e diretor do Cinefoot e do Cine-esporte (Festival de Cinema de Esporte), membro da Diretoria da FICTS (Federation Internationale Cinema Television Sportifs) e presidente do Fórum dos Festivais (Fórum Nacional dos Organizadores de Festivais Audiovisuais). Houve também a exibição do filme "Democracia em preto e branco" (Brasil, 2014, 90 minutos, direção de Pedro Asbeg).

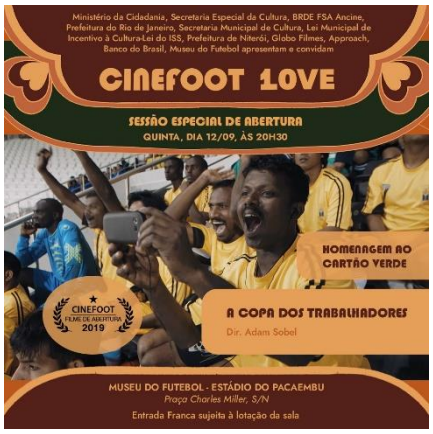
Na sequência, um bate-papo e sessão de autógrafos com Domingos Antonio D'Angelo Jr. e Ademir Takara, autores do livro "Bibliofut: a literatura do futebol brasileiro" (Jundiaí: In House, 2019). O livro —fruto do trabalho de dois pesquisadores que amam o futebol e resolveram compartilhar suas paixões pelo esporte bretão e pelos livros. Domingos D'Angelo é consultor de relações do trabalho, bibliófilo —dono de uma ampla biblioteca com livros sobre futebol— e um dos fundadores do Memofut. Ademir é bacharel em Biblioteconomia e História pela Universidade de São Paulo (USP) e bibliotecário do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) do Museu do Futebol.

12 A 16/SET – 10º CINEFOOT

A programação do único festival de cinema do Brasil dedicado à exibição de filmes com temática futebolística, apresentou 29 filmes e foi inteiramente realizada no Museu do Futebol com entrada gratuita em todas as 12 sessões. Foram 17 filmes brasileiros e 12 internacionais oriundos do Catar, Colômbia, Peru, Argentina, França, Itália, Inglaterra, Espanha e uma co-produção México/Peru.

O evento contou com uma programação específica de filmes de futebol feminino, seguido de debate com os diretores. A ação "Dente de Leite" também faz parte da programação com obras direcionadas ao público infantil. Além das exibições, o curador Antonio Leal e a equipe do Museu organizaram conversas entre os envolvidos nas produções cinematográficas e homenageados.

O artista Bueno Caos fez um grande painel especialmente para o evento. Sua obra já é bem conhecida nas ruas da cidade, onde ele retrata o Pelé abraçando celebridades. Para o Museu do Futebol, ele fez homenagem à jogadora Marta.



28 E 29/SET – ANIVERSÁRIO DO MUSEU DO FUTEBOL

Com a condução de recreadores, o público se divertiu com mesas de futebol de botão, pebolim e ping-pong na área externa do Museu. Foram montadas as traves de futebol na Praça Charles Miller para quem quisesse "bater bola" na área externa. Durante

a festa, o público cantou "parabéns" ao Museu pelos seus 11 anos e foi distribuído bolo aos participantes.

PROGRAMAÇÃO RELACIONADA À EXPOSIÇÃO CONTRA-ATAQUE! AS MULHERES DO FUTEBOL

06/JUL – DEBATE: CHEGOU A VEZ DAS MULHERES NO FUTEBOL?

Depois de 40 anos de proibição e décadas de pouca visibilidade, será que já dá para dizer que o futebol feminino finalmente conquistou seu espaço? A repercussão da modalidade em 2019 veio para transformar? Para falar sobre reconhecimento e perspectivas, convidamos 4 especialistas no assunto para um DEBATE imperdível, com Silvana Goellner, Cristiane Gambaré, Soraya Barreto, Emily Lima, Daniela Alves e mediação de Lu Castro.

10/AGO – DEBATE: CHEGOU A VEZ DE NOVAS MASCULINIDADES?

O evento teve como tema a discussão do futebol na construção de estereótipos de como deve se comportar um homem e, por oposição, de como deve se comportar uma mulher. Participaram do evento:
Fabio Sousa: Terapeuta junguiano, idealizador e facilitador do coletivo Ressignificando Masculinidades.
João Carlos da Cunha Moura: Pesquisador em Direito pela Universidad Nacional de Mar del Plata (ARG). Autor de "Joguem como Homens! Masculinidades, Liberdade de Expressão e Homofobia em estádios de Futebol" (Paco Editorial, MA).
Wagner Xavier de Camargo: Antropólogo e pesquisador sobre gênero e sexualidade nos esportes.
Rafa Rios: Florista, advogado, membro do coletivo Brotherhood, ativista das masculinidades reais e possíveis
Luiz Eduardo Alcantara: Formado em Direito, servidor público e integrante de movimentos de transformação pessoal e social.
Gustavo Tanaka: Escritor, palestrante e empreendedor. Autor dos livros 11 Dias de Despertar, Depois do Despertar e Colunista da Revista Vida Simples. Idealizador dos movimentos Brotherhood e o Círculo de Virtudes.
Thiago Arruda: Formado em Engenharia Civil, foi empresário na área de eventos corporativos e hoje é um dos líderes do movimento Brotherhood Brasil e professor de Yoga.

