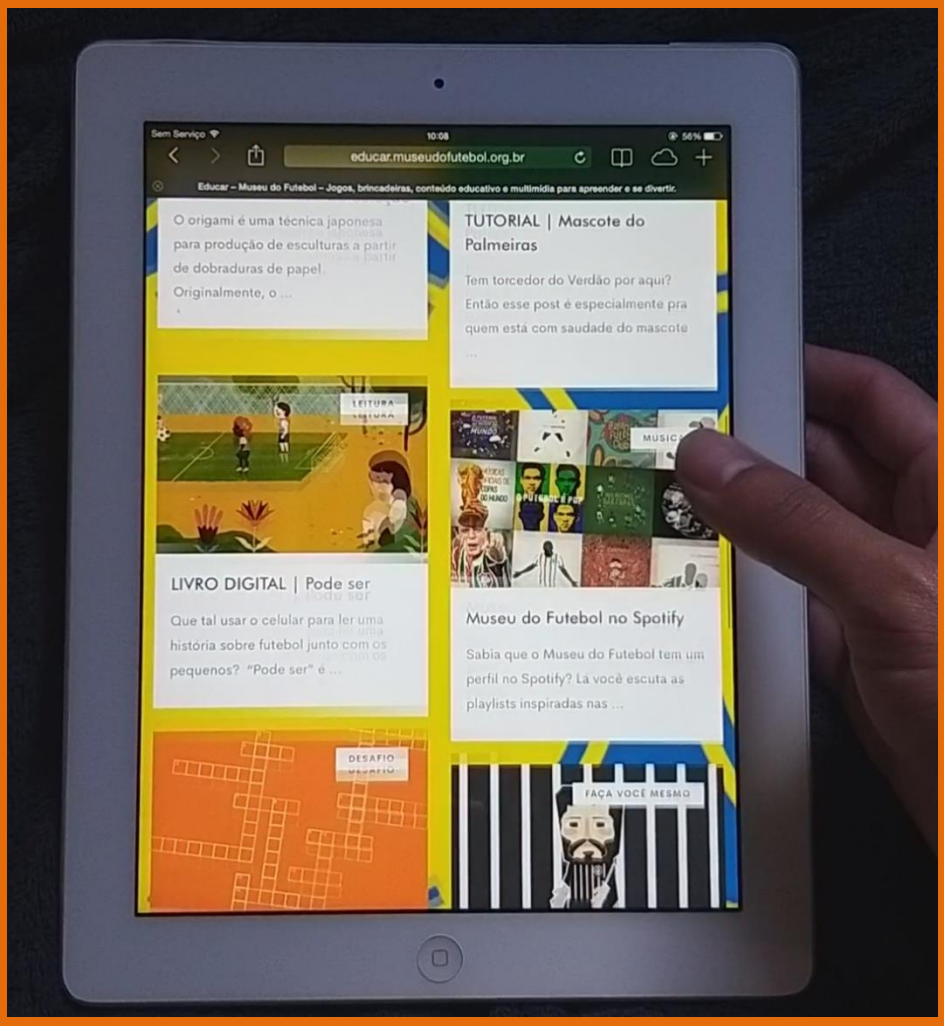


RELATÓRIO DO 2° TRIMESTRE DE 2020
IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte
Organização Social de Cultura
UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

CONTRATO DE GESTÃO No. 04/2016
Referente ao: MUSEU DO FUTEBOL

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 21 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório trimestral desta Organização Social de Cultura, relativo ao segundo trimestre de 2020, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil, no período de 1 de abril a 30 de junho, para o Museu do Futebol.A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

No segundo trimestre O IDBrasil consolidou as adequações necessárias para a operação do Museu no período da pandemia da COVID-19, etapa que se inicia em 17 de março de 2020, com o fechamento do Museu à visitação presencial. Aliado ao fechamento dos equipamentos culturais, instalou-se no estádio do Pacaembu – também sede do Museu do Futebol, um hospital de campanha para atendimento a pacientes da COVID-19. O hospital foi inaugurado em 06 de abril, gerando inclusive acesso controlado à Praça Charles Miller, onde está localizado. Essas circunstâncias levaram à revisão do plano de trabalho originalmente concebido, com redefinição de metas e orçamentos e distribuição de trabalhos entre as equipes. Assim, a permanência de funcionários e colaboradores terceirizados na sede do Museu se limitou àqueles essenciais para a manutenção predial e segurança patrimonial. Foram levadas em consideração as reduções de recursos, pelo contingenciamento parcial dos repasses e pelas limitações de captação de receitas operacionais, como bilheteria, cessão onerosa de espaços. Para equilíbrio do orçamento o IDBrasil adotou possibilidades geradas pelas medidas provisórias MP 936 e MP 927, para organização dos trabalhos da equipe.

As interações com o público se mantiveram em meio virtual; foi adotado regime de teletrabalho para as equipes administrativas e de atendimento em ambiente virtual, com redução de jornada e alguns funcionários, com atuação mais voltada ao atendimento presencial do público, tiveram seus contratos temporariamente suspensos. Para viabilizar esse novo fluxo de trabalho, o núcleo de tecnologia trabalhou em prol da

manutenção dos computadores e manteve uma assistência e suporte técnico remoto e até presencial aos colaboradores, direto de suas casas, com o objetivo de possibilitar condições de teletrabalho. Providenciou também a transferência de todo acervo expositivo e administrativo com mais de 12tb de informação para viabilizar acesso remoto e seguro via nuvem, para os funcionários em regime de teletrabalho.

O fechamento em consequência da pandemia de coronavírus promoveu grandes alterações de rotinas e muitas incertezas aos profissionais que atuam em museus em todo o mundo. A partir de sua experiência em frentes digitais, o IDBrasil mobilizou-se rapidamente para montar uma série de eventos *online* visando compartilhar informações e ferramentas para ajudar a comunidade museológica a atravessar esse momento.

Realizado em articulação com o Sistema Estadual de Museus de São Paulo (SISEM-SP) e com o Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM Brasil), o webinário Gestão de Museus em Tempos de Crise do **Programa de Integração ao SISEM** recebeu inscrições de profissionais de todo o Brasil e também de Portugal. Os três eventos foram realizados em junho no YouTube do Museu do Futebol e somaram 907 espectadores simultâneos (pessoas conectadas durante a transmissão ao vivo). Até o início de julho, foram registrados mais de 3.300 espectadores únicos no total (incluindo as pessoas que assistiram aos vídeos *on demand,* depois da realização dos eventos) - número que tende a crescer, uma vez que os conteúdos permanecem abertos.

A experiência significou uma mudança de paradigma na realização de eventos deste tipo pelo Museu do Futebol, principalmente pela possibilidade de beneficiar um número muito maior de pessoas, numa amplitude geográfica significativamente maior. Se tivesse sido realizado no auditório do Museu, no máximo 170 pessoas teriam sido atendidas por seminário; com a realização online, o evento de menor público teve 253 conexões simultâneas. Além disso, não se pode desconsiderar as barreiras de acesso que a necessidade de um deslocamento promoveria até mesmo para profissionais que moram e trabalham na cidade de São Paulo.

O *chat* do YouTube acabou se tornando um ponto de encontro virtual para os profissionais, que usaram o espaço para apresentar a si mesmos e a suas instituições, trocar contatos e cumprimentar amigos – além, é claro, de enviar perguntas e observações aos palestrantes. Diante do bom resultado, o Museu já planeja eventos formativos para o próximo trimestre no mesmo formato digital, mesmo considerando a perspectiva iminente de reabertura das instituições museológicas ante a flexibilização das normas da quarentena.

Importante ressaltar também que todos os eventos tiveram tradução simultânea para Língua Brasileira de Sinais. As estratégias e resultados das ações estão detalhadas após o quadro de metas.

No trimestre foi criado o *hotsite* Educar, desenvolvido pela equipe interna do Museu, com disponibilização de diversos conteúdos educativos.