07/SET - BATE-PAPO: HOMENS COM "M": CAMINHOS PARA MASCULIDADES POSSÍVEIS

O evento promoveu a exibição do documentário "O Silêncio dos Homens" (2019, 56 minutos), que traz depoimentos de personagens e dados que mostram como os estereótipos de masculinidade provocam reações e até sofrimento entre muitos homens, sendo a incapacidade de falar sobre os próprios sentimentos causa e efeito deste fato. Depois do filme, houve o bate-papo com coletivos que trabalham com essa questão.
Convidados:
Fabio Sousa - Terapeuta junguiano, especialista em psicologia analítica, idealizador e facilitador do coletivo Ressignificando Masculinidades.

Claudio Serva – Especializado em sexualidade humana e fundador do PrazerEle, uma iniciativa que tem a missão de apoiar homens na desconstrução do machismo através da sexualidade positiva, trazendo diferentes perspectivas, caminhos possíveis, acolhedores e prazerosos.
Fabio Mariano da Silva - Pesquisador e professor do curso Masculinidades Contemporâneas na Educação Continuada da PUC SP.
Ismael dos Anjos - jornalista e mestrando em fotografia documental. Mineiro, negro, é coordenador de projetos especiais no PapodeHomem, além de ser membro do coletivo Balaio de Pais.
Pedro Pires - Psicólogo, atua na área clínica com a abordagem terapêutica fundamentada na Fenomenologia e no Existencialismo. Também é professor na Oficina de Corpo do Cursinho Popular TRANSformação, um dos organizadores e músico do projeto transfeminista roda ParaTodes.
Rafa Rios - Florista, advogado, membro do Coletivo Brotherhood.

10/SET – "ECONOMIA CRIATIVA NO ESPORTE"

Startups com soluções voltadas ao mercado esportivo se reuniram, no auditório, no dia 10 de setembro no Museu do Futebol para com a proposta de fomentar contatos e promover a troca de conhecimentos e aprendizados entre empreendedores e possíveis investidores. Com o crescimento do mercado esportivo, as startups podem criar ferramentas para auxiliar desde estratégias de marketing digital à análise de desempenho de atletas, passando pela organização de grandes eventos. Durante o encontro, houve a palestra de André Figer e Stephanie Figer, do Grupo Figer, especializado em gestão de carreira para atletas, que falaram sobre as oportunidades geradas pela tecnologia no mercado futebolístico brasileiro e mundial.

PROGRAMA EDUCATIVO

No terceiro trimestre de 2019, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 13.865 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades, visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. O total de atendimentos representa 12,6% do público total de visitantes presenciais do Museu do Futebol neste período. Todas as metas para o período foram atingidas integralmente.

Do total de atendimentos do Educativo, 10.604 visitantes (77%) foi resultado de visitas educativas agendadas. Por conta do período de férias escolares, observou-se uma pequena queda do número de alunos atendidos em visitas em comparação ao trimestre anterior que, por outro lado, beneficiou o atendimento de público específico no período. As atividades e visitas mediadas para o público espontâneo aos finais de semana foram beneficiadas também pelo período de férias escolares, uma vez que registraram os maiores índices do ano até o momento.

Em agosto, foi iniciada a terceira edição da segunda temporada do projeto Deficiente Residente, cujo foco esse ano é a deficiência física. Alex Firmino, o residente escolhido, é amputado na perna esquerda em decorrência de complicações após um acidente de moto. Além disso, é jogador do time de amputados do São Paulo Futebol Clube e também da Seleção Brasileira. Entre agosto e novembro, Alex irá atuar junto à equipe de educadores e orientadores na quebra de barreiras com pessoas amputadas, propondo novas atividades educativas e melhorias no espaço físico do museu.

TABELA-RESUMO DOS ATENDIMENTOS DO EDUCATIVO - 3º TRIMESTRE/2019					
Engajamento	**Perfil**	**Capacidade de Atendimento**	**Total realizado**	**% de ocupação**	**% em relação ao público total atendido pelo Educativo**
Visitas agendadas	Público Escolar	10.485	6.089	58%	44%
Visitas agendadas	Público Específico	4.515	4.515	100%	33%
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	897	100%	6%
Atividades educativas aos finais de semana/feriados	Público Espontâneo	> = 520	1.330	100%	10%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Museu	Público Espontâneo	> = 144	1034	100%	7%
Total de público atendido pelo Núcleo Educativo			13.865	-	100%