No final de junho foi encerrada a atividade do hospital de campanha do Pacaembu, e sua completa desmobilização está prevista para o final de julho.

Neste trimestre iniciaram-se também discussões internas sobre protocolos e providências para reabertura do Museu, quando autorizada pelos órgãos competentes.

No **Programa de Gestão Executiva, Governança e Transparência,** houve a inscrição, no mês de maio, de Plano Anual de Atividades no Pro-Mac - Programa Municipal de Apoio a Projetos Culturais da Prefeitura de São Paulo, ampliando assim as alternativas de captação de recursos, que tem se mostrado mais difícil com a queda no nível de atividade da economia do país. O IDBrasil segue fazendo a aproximação com empresas para apresentação de seus projetos visando o patrocínio, em especial para o projeto do Educativo, "Revivendo Memórias".

A elaboração do novo Plano Museológico para o Museu do Futebol está em cursopara a entrega no próximo trimestre, conforme pactuado.

No **Programa de Acervo**, destaca-se o início do projeto "Diversidade em Campo: Futebol LGBT+", voltado a mapear e registrar práticas e memórias deste futebol no Brasil. Foram mapeadas nove novas referências ao acervo, a partir da realização de entrevistas de História Oral, além de pesquisas em periódicos e publicações online, e de materiais compartilhados

por representantes de times. Esse projeto tem sido realizado inteiramente online, estratégia adotada com a reorganização dos trabalhos do CRFB frente ao isolamento exigido no enfrentamento à propagação da pandemia do Covid-19. Para além das referências em si, abre-se com este projeto uma porta de entrada para a coleta relacionada ao momento presente e os impactos da pandemia nas pessoas, times e campeonatos envolvidos. Ainda, destaca-se a produção de artigos e a disponibilização de novos acervos online, cujas visualizações cresceram 43% e 78%, respectivamente.

O **Programa de Exposições e Programação Cultural** passou a desenvolver ações de programação cultural em plataformas virtuais com o objetivo de atender seu público e alcançar novos públicos virtuais, proporcionando conteúdos de qualidade durante a quarentena, resultado da pandemia do Covid-19.Nas redes sociais do Museu (YouTube e Facebook) a exibição de filmes sobre futebol, em parceria com o Cinefoot, se mantém e, agregada à mesma, no trimestre houve a promoção de debates sobre temas correlatos aos filmes exibidos com a participação de diretores, jornalistas e demais participantes externos à instituição.

Além disso,o Programa de Exposições e Programação Cultural contribuiu, junto ao Programa de Comunicação e Relações Institucionais, com a elaboração, produção e execução de bate-papos e workshops online com o apoio de terceiros em que três desses eventos foram desenvolvidos em parceria com o SISEM, parte das ações que compõem o Programa de Integração ao SISEM.

Foram promovidas, também *lives* no Instagram sobre temas atuais como, por exemplo, as manifestações anti-racismo e o futebol e, em comemoração ao Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+, uma *live* sobre o simbolismo da camisa 24 no futebol. Em todas as ações virtuais houve a participação ativa da equipe do Museu e de convidados.

Alguns eventos que estavam confirmados, anteriormente ao decreto de quarentena, foram reestruturados a fim de possibilitar uma ação em ambiente virtual como, por exemplo, os dois bate-papos com integrantes do site No Ângulo.

O Museu permanece fechado, mas a equipe de manutenção segue no local, zelando pelo espaço e fazendo as ações preventivas necessárias à manutenção do equipamento. A camisa do Pelé foi transportada para do depósito especializado, local onde permanecerá sob os cuidados ideais para esse tipo de acervo, até a reabertura do museu.

O cronograma de produção da exposição temporária "Pelé 80" está em fase final de projetos e adaptações baseadas também no novo protocolo de visitação nos museus. As reuniões virtuais acontecem semanalmente com a equipe de pesquisa, curadoria e produção e a previsão é que, em setembro, se inicie a montagem.

O **Programa Educativo** realizou, neste 2º trimestre de 2020, 91encontros virtuais, por meio do novo projeto educativo *Revivendo Memórias#emcasa*, alcançando a marca de 113 participantes. Oriundo do *Revivendo Memórias*, fruto de uma parceria entre o Núcleo Educativo e o Hospital das Clínicas, o *Revivendo Memórias#emcasa* é uma adaptação para tempos de quarentena e home-office. Visando atender, principalmente, grupos de risco da pandemia de Covid-19, a equipe do Educativo passou a realizar encontros individuais e em grupo com idosos, pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade social tendo como principal objetivo quebrar as barreiras impostas pelo isolamento social na quarentena. Nestes encontros, utilizando a mediação, abordam com leveza os mais diversos conteúdos, proporcionando momentos de interação por meio da inclusão digital tendo como foco principal a memória afetiva.

Mesmo com as atividades do Museu do Futebol sendo realizadas apenas em ambiente digital, por conta do fechamento causado pela pandemia de coronavírus, o **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** conseguiu manter uma presença relevante na imprensa. Ainda que o volume de menções ao Museu tenha registrado queda no período, esta não foi tão acentuada como se esperaria de um contexto complexo e desfavorável: além do Museu fechado, as editorias de esportes tiveram espaço reduzido ou até mesmo foram suspensas, o que implicou em menos oportunidades de divulgação.

Ainda assim, foram registradas 560 menções ao Museu do Futebol, sendo 10 em emissoras de televisão, 29 em rádios, 73 em veículos impressos e 448 em veículos Web. Tiveram destaque nesse período as matérias do Fantástico e do SPTV1, ambos programas da Rede Globo, sobre o processo de conservação da camisa do Pelé, item icônico da coleção; a matéria no Jornal Hoje, também da TV Globo, sobre o projeto *Revivendo Memórias #emcasa*. Mas foi principalmente a constância na divulgação dos programas culturais digitais que manteve o volume de menções dedicadas à instituição no período – notadamente o programa Cinema na Rede.

O IDBrasil também avançou na meta de relacionamento com influenciadores digitais nesse trimestre, realizando duas ao todo.

Foram registrados 46.796 visitantes únicos no trimestre[1] nos sites da instituição – além do principal www.museudofutebol.org.br, o IDBrasil gerencia também o educar.museudofutebol.org.br, criado no início da pandemia para reunir material educativo ou formativo de fácil acesso do público internauta. Os dois sites foram continuamente atualizados ao longo do trimestre.

Conforme o esperado, o número de visitantes únicos foi menor do que no trimestre anterior já que, com o museu fechado, caíram vertiginosamente as buscas por informações de serviço (horário de funcionamento, valor do ingresso, gratuidades etc). No entanto, a queda foi menor do que a projetada inicialmente, devido a um forte trabalho de divulgação das exposições digitais e material educativo disponíveis para o público.

Nas redes sociais, foram conquistados 8.192 novos seguidores. Embora o Facebook tenha sido a plataforma com o maior volume absoluto de novos usuários (foram 4.245 no total), o destaque do período foi o YouTube, que teve uma aceleração de crescimento de audiência em função da programação regular do Cinema na Rede. Só nesta plataforma foram 1.650 novos seguidores, um aumento de mais de 35% na base de assinantes do canal do Museu do Futebol.

[1] Vale sempre lembrar, esse número corresponde à soma dos visitantes únicos apurados a cada mês – portanto, abril, maio e junho.

Praticamente toda a programação realizada pelo Museu do Futebol em ambiente digital foi integrada à campanha #CulturaEmCasa, proposta pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

Ao longo do trimestre, teve continuidade a construção de um novo site para o Museu do Futebol, em ritmo mais lento em virtude da redução da carga horária da equipe a partir de maio. Este produto tem como meta de entrega o terceiro trimestre.

No âmbito do Desenvolvimento Institucional, destacam-se no trimestre as renovações das parcerias com os veículos de comunicação Revista Piauí e Portal UOL. Outras ações em parcerias foram desenvolvidas no intuito de ampliar a divulgação do Museu, que seguem descritas no referido programa.