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
29	(PE) 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 Tri	1.100	1.951
					2º Tri	5.500	6.351
					3º Tri	5.500	6.089
					4º Tri	2.500	
					META ANUAL	**14.600**	**14.391**
					ICM%	**100%**	**99%**
30	(PE) 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 Tri	2.600	2.629
					2º Tri	3.100	3.550
					3º Tri	3.100	4.515
					4º Tri	1.800	-
					META ANUAL	**10.600**	**10.694**
					ICM%	**100%**	**100%**
31	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Futebol de amputados (membros inferiores superiores)	31.1	Meta-Produto	Número de novas atividades/roteiros criados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	3	-
					META ANUAL	**3**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
32	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	32.1	Meta-Produto	Quantidade de ações extramuros realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	2
					3º Tri	-	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	**4**	**2**
					ICM %	**100%**	**50%**
33	(PE) 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	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM %	**100%**	**50%**
		33.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	-	-
					2º Tri	>= 80%	>= 80%
					3º Tri	-	-
					4º Tri	>= 80%	-
					META ANUAL	**>= 80%**	**>= 80%**
					ICM %	**100%**	**50%**
34	(PE) Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu	34.1	Meta-Produto	Número de visitas oferecidas	1º Tri	25	48
					2º Tri	25	30
					3º Tri	25	41

					4º Tri	25	-
					META ANUAL	**100**	**119**
					ICM %	**100%**	**111%**
		34.2	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes	1º Tri	300	705
					2º Tri	300	581
					3º Tri	300	897
					4º Tri	300	-
					META ANUAL	**1.200**	**2.183**
					ICM %	**100%**	**100%**
35	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	35.1	Meta-Produto	Quantidade de atividades oferecidas	1º Tri	30	43
					2º Tri	30	42
					3º Tri	30	48
					4º Tri	30	-
					META ANUAL	**120**	**133**
					ICM %	**100%**	**111%**
		35.2	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	1º Tri	520	1.270
					2º Tri	520	921
					3º Tri	520	1.330
					4º Tri	520	-
					META ANUAL	**2.080**	**3.521**
					ICM %	**100%**	**100%**
36	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	36.1	Meta-Produto	Número mínimo de visitas	1º Tri	24	43
					2º Tri	24	79
					3º Tri	24	63
					4º Tri	24	-
					META ANUAL	**96**	**185**
					ICM %	**100%**	**100%**
		36.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público atendido	1º Tri	144	620
					2º Tri	144	1.091
					3º Tri	144	1.034
					4º Tri	144	-
					META ANUAL	**576**	**2.745**
					ICM %	**100%**	**100%**
37	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	37.1	Meta-Produto	Número de encontros (4h/cada)	1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**2**
					ICM %	**100%**	**100%**
		37.2			1º Tri	20	136

			Meta-Resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					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

No terceiro trimestre de 2019, como já esperado na série histórica, o público escolar foi responsável por quase de 60% 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. A manutenção da parceria com a Secretaria Municipal de Educação de São Paulo é fundamental para esse indicador. Em comparação ao trimestre anterior, observamos uma queda na quantidade de alunos oriundos de escolas estaduais e um aumento no número de alunos oriundos de escolas municipais. Por sua vez, a quantidade de público escolar oriundo de instituições privadas também aumentou, ao contrário do que ocorreu, neste trimestre, com o público universitário, que segue como o menor segmento dentro do público escolar atendido pelo Educativo. A superação da meta não impactou no orçamento.

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)				
Ação	**Vagas previstas**	**Vagas abertas**	**Vagas ocupadas***	**% de ocupação**
29	**10.857**	**10.485**	**6.089**	**58%**
* público atendido				

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)					
Ação 29	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	**Total mensal**
Julho	871	38	227	4	**1.140**
Agosto	1838	298	256	11	**2.403**
Setembro	1367	671	498	10	**2.546**
Total realizado	**4.076**	**1.007**	**981**	**25**	**6.089**
Resultado Realizado	**6.089**				
Resultado mínimo previsto	**5.500**				

ICM (trimestre)	**111%**

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)

Com o período de férias escolares em julho, o número de atendimentos para público específico superou o trimestre anterior. O público oriundo de ONGs e instituições sociais compôs o segundo maior público atendido pelo Educativo em visitas agendadas, atrás apenas dos alunos oriundos de escolas municipais, tal como ocorreu no trimestre anterior. A parceria com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência segue ativa. Por outro lado, a parceria com setor de Responsabilidade Social do Sport Club Corinthians foi suspensa, por parte deles, sem qualquer justificativa. A superação da meta não impactou no orçamento.

Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)

Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
30	**4.143**	**4.515**	**4.515**	**100%**

* público atendido

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**
Julho	173	187	1346	144	31	0	0	6	392	**2279**
Agosto	118	45	885	53	1	0	0	66	52	**1220**
Setembro	173	114	688	14	3	0	0	24	0	**1016**
Total realizado	**464**	**346**	**2919**	**211**	**35**	**0**	**0**	**96**	**444**	**4515**
Resultado Realizado	**4.515**									
Resultado mínimo previsto	**3.100**									
ICM (trimestre)	**146%**									

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 terceiro trimestre, com o mês de férias escolares, a procura e participação do público nas visitas educativas que contemplam tanto o Estádio quanto o museu foi significativamente maior do que no período anterior. Não houve impacto orçamentário.

Tabela 5. Relação das visitas ao estádio e número de participantes

Data		Público atendido	Visitas realizadas
Julho	6	88	3
	7	64	3
	13	82	3
	14	28	1
	20	96	3
	21	16	1
	27	39	2
Total Julho		413	16
Agosto	3	42	3
	11	113	4
	24	25	1
	25	27	2
Total Agosto		207	10
Setembro	7	48	3
	8	12	1
	15	108	4
	28	69	5
	29	40	2
Total Setembro		277	15
Total do trimestre		**897**	**41**

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, com o período de férias escolares foi possível oferecer um número maior de atividades ao público espontâneo que se encontrava no museu. Não houve impacto orçamentário. Abaixo, a lista com a distribuição das atividades ao longo do trimestre, bem como seu respectivo alcance de público.

Tabela 6. Lista dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos

Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
06/07	Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes	Contação/Intervenção		27
06/07	Mulheres de Ouro	Jogo		23
07/07	Respeita a Moça	Jogo		28
07/07	Pakayemby	Atividade		35
13/07	Uma chuva de gols: intervenção poética	Oficina		13
13/07	Kablan	Jogo		27
14/07	Quem te viu, quem te vê?	Atividade		43
20/07	Espaço Dente de Leite	Atividade		66
20/07	Experimentando o Futebol de Botão	Jogo	Dia Nacional do Futebol	28
21/07	Espaço Dente de Leite	Atividade		41
21/07	Oficina Da Foto para o Desenho – sobrepondo transformações	Oficina		35
27/07	Super Técnico	Atividade		40
27/07	Gol de Letra	Atividade		30
28/07	Oficina Duplo Retrato: do selfie ao desenho	Oficina		21
28/07	Mapa das Torcidas	Jogo		42
03/08	Qual Goleiro?	Jogo		14
03/08	Postal	Atividade		10
04/08	Com que roupa	Atividade		18
04/08	Caixa Preta	Jogo		29
10/08	Futebol de Botão	Jogo		12
10/08	Flipbook	Oficina		20
11/08	Futebocha	Jogo		20
17/08	Espaço Dente de Leite	Atividade		53
17/08	Mapa das Torcidas	Jogo		34
18/08	Espaço Dente de Leite	Atividade		19
18/08	Abayomi	Oficina		19
24/08	Deuses Olimpicos	Jogo		12
24/08	Mundo das Copas	Jogo		18
25/08	Com que roupa	Atividade		7
31/08	Pebolim Humano	Jogo		38
01/09	Quiz Olimpíco	Jogo		18
07/09	Futvôlei adaptado	Jogo		10
07/09	Taumatrópio	Oficina		50
08/09	Futvôlei adaptado	Jogo		17
08/09	Mundo das Copas	Jogo		19
08/09	Super Técnico	Atividade		14
14/09	Escudos	Atividade		32
15/09	Kablan	Jogo		12
17/09	Uma chuva de gols: intervenção poética	Contação/Intervenção	Festival Sem Barreiras	22
19/09	Artilheiro Adaptado	Atividade	Festival Sem Barreiras	80
21/09	Espaço Dente de Leite	Atividade		46

21/09	Artilheiro Adaptado	Atividade	Festival Sem Barreiras	52
22/09	Espaço Dente de Leite	Atividade		41
22/09	Uma chuva de gols: intervenção poética	Contação/Intervenção	Festival Sem Barreiras	12
28/09	Pakayemby	Atividade		32
28/09	Gol de Letra	Atividade		14
29/09	Perceber a Cidade	Oficina		16
29/09	Qual jogador sou eu - Camisas 11 da seleção	Jogo	Aniversário do Museu	21

Tabela 7. 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
Julho	6	5	1	3	255	148	27	69
Agosto	5	8	0	2	107	177	0	39
Setembro	8	6	2	2	311	97	34	66
Total	**19**	**19**	**3**	**7**	**673**	**422**	**61**	**174**
Resultado Realizado	**48**				**1330**			
Resultado mínimo previsto	**26**				**520**			
ICM (trimestre)	**185%**				**256%**			

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 pelo período de férias escolares. Não houve impacto orçamentário.

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

Data		Público atendido	Visitas realizadas
Julho	6	15	1
	7	23	1
	9	76	4
	13	38	2
	14	75	3
	19	2	1

	21	77	3
	27	59	2
	28	76	3
Total Julho		441	20
Agosto	4	56	5
	10	37	4
	17	69	4
	18	34	2
	24	66	4
	25	25	1
	31	52	3
Total Agosto		339	23
Setembro	1	35	2
	7	48	3
	8	14	4
	14	36	2
	15	15	1
	21	27	4
	22	35	2
	28	19	1
	29	25	1
Total Setembro		254	20
Total do trimestre		**1034**	**63**

AÇÕES CONDICIONADAS

PROGRAMA EDUCATIVO

Com patrocínio da Evonik, o Programa Educativo recebeu verba para disponibilizar transporte e lanches para grupos indicados pela referida empresa, como contrapartida ao patrocínio realizado. Após a visita mediada pelos educadores, os visitantes e seus responsáveis recebem um lanche no Restaurante Flor Café, localizado nas dependências do museu.