No **Programa de Edificações**, executou-se o plano de manutenção predial composto por uma série de rotinas que o gestor deve implantar e acompanhar com o objetivo de detectar ou reduzir problemas; esses de ordem estrutural, hidráulica ou elétrica uma vez que a falta de manutenção nas instalações pode ocasionar problemas sérios para o edifício e para o museu, dados sua característica de interatividade.

Neste 2º trimestre manteve-se a manutenção física e a conservação preventiva das edificações, instalações e equipamentos de infraestrutura predial, com a equipe dedicada a executar o Plano de Manutenção do Museu e verificou-se o funcionamento dos sistemas, em que todos funcionam em sua totalidade bem como o Plano de Manutenção foi atendido.

Atualmente, apesar do Museu do Futebol encontrar-se fechado ao público, as ações de manutenção de sistemas e equipamentos permanecem, visando o retorno do funcionamento normal da instituição. Além disso, deve-se ter em mente o tempo para o seu religamento e testes necessários nos sistemas. Há, em especial a atenção à necessidade de sanitização completa em todos os ambientes, uma vez que o fechamento já ocorre por, no mínimo, 90 dias.

Com o objetivo de programar e organizar a reabertura do Museu no 3° trimestre de 2020, já há cronograma definido para os procedimentos de desinfecção dos espaços físicos, limpeza das máquinas de ar condicionado,

instalação de dispenser de álcool gel pelo espaço do museu e a realização de desinfecção geral dos espaços do museu feita por equipe especializada.

METAS DE GESTÃO TÉCNICA

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No trimestre, houve a inscrição de Plano Anual de Atividades do Pro-Mac, lei de incentivo à cultura do município de São Paulo, em maio.

Novos patrocínios por meio das leis de incentivos não foram efetivados, mas iniciou-se trabalho de prospecção de patrocinadores para o projeto educativo "Revivendo Memórias".

Como o Museu permaneceu fechado ao longo do segundo trimestre devido à pandemia da Covid-19, consequentemente não foi possível a realização de pesquisa de satisfação junto ao público. Também, devido à pandemia, não houve receita advinda da cessão de espaço (aluguéis da loja e da cafeteria) venda de ingressos na bilheteria.

Os trabalhos para a elaboração de Plano Museológico estão em andamento, já em fase final, e a entrega acontecerá no próximo trimestre.

N°		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	1	**1**
					3º Tri	2	-
					4º Tri	-	-
					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 19,3% de captação em relação ao repasse	1º Tri	555.500	636.315
					2º Tri	-	65.670
					3º Tri	278.800	-
					4º Tri	648.500	-
					META ANUAL	**1.482.800**	**701,985**
					ICM%	**100%**	**47,3%**
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%	94,6%
					2º Tri	-	N/A
					3º Tri	> ou = 80%	-
					4º Tri	> ou = 80%	-

					META ANUAL	**> ou = 80%**	**94,6%**
					ICM%	**100%**	**-**
4	(PGTG) Elaboração de novo Plano Museológico para o Museu do Futebol ** meta com recursos do exercício de 2019*	4.1	Meta-Resultado	Plano entregue ao Comitê de Gestão Museológica da UPPM/SEC	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	1	**-**
					4º Tri	-	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

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

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

O Plano Atual de Atividades do Museu do Futebol inscrito Programa Municipal de Apoio a Projetos Culturais da Prefeitura de São Paulo - Pro-Mac sob o número de protocolo 2020.05.05/01331, em 5 de maio, encontra-se desde então em fase de análise.

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

Ao longo do trimestre, não houve a efetivação de novos patrocínios por meio de leis de incentivo. Houve, no entanto, a realização de aporte financeiro por meio de verba direta, ou seja, sem o uso dos benefícios das leis de incentivo, advindo da empresa Andra, decorrente de tratativa realizada no ano passado. A empresa fez o segundo de um total de três depósitos acordados em contrato de patrocínio cultural.

Foi estornado pelo Ministério da Cidadania, Secretaria Especial do Esporte, valor de R$ 1.999,17 do aporte realizado pela empresa Lunimae no projeto do Museu do Futebol "Com a Bola Toda", no primeiro trimestre deste ano. O estorno ocorreu devido ao projeto já ter atingido o valor total solicitado para captação.

Iniciou-se a captação de patrocinador para o projeto educativo "Revivendo Memórias". O projeto tem conexão direta com o momento presente, pois envolve o atendimento à idosos e outras pessoas mais

atingidas pela solidão ocasionada pela necessidade de isolamento social, e espera-se conquistar empresa interessada em associar sua marca a essa iniciativa, contribuindo para a sustentabilidade do Museu do Futebol.

Vale registrar que a estruturação de estratégias de captação com vistas à realização de atividades no próximo ano já está em curso. Espera-se dar início à abordagem junto às empresas potenciais patrocinadoras no início de agosto. Ciente de que será um grande desafio a conquista de patrocinadores para 2021 por conta a crise econômica que se desponta em meio à crise sanitária mundial, o IDBrasil vem estudando novas formas de gerar valor às empresas patrocinadoras, bem como lançando mão da parceria com a agência de publicidade pró-bono, a Lew Lara\TBWA para a construção de nova apresentação institucional.

O IDBrasil vem fazendo o planejamento de um Programa de Amigos ou de ação de Crowfunding (captação de doações), mas neste momento de pandemia seu formato e data delançamento estão em discussão.

Devido à pandemia da Covid-19, o Museu do Futebol permaneceu fechado, sem gerar, portanto, receitas operacionais por meio da bilheteria e cessão de espaços. As receitas de bilheteria e cessão de espaço eventual observadas nesse trimestre foram contabilizadas com defasagem gerada por questões operacionais na fase de adaptação dos trabalhos em home office; são relativas ao 1º trimestre.

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R$)	2º TRIMESTRE (em R$)	TOTAL até a data (em R$)
Receitas de Bilheteria	397.339	7.927	**405.266**
Cessão de Espaço - mensal	67.900	-	**67.900**
Cessão de Espaço - eventual	66.100	20.000	**86.100**
Convênios/Patrocínios e Doações	67.476	37.743	**105.219**
Lei Incentivo ao Esporte	37.500	-	**37.500**
TOTAL Captação trimestral	**636.315**	**65.670**	**701.985**
Indicativo de meta de Captação no período	**555.500**	-	**1.482.800**
Índice de cumprimento da meta no período	**114,5%**	**11,8%**	**47,3%**
Meta Captação Anual (19,3% sobre o valor do repasse)	**1.482.800**	**1.482.800**	**1.482.800**
Índice de cumprimento da meta do Ano	**42,9%**	**4,4%**	**47,3%**

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%)

Como o Museu esteve fechado ao público para evitar a propagação do novo coronavírus, não estava prevista a realização de pesquisa de satisfação no trimestre.

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou 91 atendimentos, todos não-presenciais. O banco de dados foi acessado por 3.288 usuários únicos, número 78% maior que o mesmo período em 2019 (717 usuários). A equipe incluiu 265 novas referências de acervos na plataforma, com maioria constituída de itens bibliográficos digitais, ampliando a disponibilização de material de pesquisa acessível remotamente.

Ainda, o CRFB deu início a um novo projeto de pesquisa, o "Diversidade em Campo: Futebol LGBT+", e publicou cinco novos artigos na plataforma Medium, os quais renderam um número de visualizações 43% maior em relação ao primeiro trimestre (em que já se observava um crescimento considerável a partir de março).

No mais, importante destacar a atuação junto às outras equipes, pesquisando acervos e verificando direitos autorais para a elaboração de conteúdos para as redes sociais; atuação no levantamento de conteúdos e informações para a pesquisa da exposição temporária Pelé 80 Anos; pesquisa e desenvolvimento de conteúdo para exposições virtuais; e a participação da coordenadora Camila Aderaldo na *live* do dia 22 de junho no perfil do Futebol na Veia, perfil de jornalismo esportivo no Instagram.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
5	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos – **ação virtual**	5.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**4**	-
					ICM%	**100%**	-
		5.2	Dado-extra	Número de participantes	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	-
					ICM%	**-**	-
6	(PA) Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros	6.1	Meta-Produto	Número de artigos produzidos	1º Tri	2	2
					2º Tri	4	5
					3º Tri	3	-
					4º Tri	3	-
					META ANUAL	**12**	**7**
					ICM%	**100%**	**58,3%**
7	(PA) Ampliação das referências patrimoniais (Projeto de Pesquisa: Futebóis)	7.1	Meta-Produto	Número mínimo de referências mapeadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	5	9
					3º Tri	10	-
					4º Tri	5	-
					META ANUAL	**20**	**10**
					ICM%	**100%**	**45%**
		7.2	Meta-Produto	Número mínimo de itens publicados no Banco de Dados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	50	-

					4º Tri	50	-
					META ANUAL	**100**	-
					ICM%	**100%**	-
8	(PA) Realização de projeto extramuros "Futebol: uma caixa de surpresas"	8.1	Meta-Produto	Número mínimo de ações realizadas	1º Tri	1	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	4	-
					ICM%	**100%**	**25%**
		8.2	Dado-extra	Número de pessoas impactadas	1º Tri	-	20
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	-	
					ICM%	**-**	-
9	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições culturais, de ação social e/ou voltadas à memória do esporte para intercâmbio de acervos	9.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**2**	-
					ICM%	**100%**	-

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

Ação 5: Realização de workshops (oficinas) técnicos – ação virtual

Justificativa da meta 5:

Os workshops planejados para serem realizados neste trimestre foram adiados para o terceiro trimestre como decorrência de uma reavaliação – conjuntamente com a UPPM - sobre a estratégia adotada dado o contexto atual de desenvolvimento de ações on-line, buscando potencializá-las junto ao público alvo e melhor distribuir a oferta desse tipo de programação pelo Museu. A partir da experiência com os webinários promovidos em junho pelo MF em parceria com o SISEM (detalhados do Programa de Integração ao SISEM-SP), em que se constatou o sucesso do formato, os workshops do CRFB foram replanejados para seguirem o mesmo modelo: eventos em série; apresentação de *cases* de outros museus; e escuta do público sobre assuntos relacionados que são de maior interesse e possam aportar para as apresentações.

É necessário salientar que, para além do formato, avaliou-se necessário ter um distanciamento desta série de eventos, daquela realizada em parceria com o SISEM, de maneira a acomodar no médio prazo as ações ofertadas ao público, mantendo esse tipo de programação do museu ao longo do ano.

Dessa maneira, propõe-se a realização de uma série de quatro eventos, entre agosto e setembro, em que serão abordados o fazer pesquisa em museus, ressaltando como as instituições convidadas - com ou sem centros de referência implantados - podem articular comunidades em torno da ampliação e qualificação de seu repertório, desenvolvimento e dinamização de conteúdos e fortalecimento do diálogo com grupos sociais de interesse do museu.

A partir desse tema, pretende-se fomentar a discussão sobre a importância do desenvolvimento de pesquisas em museus, que se revela

ainda mais forte no atual contexto de pandemia - em que houve um aumento das ações online, as quais são fortemente subsidiadas pela pesquisa, fora os públicos que ela tem potencial de engendrar.

Abaixo, segue o descritivo da proposta de programação (convidados ainda a confirmar):

Pesquisa em Museus: conhecimento, territórios e públicos

O novo ciclo de webinários do Museu do Futebol é uma iniciativa do seu Centro de Referência do Futebol Brasileiro, núcleo do Museu responsável pela pesquisa, documentação e gestão de acervos. Como um museu que realiza pesquisas desde seu início, entende a centralidade dessa ação no conjunto de práticas museológicas que articulam os acervos, os públicos e seus territórios de atuação. É por meio da pesquisa que o Museu pode ampliar seu repertório original, revisitar conceitos e interpretações, contribuir com novas fontes e gerar conteúdos a públicos e finalidades diversas.

O tema será apresentado e debatido em quatro encontros on-line. Abrindo espaço para a apresentação de experiências museais brasileiras, os eventos tratarão do lugar da pesquisa dentro da gestão, da valorização das ações de mapeamento de território e comunidades, lugares de memória e produção de novas fontes para interpretações do patrimônio ao quais os museus se dedicam, enfocando tanto a dimensão material quanto a imaterial. Reunirá também profissionais que atuam em pesquisa dentro e fora das universidades, de modo a oferecer um conjunto mínimo de técnicas, metodologias e conceitos para realização de projetos de pesquisa, incluindo práticas a partir de ferramentas digitais e on-line.

Encontro 1: Gestão: pesquisa em museus e centros de referência
Apresentação sobre a proposição da série de webinários, enfocando o trabalho realizado no MF e as diretrizes da política pública do Estado de São Paulo nessa área. Como exemplos de atuação, pretende-se apresentar três casos: CRFB/MF; Índia Vanuíre; Museu da Café. Mediação de Camila Aderaldo.

Encontro 2: Mapeamento como estratégia para produção de repertório patrimonial e articulação com as comunidades
Apresentação de experiências de pesquisa em museus, abordando diferentes perspectivas e métodos. Pretende-se convidar dois museus do interior do estado de São Paulo, o Museu Histórico de Jaboticabal e o Museu H. P. Prudente de Morais, além do Paço do Frevo, de Recife, em Pernambuco. Mediação de Marília Bonas.

Encontro 3: Ferramentas e métodos para produção de pesquisa em museus
Apresentação de caminhos práticos para a realização de pesquisas, com foco em espaços virtuais. Etnografia virtual e métodos qualitativos. Modelagem, aplicação e elaboração de diferentes produtos a partir dos dados coletados. Como participantes, pretende-se convidar Eva Scheliga, professora de etnografia e métodos qualitativos, e a Tomara! Educação e Cultura. Mediação de Daniela Alfonsi.

Encontro 4: Pesquisas de público para planejamento, monitoramento e avaliação das práticas museológicas
Apresentação sobre o papel da pesquisa e estudos de público, como fazer e como aplicar, ressaltando sua importância, especialmente nesse novo contexto, para o desenho de estratégias de ações. Abordará a interlocução desse processo com a coleta e produção contemporânea e a qualificação/ressignificação das coleções e referências patrimoniais no trabalho de pesquisa. Como participantes, pretende-se convidar a Tomara! Educação e Cultura e a Carla Vidal (Gengibre Cultural). Mediação de Renata Beltrão.

Ação 6: Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros

Detalhamento da meta 6:

No segundo trimestre de 2020, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) produziu cinco artigos na plataforma de publicação de textos Medium:https://medium.com/museu-do-futebol. Foi publicado um artigo a mais que o previsto, sem ônus ao contrato de gestão, decorrente de uma linha de publicação que será realizada em homenagem ao aniversário de grandes estádios do Brasil ao longo deste ano. Assim, a convite do CRFB, o prof. Bernardo Buarque e Rodrigo Saturnino, elaboraram um texto sobre o Maracanã, que completou 70 anos em junho.