A lLista das instituições que visitaram o museu com verba do patrocínio durante o 3º trimestre, totalizando 199 pessoas:

DATA	HORÁRIO	INSTITUIÇÃO	Nº VISITANTES
02/07/2019	9h	EMEF_Bartolomeu_Campos_de_Queiros	42
26/07/2019	9h	Lar_Girassol_SBA_Residencial	32
28/08/2019	9h	SBA_Girassol	42
30/08/2019	15h	EE_Jandyra_Vieira_Cunha_Barra	40
05/09/2019	15h	EE_Jandyra_Vieira_Cunha_Barra	43

N°	Ações condicionadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
38	(PE) Criação de material educativo para exposições temporárias	38.1	Meta-Produto	Número de materiais criados	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**2**	**1**
					ICM%	**100%**	**50%**
39	(PE) Oferecimento de ônibus e lanche para público especial agendado para visitas educativas	39.1	Meta-Produto	Número de ônibus oferecidos	1º Tri	15	-
					2º Tri	10	4
					3º Tri	10	5
					4º Tri	15	-
					META ANUAL	**50**	**9**
					ICM%	**100%**	**18%**

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

As metas do Programa foram todas cumpridas, com resultados de alcance de público acima do projetado para o site e redes sociais. A equipe conta com uma nova assessora de comunicação e marketing e também um novo jornalista dedicado a criação de conteúdos para as mídias sociais. Tal mudança visa lançar olhar mais estratégico à área de comunicação, acompanhando mais de perto as ações finalísticas do Museu para promover sua divulgação a públicos diversos. A agência TBWA\LewLara criou identidade visual específica para a celebração do aniversário de onze anos do Museu, fruto de um trabalho de criação de nova campanha de divulgação do equipamento, que irá ao ar a partir do mês de novembro.

Em relação às parcerias de mídia, firmou-se uma nova e pontual com a Editora Glamour, para posts nos perfis da editora no *Facebook* e *Instagram* sobre a exposição "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol", como contrapartida ao uso do Museu para gravação de vídeo publicitário. Os posts serão veiculados no mês de outubro, reta final da exposição. Está em andamento a consolidação de nova parceria com a empresa DAZN, plataforma de streaming de esportes recém-chegada ao mercado brasileiro. O acordo envolve a cessão não onerosa do espaço expositivo para gravação de vídeo em troca da divulgação do Museu, em outubro. No relatório do 4º trimestre, serão detalhados os resultados dessas duas parcerias

N°	Ações pactuadas	N°	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	-	-
					META ANUAL	**4**	**5**
					ICM%	**100%**	**125%**
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	-
					META ANUAL	**2.200**	**2.094**
					ICM%	**100%**	**95%**
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	-
					META ANUAL	**210.000**	**368.905**
					ICM%	**100%**	**175%**
		47.2			1º Tri	4.000	5.627

			Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	2º Tri	4.500	4.773
					3º Tri	4.500	5.040
					4º tri	4.000	-
					META ANUAL	**17.000**	**15.440**
					ICM%	**100%**	**90%**

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)

A tabela abaixo apresenta os anúncios veiculados nos parceiros de mídia, no período de julho a setembro.

Veículo	**Imagem**
Revista Piauí 3 anúncios nas edições de julho, agosto e setembro Todos com ¼ de página.	
Álbum da Taça das Favelas Edição de 2019 Publicação em setembro Anúncio de 1 página	

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.

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

Obteve-se, como resultado do trabalho de Assessoria de Imprensa, 547 inserções em veículos de comunicação de todo o País. A exposição temporária "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol" continuou com boa repercussão ao longo do trimestre, ainda que em muito menor volume do que em junho, quando estava sendo realizado o Mundial Feminino na França.

As atividades educativas e de programação cultural do Museu também trouxeram importante espaço na mídia espontânea, em especial de veículos com presença na Capital e na Grande São Paulo.

Um dos destaques em julho foi a programação do final de semana dos dias 6 e 7, que concentrou a realização dos jogos semifinais e final da Copa do Mundo Feminina, transmitidos na Sala Jogo de Corpo; a Final da Copa Libertadores da América; e a realização do 4ª Arraial do Charles Miller. Neste final de semana teve acesso gratuito para todos os visitantes do Museu, patrocinado pelo Itaú, como parte das ações promocionais ligadas à exposição temporária.

No final de agosto, como resultado da ação de marketing que ofereceu entrada gratuita no Museu aos torcedores presentes ao Pacaembu para a final do Torneio Internacional de Futebol Feminino (no dia 1º/9), a instituição foi mencionada em grande parte das matérias de cobertura, inclusive as focadas mais especificamente na escalação do time ou aspectos técnicos da Seleção Brasileira.

Entre agosto e setembro, também foram destaque a realização do Trophy Tour do Manchester City, o evento Estéticas da Periferia, a 10ª edição do Cinefoot - Festival de Cinema de Futebol e o aniversário de 11 anos do Museu do Futebol.

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

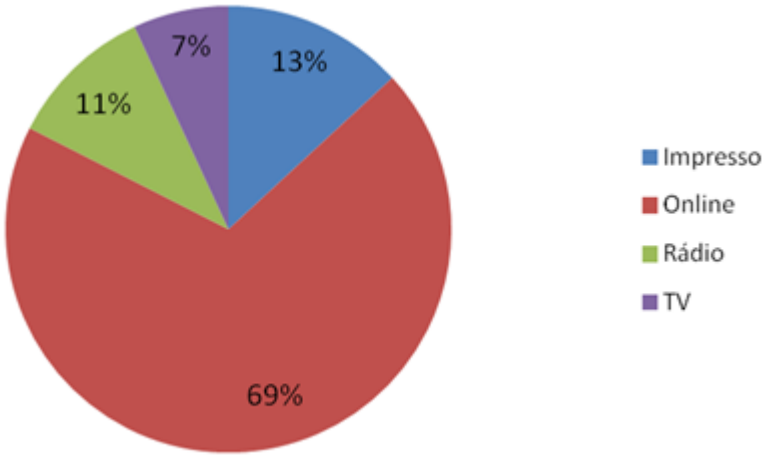
Segue a quantidade de menções e/ou matérias que saíram na mídia no 2º trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Inserções
Julho	168
Agosto	160
Setembro	219
TOTAL	547

Análise por mídia - trimestre

- **72 matérias em veículos impressos**
- **380 inserções em veículos online**
- **58 inserções em Rádios**
- **38 inserções em emissoras de 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 tem diretamente a ver com a repercussão acima do esperado da Copa do Mundo de Futebol Feminino, que surpreendeu o mundo esportivo, batendo recordes de audiência na TV aberta.

A chegada ao Brasil da técnica sueca Pia Sundhage, contratada para treinar a Seleção Brasileira Feminina e realização do Torneio Internacional de Seleções no Pacaembu (agosto e setembro) manteve o tema na mídia, aumentando também a procura pelo Museu na internet.

Além disso, em julho o hotsite da exposição CONTRA-ATAQUE ainda teve um fluxo considerável de visitantes online. Adicionalmente, o mês de férias escolares registra tradicionalmente um aumento de fluxo no site principal da Instituição.

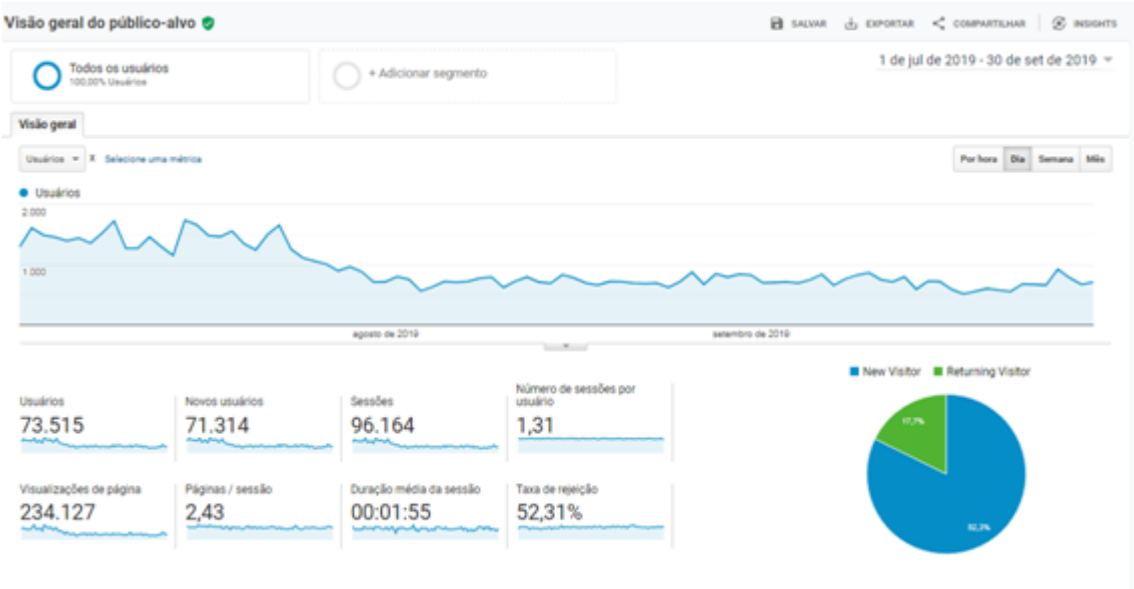
Os respectivos números de visitantes virtuais (acessos únicos) estão totalizados abaixo:

	jul	ago	Set
Acessos Virtuais no site do Museu do Futebol	35,596	20,241	19,031
Acessos Virtuais no site da exposição CONTRA-ATAQUE!	33,859	2,151	2,021
Acessos Virtuais no site do Museu do Impedimento	1,071	246	177
Total	70,472	22,638	21,229
TOTAL DO TRIMESTRE			114,339

Ressalta-se que nem o hotsite da exposição "CONTRA-ATAQUE!", nem o sítio do "Museu do Impedimento" 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.