Segue abaixo um breve descritivo de cada publicação:

Artigo: "Mulheres do futebol: 8 livros para pensar o protagonismo feminino nos esportes" (23/04/2020) - Aproveitando o dia mundial do livro, Dóris Régis e Lígia Dona, assistente de documentação e de pesquisa, respectivamente, destacaram a produção literária das mulheres no futebol, tendo como base o acervo da Biblioteca e Midiateca do CRFB. **Link:** https://bit.ly/2ZBB2Mo

Artigo: "Pacaembu: 80 anos (de futebol) em 8" (27/04/2020) - Escrito por Ademir Takara, bibliotecário do CRFB, o artigo é uma homenagem ao Estádio do Pacaembu, no qual se encontra o Museu do Futebol, que completou em abril 80 anos de existência. **Link**: https://bit.ly/2NTlk9M

Artigo: "As pioneiras do Pacaembu: 80 anos da estreia do futebol feminino no Estádio Municipal" (15/05/2020) - Ainda dentro do período do aniversário do estádio do Pacaembu, Dóris Régis e Juliana Pons, assistente de documentação e museóloga, respectivamente, abordaram os preparativos e a repercussão na imprensa da época sobre o primeiro jogo de futebol feminino no estádio. **Link**: https://bit.ly/2YZf7zl

Artigo: "As melhores histórias das Eliminatórias da Copa de 70" (28/05/2020) - Tendo como inspiração os 50 anos da Copa do Mundo de 1970, Ademir Takara e Lígia Dona, bibliotecário e assistente de pesquisa, respectivamente, abordaram o tema lançando um olhar sobre como outras seleções classificaram-se para aquele Mundial, e a importância para além da emoção do torcedor brasileiro naquela competição. **Link**: https://bit.ly/3ivnURx

Artigo: "Maracanã: 70 anos (de futebol) em 7" (12/06/2020) - Artigo elaborado pelo Professor Bernardo Borges Buarque de Hollanda e pelo mestrando Rodrigo Saturnino Braga, ambos da Fundação Getúlio Vargas, e frequentadores das arquibancadas do Maracanã. No texto, eles relembraram

os melhores momentos da história do estádio símbolo do futebol brasileiro que completou 70 anos em junho. **Link**: https://bit.ly/38xLHf8

Ação 7: Ampliação das referências patrimoniais (Projeto de Pesquisa: Futebóis)

Detalhamento da meta 7:

Neste trimestre, foi dado início ao projeto de pesquisa voltado à ampliação de referências patrimoniais relacionadas aos futebóis existentes para além daquele que podemos denominar de "hegemônico". Inicialmente previsto para abranger de forma mais ampla diversas manifestações que caracterizam o futebol como fenômeno plural, foi realizado um recorte para direcionar um mapeamento voltado ao Futebol LGBT+, estruturando assim este futebol como enfoque da primeira etapa deste projeto. Foram mapeadas nove referências, quatro a mais que o inicialmente previsto. Essa superação é desejável e não onerou o contrato de gestão, sendo decorrência da realização de cinco entrevistas, as quais, juntamente com as pesquisas sobre conteúdos na internet e materiais compartilhados por representantes de times, subsidiaram dados acerca de todas essas referências.

Nomeado de "Diversidade em Campo: Futebol LGBT+", o projeto visa mapear e registrar times, pessoas, eventos e lugares relacionados à prática e à memória desse futebol no Brasil. Nesse sentido, tem-se como intuito representar mais de um segmento da sigla e abranger estados para além do eixo Sudeste, haja vista o projeto estar sendo realizado inteiramente online. Para tanto, parte-se de duas metodologias, as quais caracterizam as duas linhas de pesquisa do CRFB: a etnografia e a história oral.

A escolha por esse recorte dá-se a partir da reflexão sobre o histórico de atuação do CRFB e do MF junto a esse público e o desejo de memória manifesto em mais de uma ocasião em espaços institucionalizados, dentre os quais se destaca o Seminário Futebóis (2019).

Dado o contexto da pandemia, que restringe a atuação da equipe ao universo online, a gravação das entrevistas está sendo realizada pelo Google HangoutMeet, não sendo possível, nesse momento, a visita presencial a campo. Neste processo, também estão sendo reunidos acervos fotográficos

compartilhados por integrantes de times ou pessoas entrevistadas. Com isso, tem-se o objetivo de gerar novas fontes sobre o tema, ampliar o acervo digital do museu sobre este tema, permitindo novas interpretações acerca de seu patrimônio e potencializando a representação também dos atores do processo de construção de novos sentidos ao futebol.

Como ponto de partida, tomaram-se os contatos já realizados pela equipe em outras ocasiões, tais como o evento Violências Indizíveis (2017) e da primeira edição da TrueColors Cup (2019), na qual o museu foi parceiro e a equipe do CRFB fez coleta ativa de contatos. Isto é, como já havia alguma experiência do MF nesse universo, a rede de conexões mapeadas passou a ser traçada a partir desse repertório.

A equipe que está atuando diretamente no projeto é formada por Ligia Dona, Dóris Régis e Camila Aderaldo (CRFB) e Lucas Cabrini (Desenvolvimento Institucional). Foram entrevistadas cinco pessoas:

Entrevistado	Time em que atuava em 2020	Data da entrevista
Alexandre Antoniazzi	Natus F.C. (São Paulo)	09/06/2020
Charles Barreto	Real Centro F.C. (São Paulo)	22/06/2020
Rodrigo Ziegler	Karyocas Club Fut7 (Rio de Janeiro)	23/06/2020
Bernardo Gonzales	Madalenas F.C. / Ex-atleta do Meninos Bons de Bola	27/06/2020
Vinicius Ribeiro	Bharbixas E.C.	27/06/2020

Destas entrevistas, somadas às pesquisas online e contribuições de representantes dos times com materiais, resulta o mapeamento de 9 referências, sendo quatro times e seis pessoas. Sobre o conceito de referência, conforme a Política de Acervos do MF (2019):

> "O Museu do Futebol define, portanto, como referência: uma prática (evento), um local ou instituição, artefatos de diferentes naturezas e tipologias (coleções/arquivos/acervos) e/ou uma pessoa cujas histórias relacionem-se ao futebol de tal maneira que as tornem

reconhecidas pela comunidade em que estão inseridas pelo seu envolvimento com a memória do esporte.

Dessa definição, decorre que:

a) Referência é um atributo dado pelo Museu do Futebol após o processo de pesquisa a uma ampla possibilidade de manifestações relacionadas ao esporte (pessoas, locais, eventos, artefatos materiais).

b) Esse processo de pesquisa tem como premissa que somente será identificado como referência algo que já seja reconhecido pela comunidade, ou seja, a identificação parte dos valores estabelecidos pelos pesquisados e não pelos valores do pesquisador.

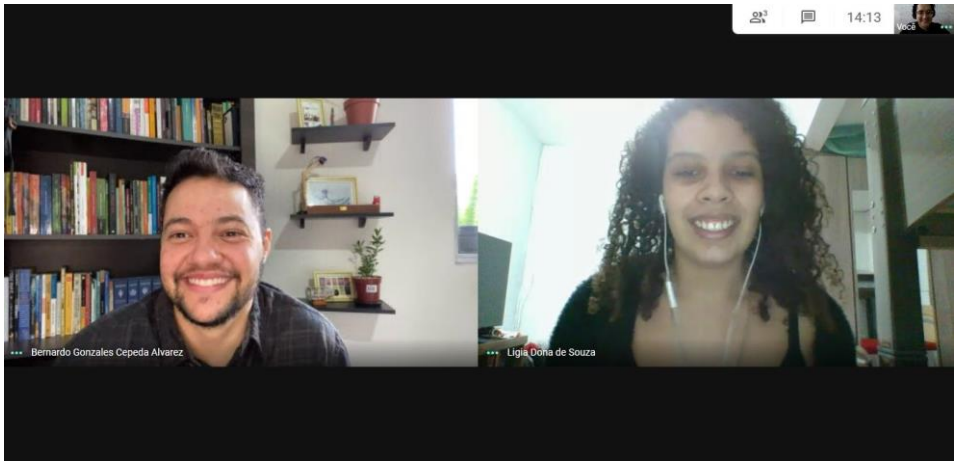
c) Uma referência em si não constitui o acervo; é a partir do registro da referência que se constituem as diferentes coleções e formas de aquisição de acervo do Museu do Futebol."