MUSEU DO FUTEBOL

Os três picos de visitação foram registrados em datas de julho, 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. Os picos foram os seguintes:



9 de julho de 2019 - 1.724 usuários
15 de julho de 2019 - 1.738 usuários
23 de julho de 2019 - 1.653 usuários

O Brasil continua, naturalmente, sendo o país de origem da maior parte dos visitantes virtuais (98,87%). Mas os Estados Unidos aparecem em segundo lugar, ocupando a posição que era do Peru no relatório trimestral anterior (resultado da boa participação do País na Copa América, chegando à final no Brasil).

País	Usuários	Porcentagem do Usuários
1. Brazil	71.177	96,87%
2. United States	940	1,28%
3. (not set)	157	0,21%
4. Argentina	100	0,14%
5. Germany	87	0,12%
6. United Kingdom	87	0,12%
7. Portugal	76	0,10%
8. Peru	67	0,09%
9. Chile	66	0,09%
10. Colombia	58	0,08%

visualizar relatório completo

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 de programação.

Título da página	Visualizações de página	Porcentagem do Visualizações de página
1. Museu do Futebol - História e curiosidades do futebol Brasileiro e Mundial	75.794	32,37%
2. Horários e ingressos	60.525	25,85%
3. Agenda	35.777	15,28%
4. Exposição de longa duração	4.824	2,06%
5. Visita em grupo	3.382	1,44%
6. Exposições Temporárias	3.121	1,33%
7. Trabalhe conosco	2.788	1,19%
8. Férias no Museu	2.444	1,04%
9. Visita educativa ao Estádio Pacaembu + Museu	2.424	1,04%
10. Museu do Futebol	2.231	0,95%

visualizar relatório completo

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
	73.515	71.314	96.164	52,31%	2,43	00:01:55
1 Organic Search	56.416			48,99%		
2 Direct	9.136			59,29%		
3 Paid Search	5.311			77,07%		
4 Social	2.250			62,94%		
5 Referral	1.640			42,52%		
6 Email	462			66,55%		
7 (Other)	58			44,12%		

Para ver todos os 7 Canais, clique aqui.

HOTSITE EXPOSIÇÃO CONTRA-ATAQUE!

Registrou um grande pico de visitação entre os dias 6 e 7 de julho, quando o Itaú - patrocinador da Mostra - divulgou campanha sobre o fim de semana gratuito para todos os visitantes, como parte de seu pacote de apoio à realização da exposição temporária.

Também em função disso, a maior parte do tráfego registrado no hotsite vem de cliques em links diretos, a partir das peças da campanha, sendo a busca orgânica o quarto item do ranking.

	Aquisição			Comportamento		
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	37.206	33.192	55.025	87,73%	1,21	00:00:40
1 Direct	35.378			88,03%		
2 Social	1.097			89,63%		
3 Referral	411			90,32%		
4 Organic Search	380			51,18%		
5 Paid Search	70			76,92%		
6 Email	7			71,43%		
7 (Other)	2			100,00%		

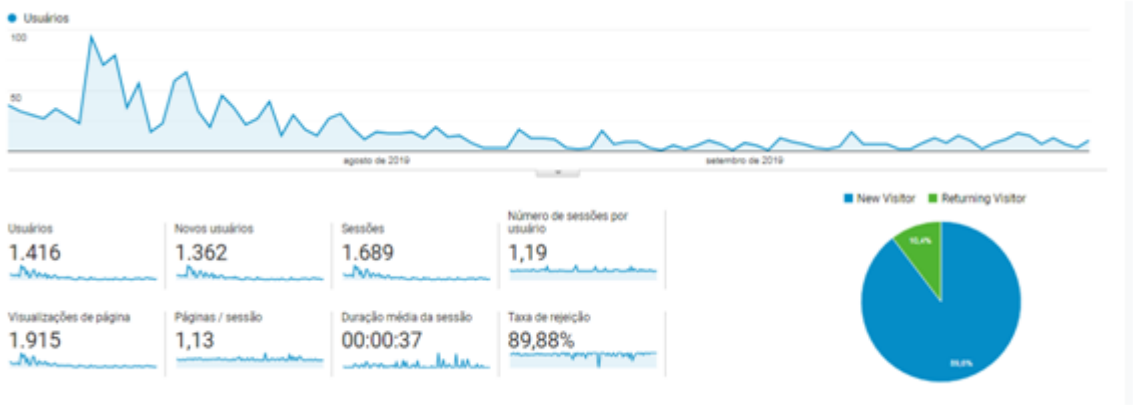
Para ver todos os 7 Canais, clique aqui.