Assim, segue abaixo a relação das referências mapeadas neste trimestre:

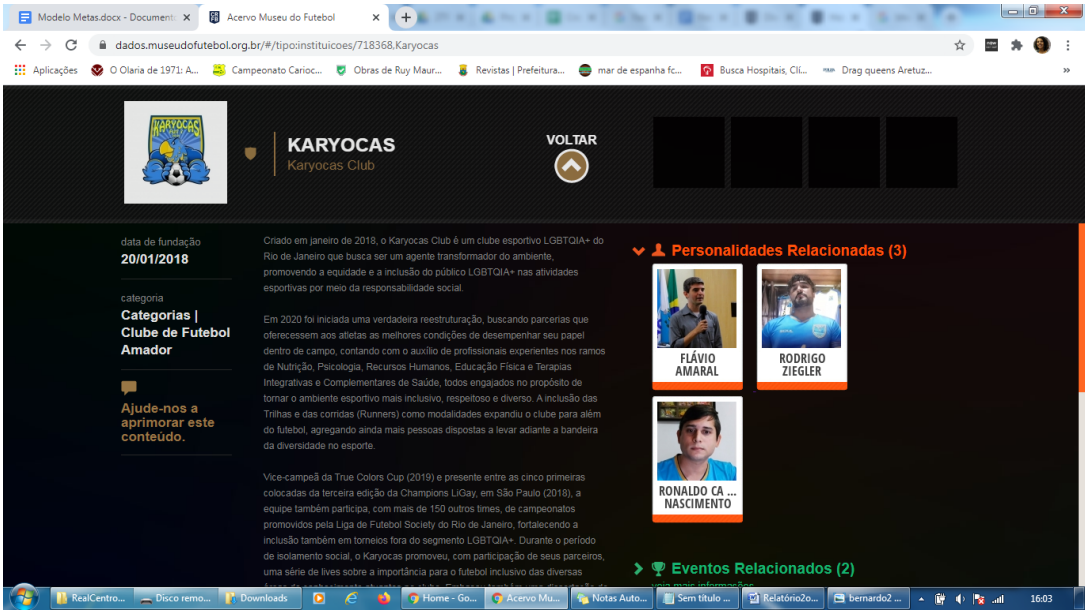
#	Referência	Tipologia	Cidade
1	Natus F.C.	Time	São Paulo/SP
2	Alexandre Antoniazzi	Pessoa	São Paulo/SP
3	Real Centro F.C.	Time	São Paulo/SP
4	Charles Barreto	Pessoa	São Paulo/SP
5	Karyocas Club Fut7	Time	Rio de Janeiro/RJ
6	Rodrigo Ziegler	Pessoa	Rio de Janeiro/RJ
7	Flávio Amaral	Pessoa	Rio de Janeiro/RJ
8	Bharbixas E.C.	Time	Belo Horizonte/MG
9	Vinícius	Pessoa	Belo Horizonte/MG
10	Bernardo Gonzales	Pessoa	São Paulo/SP

Vale destacar que Bernardo Gonzales, jogador de futebol, homem trans e militante da causa LGBT+, é uma pessoa com quem o museu já havia estabelecido um relacionamento desde a realização do evento "Violências

Indizíveis", como membro representante do time Meninos Bons de Bola, o primeiro time trans do Brasil, já mapeado pelo CRFB. Contudo, decidiu-se entrevistá-lo neste atual projeto para atualizar e aprofundar as informações acerca de sua trajetória, a qual hoje transcende a atuação no Meninos Bons de Bola, time do qual ele não mais faz parte. Bernardo tornou-se nos últimos anos referência na causa da visibilidade trans, atuando em eventos relacionados à causa, ações de formação e publicações em portais como Mídia Ninja e Ludopédio.



Entrevista com Bernardo Gonzales, integrante do Madalenas F.C., realizada em 27/06/2020.



Print do registro do time Karyocas no banco de dados do CRFB. Acesso em 07/06/2020.

Para a realização das entrevistas, foi formulado um roteiro com questões norteadoras, que são adaptadas a cada entrevistado, a partir de pesquisa prévia realizada sobre a pessoa ou sobre o time o qual ela representa. Com isso, temos um maior aprofundamento sobre a experiência e história do entrevistado e das instituições futebolísticas que ele representa. Essa estratégia visa reunir informações mais completas, gerando registros mais acurados do mapeamento.

A catalogação no banco de dados, para além de ser o registro e a sistematização dos dados coletados, é também uma devolutiva aos participantes do projeto, sendo uma primeira etapa de inclusão de suas memórias no universo do museu.

Segue abaixo a íntegra do roteiro base para as entrevistas:

INTRODUÇÃO:

1. Apresentação das pessoas entrevistadas:
    - Nome e apelido;
    - Data e local de nascimento.

O que faz no dia a dia?

- Ocupação (atividade exercida antes da aposentadoria, se for o caso);
- Área de estudos.

De qual time faz parte e qual sua função nele?

MOTIVAÇÕES E EXPERIÊNCIAS PESSOAIS E AFINIDADE PELO FUTEBOL:

4. Fale um pouco da sua infância, do lugar onde cresceu e da sua adolescência. Onde estudou? Já trabalhava nessa época? (pode incluir uma pergunta sobre o futebol na escola a depender do que ele fale).
5. Conte um pouco sobre sua família e seus pais.
6. Como se interessou por futebol? Alguém ou algo o influenciou? Teve algum incentivo familiar para gostar de futebol?
7. Além de jogar em um time, você torce por algum? Acompanha o futebol televisionado, campeonatos estaduais ou outros times no geral?
8. Em estádios, já foi? É algo que gosta? Vai com quem?
9. Qual sua lembrança mais antiga de futebol?

10. Já jogou na várzea ou outros times amadores? Conte sua experiência.
11. E como você chega aos times LGBT+?
12. Relembre alguma experiência marcante (inusitada/engraçada/emocionante) que envolva futebol.
13. É comum, infelizmente, ouvir histórias de preconceito. Isso já aconteceu contigo, dentro ou fora de campo?
14. Você acha que as ações contra preconceito encabeçadas por federações estaduais no último ano tem alguma efetividade? Consegue sentir mudanças?

SOBRE O TIME:

15. Quando e como surgiu o time (data de fundação, membros fundadores)?
16. Qual a motivação para criar o time? Como foi a articulação do grupo para consolidá-lo?
17. Quando você entrou no time? Além da função que desempenha atualmente, passou por alguma outra?
18. Qual o procedimento para entrar no time? Há algum critério para ingressar?
19. Onde costumam jogar e treinar? Se reúnem com frequência?
20. Vocês têm treinador? Quem é? Já tiveram outros?
21. Como o time se mantém financeiramente? O time tem patrocinadores ou se relaciona com aqueles que apoiam os campeonatos?
22. O time tem torcida? Quem são as pessoas que a compõem? Elas acompanham a equipe em todos os eventos?
23. Ainda com relação a torcida, vocês têm algum canto?

EXPERIÊNCIA EM CAMPEONATOS:

24. Em 2019 aconteceu a primeira edição do TrueColors Cup, como foi a experiência de jogar no campeonato?
25. Você já participou de outros campeonatos semelhantes, como a ChampionsLigay? Se sim, descreva a experiência?
26. Além desses, participa de outros campeonatos esportivos com o time? Se sim, quais?
27. Você ou o time participa ativamente da organização de algum dos campeonatos mencionados?
28. Nesses campeonatos, mais especificamente nos anteriormente mencionados, o público alvo são homens gays ou abrange o restante da sigla LGBT+? Se não, acredita que há algum constrangimento, explícito ou não, desses outros segmentos da sigla em participar?

29. Quem joga em liga LGBT+ também joga em liga heterossexual? Sente que há diferença em jogar em cada um dos dois? Fale um pouco sobre isso.

30. Apenas um adendo: nós adotamos a nomenclatura LGBT+ porque vimos que o debate sobre orientação de gênero tem aumentado, mas gostaríamos de saber se você sugere outra forma ou nomenclatura a ser adotada.