Como esperado, a maior parte dos acessos veio a partir do Brasil, embora a existência de uma versão em Inglês tenha trazido tráfego dos Estados Unidos, Irlanda, Reino Unido, Austrália e Canadá.

País	Usuários	Porcentagem do Usuários
1. Brazil	35.101	94,27%
2. United States	671	1,80%
3. Portugal	181	0,49%
4. Ireland	166	0,45%
5. United Kingdom	102	0,27%
6. Australia	90	0,24%
7. Canada	78	0,21%
8. Italy	71	0,19%
9. Japan	71	0,19%
10. Paraguay	60	0,16%

SITE MUSEU DO IMPEDIMENTO

Como esperado, o site do Museu do Impedimento registrou queda no número de acessos depois de cumprir sua função primordial, que era recolher material sobre futebol feminino entre os internautas. Os picos de tráfego aconteceram todos em julho, quando a campanha do Google ainda estava em andamento, com uma natural queda nos meses subsequentes, quando o site parou de ser divulgado ativamente.



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

Por se tratar de uma meta com a previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável. Em agosto, foram feitos ajustes no gerenciamento dos perfis digitais do Museu do Futebol, com melhor definição dos formatos e conteúdos mais apropriados para cada canal, visando otimizar o potencial de visualização pelo público. Ações junto a influenciadores *earned* (não-pagos) também potencializaram a adesão de novos seguidores.

No contexto da exposição "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol", o Museu tem acionado embaixadoras da mostra - as Dibradores, a ex-jogadora Milene Domingues, a jogadora sub9 Julia Rosado (Juju Gol) -, além de solicitar ativamente o compartilhamento de posts por jogadoras profissionais da seleção brasileira e dos clubes finalistas dos campeonatos brasileiro e paulista. Esta medida foi tomada, por exemplo, na divulgação da gratuidade para torcedores da Seleção Brasileira Feminina durante o Torneio Internacional de Seleções realizado entre agosto e setembro no Pacaembu. A repercussão se deu principalmente por meio dos Stories do Instagram.

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

Rede social/Número de novos seguidores	Total de seguidores (em 1º/10/2019)	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado 2019
Facebook	73.142	1.788	1.169	1.304		4.261
Twitter	25.218	327	320	423		1.070
Instagram	23.653	3.242	2.579	2.957		8.778
Youtube	3.920	268	700	348		1.316
Spotify	791	2	5	8		15
Total	**126.724**	**5.627**	**4.773**	**5.040**		**15.440**

Exemplos de compartilhamentos feitos por jogadoras e embaixadoras da exposição "CONTRA ATAQUE! As Mulheres do Futebol":

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

No trimestre, foram tomadas medidas para a renovação de Alvará e AVBC. Para medidas de prevenção e combate a incêndios, foi instalado um dreno no final da linha de chuveiros automáticos (sprinklers), propiciada a partir da otimização de recursos do exercício.

N°	Ações pactuadas	N°	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	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**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		51.1	Dado Extra		1º Tri	-	**-**

	(PED) Renovação de Seguros			Seguro Patrimonial renovado	2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**1**
					ICM%	**100%**	**100%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

Ação 50: Obtenção ou Renovação de Alvará de Funcionamento de Local de Reunião.

Após a obtenção da documentação abaixo, foi solicitada junto à Prefeitura do Município de São Paulo a renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião (protocolo anexo a este documento).

Documentação legal obtida:

- Atestado de formação de brigada de incêndio.
- Atestado das instalações elétricas.
- AVCB em vigência.
- TFE paga.
- Laudo de medição sonora.
- Declaração de incomodidade.
- Declaração quanto a disposição dos avisos obrigatórios e divulgação do sistema de segurança.
- Declaração sobre condições de segurança/estabilidade da edificação e da manutenção do sistema de segurança e da regularidade da edificação.
- Protocolo de Renovação

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

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

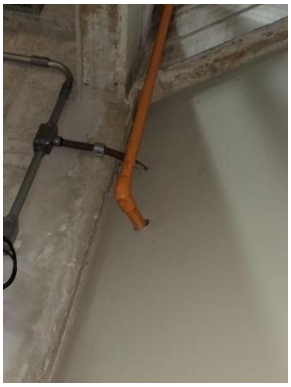
Ação 54: Instalar dreno de final de linha na rede de sprinkler.

A ação foi realizada com a otimização de recursos do exercício. A instalação do dreno foi uma recomendação da seguradora, para o atendimento à NFPA 25 (National Fire Prtotection Association).

Os testes de funcionamento são realizados no cavalete de testes em que se garante que, por diferença de pressão nas redes de água de incêndio, as bombas são acionadas e o sistema fica operante para qualquer 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).

A facilidades e vantagens do dreno final de linha são:

- existência de ponto para inspeção;
- drenagem expressa da tubulação;
- verificação se a vazão de saída está constante e a tubulação sem obstrução;
- limpeza da tubulação;
- análise da qualidade da água na tubulação (barrenta ou calcária);
- evita-se o entupimento dos bicos dos *sprinklers*.

Abaixo, imagens do dreno de final de linha instalado.