31. Pensando na realidade que estamos vivendo hoje com a pandemia, como tem sido para o time, os jogadores?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

32. Se você pudesse sintetizar, O que o futebol representa para você hoje?

33. Se fossemos criar uma sala ou uma exposição no museu para falar de futebol e diversidade, o que não poderia faltar nelas?

34. Por fim, há algo que você acha importante falar e que esquecemos de perguntar?

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Com o Museu fechado em razão da pandemia, o núcleo de Exposições e Programação Cultural realizou, nesse segundo trimestre, ações e eventos nas redes oficiais do Museu do Futebol (YouTube, Facebook e Instagram). Contando, como sempre, com parcerias estratégicas de conteúdo e divulgação, a programação seguiu com altos índices de visualizações.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
10	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute e/ou similares – **ação virtual**	**10.1**	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	1
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**3**	**1**
					ICM%	**100%**	**66,6%**
11	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	**11.1**	Dado extra	Número de visitantes recebidos	1º Tri	-	60.027
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	-	**-**
					DADO ANUAL	**-**	**-**
					ICM%	**-**	**-**

12	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: debates e palestras	**12.1**	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	3	
					META ANUAL	**7**	**2**
					ICM%	**100%**	**28%**
		12.2	Dado-extra	Número de público recebido	1º Tri	-	167
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	**167**
					ICM%	**-**	**-**
13	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: encontros de colecionadores e/ou encontros para troca de figurinhas	**13.1**	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	1	6
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**4**	**6**
					ICM%	**100%**	**150%**
		13.2	Dado extra	Número de público recebido	1º Tri	-	376
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	**376**
					ICM%	**-**	**-**
14	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: transmissões de filmes *online*- ***ação virtual***	**14.1**	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2	2
					2º Tri	8	13
					3º Tri	2	-
					4º Tri	**-**	-
					META ANUAL	**12**	**15**
					ICM%	**100%**	**125%**
		14.2	Meta-resultado	Número mínimo de visualizaçõe	1º Tri	500	1.276
					2º Tri	1000	5.280

				s alcançadas	3º Tri	500	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2000**	**6.556**
					ICM%	**100%**	**327%**
15	(PEPC) Realização de exposição temporária "Pelé 80" (Lei Rouanet)	**15.1**	Meta-produto	Número de exposições realizadas	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	1	**-**
					META ANUAL	1	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
16	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – Projeto "Com a Bola Toda" – (Lei do Esporte)	**16.1**	Meta-produto	Número de dias com programaçã o esportiva	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	4	**-**
					4º Tri	4	**-**
					META ANUAL	8	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
		16.2	Dado extra	Número de público participante	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	-	**-**
					META ANUAL	-	**-**
					ICM%	**-**	**-**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 10: Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute e/ou similares – ação virtual

Justificativa da Ação 10

Neste trimestre, foi publicada uma exposição virtual, sendo que duas outras estão em desenvolvimento e seriam publicadas neste trimestre. No

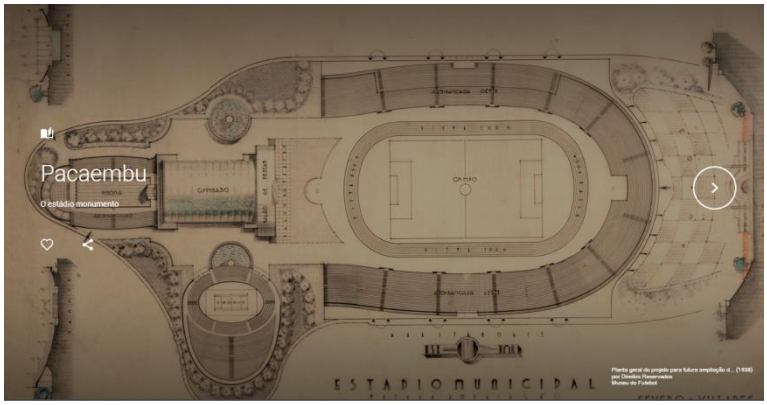
entanto, devido ao fato de parte expressiva dos conteúdos necessários à publicação destas duas exposições dependerem da liberação de direitos autorais - cujos valores e prazos de retorno e entrega por parte das cessionárias, no fechamento deste relatório, ainda estavam em negociação - justifica-se o adiamento do lançamento das mesmas para o próximo trimestre. Tais exposições perpassam o tema da Copa do Mundo de 1970 e imagens históricas da América Latina à época, sendo que o acervo mais completo sobre esse evento esportivo pertence à Getty Images. Parceira do Museu em diversas exposições passadas, a empresa mudou suas diretrizes para licenciamento, demandando outras estratégias para se firmar a redução de valores.

Dessa maneira, as duas exposições aguardam a liberação do material para serem publicadas.

Detalhamento do cumprimento parcial da Meta

Conforme mencionado acima, neste trimestre, foi publicada uma exposição virtual e desenvolvido conteúdo de outras duas, as quais serão publicadas logo houver a liberação do material. Segue abaixo a descrição de cada projeto.

Pacaembu: O Estádio Monumento



Lançada no dia 30 de abril, a exposição faz uma homenagem aos 80 anos do Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho, casa do Museu do Futebol. Aborda sua construção e inauguração, reunindo em seu acervo, além das tradicionais fotos desse período e as já disponibilizadas na plataforma do

Google Arts & Culture por outros parceiros, imagens fruto de digitalizações realizadas pelo CRFB.

Rumo à Copa do México: jornada a bordo de um fusquinha

Abordará a história dos amigos de infância, Ivan Charoux e FaelSawaya, que após lerem sobre o "1970 London toMexico World Cup Rally" - uma corrida de carros de Londres até Cidade do México, passando pela América do Sul e Central - decidiram viajar a bordo de um fusca até o México para acompanhar a Copa do Mundo. Ao longo desse caminho, os amigos presenciaram diversas situações, como a Guerra das 100 Horas, entre Honduras e El Salvador.

Além de acervos que retratam o contexto político e social latino americano, a exposição trará fotografias e documentos digitalizados pela equipe do CRFB da coleção pessoal de FaelSawaya, recentemente falecido em decorrência da Covid-19. Constam também de sua coleção pessoal imagens digitalizadas pela Cinemateca do México das filmagens feitas por ele em sua câmera Super 8.

O Brasil dos Mexicanos

No ano em que o Brasil comemora 50 anos do título da Copa de 1970, a exposição tratada relação dos mexicanos com a seleção brasileira e o legado deixado por essa experiência. Além de fotografias de jogo e da cidade do México, trará trechos de entrevistas de história oral do projeto Futebol, Memória e Patrimônio (Museu do Futebol e CPDOC-FGV, 2011-2012), em que jogadores falam sobre a reação e a relação com os mexicanos.

Ação 11: Recebimento de visitantes presencialmente no museu
Comentário da mensuração 11.1: número de visitantes recebidos

Com o Museu do Futebol fechado, não houve visitantes presenciais, mas a equipe responsável pela Programação Cultural intensificou sua atuação digital, contemplando na sua programação as exibições de filmes todos os sábados, palestras e ainda os bate papos que antecedem às exibições de filmes. Foram realizados 11 eventos virtuais e 13 exibições de filmes com boa participação do público.

Ação 14: Realização de eventos de Programação Cultural: Transmissões de filmes online – Ação Virtual
Comentário da mensuração 14.1: número de eventos realizados

No segundo trimestre de 2020, a programação seguiu bastante intensa, com as exibições dos filmes sobre futebol e bate-papos com os diretores, jornalistas e outros profissionais que atuam próximo às temáticas retratadas nos filmes exibidos.

Os bate-papos se iniciaram no mês de junho e tiveram um ótimo alcance via redes sociais do Museu. Os convidados eram mediados e o público virtual também pôde participar, enviando suas perguntas.

Walter Casagrande, Serginho Groismann, Juca Kfouri, José Trajano, Marcelo Rubens Paiva e Wladimir, ex-jogador, foram alguns nomes de peso que participaram dessas conversas. Segue abaixo a relação desses filmes e os números alcançados por espectadores assistindo simultaneamente, e também o número de visualizações somente nos bate papos.

ABRIL				
Data	**Filme**	**Espectador simultâneo**	**Bate Papo**	**Visualizações**
04/abr	Bugrinos, o filme do Guarani Futebol Clube	505	-	-
11/abr	Rubro Verde - Espetacular	235	-	-
18/abr	Mestre Dicá	368	-	-
25/abr	Botafogo - 100 anos de amor e glórias	269	-	-

MAIO				
Data	**Filme**	**Espectador simultâneo**	**Bate Papo**	**Visualizações**
02/mai	O Som das Torcidas	511	-	-
09/mai	Vai Guarulhos	139	-	-
16/mai	Barba, Cabelo e Bigode	519	-	-
23/mai	3 curtas sobre Futebol - Juventus Rumo a Tóquio / Azul Escuro / Todos querem Colo-Colo	264	-	-
30/mai	2 curtas sobre Atlético Mineiro - O Imortal do gelo / Quando se sonha tão grande a realidade aprende	127	-	-

JUNHO				
Data	**Filme**	**Espectador simultâneo**	**Bate Papo**	**Visualizações**
06/jun	Tigre de Americana - Uma paixão Centenária	242	-	-
13/jun	Democracia em Preto e Branco	1.191	sim	3.144
20/jun	3 curtas sobre Sport Clube do Recife - Um time, 11 judeus / Um artilheiro no meu coração / D.Maria, a mulher por trás da personagem.	157	sim	651
27/jun	Fla x Flu - 40 minutos antes do nada	753	sim	1.121

PROGRAMA EDUCATIVO

No segundo trimestre de 2020, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol realizou 91 encontros virtuais do projeto educativo *Revivendo Memórias #emcasa*, os quais apresentamos nesse relatório. Com a equipe trabalhando em regime de teletrabalho, os esforços do Programa foram centralizados no atendimento virtual a idosos, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social. O projeto *Revivendo Memórias #emcasa* é uma adaptação do já conhecido *Revivendo Memórias* que, no ano passado, em parceria com o Hospital das Clínicas com o Educativo, ofereceu visitas mediadas a idosos com Alzheimer. A superação da meta é reflexo do sucesso dessa nova versão do projeto que contou com ampla divulgação nas redes e na mídia.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
17	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	17.1	Dado Extra	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Tri	-	985
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	**985**
					ICM%	**-**	**-**
18	(PE) Visitas educativas para público específico	18.1	Dado Extra	Número de público específico atendido em visitas educativas	1º Tri	-	1.677
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	**1.677**
					ICM%	**-**	**-**
19	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: deficiência visual	19.1	Meta-produto	Receber 1 residente (pessoa cega) por 3 meses	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
20	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	20.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de ações extramuros realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	2	-

					META ANUAL	**4**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
21	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	21.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de atividades oferecidas	1º Tri	40	41
					2º Tri	-	-
					3º Tri	40	-
					4º Tri	40	-
					META ANUAL	**120**	**41**
					ICM %	**100%**	**26%**
		21.2	Dado Extra	Número de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	1º Tri	-	805
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	**-**
					ICM %	**-**	**-**
22	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	22.1	Meta-Produto	Número mínimo de visitas	1º Tri	50	57
					2º Tri	-	-
					3º Tri	50	-
					4º Tri	50	-
					META ANUAL	**150**	**57**
					ICM %	**100%**	**38%**
		22.2	Dado Extra	Número de visitantes/ público atendido	1º Tri	-	1.033
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**-**	**-**
					ICM %	**-**	**-**
23	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/profi ssionais de turismo	23.1	Meta-Produto	Número de encontros (4h/cada)	1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**2**
					ICM %	**100%**	**100%**
		23.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	1º Tri	20	96*
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**20**	**96***
					ICM %	**100%**	**480%**
24	(PE) Projeto Educativo "Revivendo Memórias" – público de pessoas com	24.1	Meta-Produto	Número mínimo de	1º Tri	**-**	**-**
					2º Tri	10	**91**

	Alzheimer e idosos – **Ação virtual**			encontros *online*	3º Tri	5	-
					4º Tri	5	-
					META ANUAL	**20**	**91**
					ICM %	**100%**	**455%**

*Retificação de dado inserido no Relatório do 1° trimestre de 2020

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 24 – Projeto educativo "*Revivendo Memórias*" - público de pessoas com Alzheimer - ação virtual
Comentário da mensuração 24.1: Número mínimo de encontros online

A meta foi atingida integralmente. A superação da meta está intimamente ligada à natureza do projeto, que buscou atender a uma demanda social significativa a partir do contexto imposto pela quarentena, além de ter contado com ampla divulgação nas redes e repercussão em grandes veículos de comunicação. A seguir, apresentamos o Projeto *Revivendo Memórias #emcasa*. A superação da meta não implicou em recurso financeiro adicional.

Projeto *Revivendo Memórias #emcasa*

Prólogo

Desenvolvido em parceria com o pesquisador Carlos Chechetti, o projeto *evivendo Memórias* nasceu com o propósito de trabalhar com idosos com Alzheimer a ativação da memória afetiva por meio do futebol. Em 2019, foram realizadas uma série de visitas educativas no Museu do Futebol, com pacientes com Alzheimer e seus cuidadores e os resultados foram bastante positivos. O projeto, que conta com parceria de médicos especializados do Hospital das Clínicas, continuaria neste ano, no mesmo formato que trabalhamos no ano passado, teve que ser adiado por conta da pandemia de coronavírus. Com o fechamento do museu por conta da quarentena, a equipe se viu no desafio de pensar em novos projetos e transformar os já existentes, trabalhando de casa e utilizando a tecnologia. Dessa forma, o *Revivendo Memórias* foi transformado no *Revivendo Memórias #emcasa* e seguiu ativo, por meio de encontros virtuais, ampliado para outros idosos, pessoas com deficiência, casas de repouso e instituições sociais.

Estruturação da equipe

Com o museu fechado já em meados de março, a coordenação do Núcleo necessitou reorganizar a atuação da equipe, de modo que fosse possível continuar, de alguma forma, com um trabalho remoto. Desde o final de março, estabelecendo reuniões virtuais, a equipe do Educativo (educadores e orientadores) foi dividida em grupos de trabalho que pudessem produzir à distância. Em paralelo à estruturação dos Grupos de Trabalho, também foi realizado um levantamento, por meio de formulário, dos recursos que cada um tinha disponível em sua casa, de modo que as demandas fossem adaptadas aos recursos de trabalho disponíveis de cada um.

Figura 1 - Formulário de levantamento de recursos / Núcleo Educativo

Feito o levantamento, os grupos de trabalho criados foram estes:

- GT de Mídias Sociais: já existente no Núcleo há alguns anos, seguiu remotamente para dar continuidade à produção de posts educativos para o Facebook.
- GT de Inglês Instrumental: contando com educadores bilíngues, esse GT atuaria capacitando a própria equipe com conhecimentos básicos de inglês para o atendimento ao público estrangeiro.
- GT de Oficinas "Faça em Casa": com apoio da Comunicação, rapidamente parte da equipe se mobilizou para estruturar e apresentar vídeos curtos que seriam disponibilizados no site educar.museudofutebol.org.br para que o público também pudesse interagir com os conteúdos do museu.
- GT Exposições Virtuais: outra parte da equipe seguiu para colaborar com o Centro de Referência do Futebol Brasileiro, para a produção de novas exposições virtuais.
- GT Transposição de Linguagem: exatamente para dar suporte à criação de conteúdos educativos no site educar, transpondo para o site materiais já criados dentro do Núcleo Educativo.

- GT *Revivendo Memórias*: inicialmente proposto para dar continuidade ao atendimento dos idosos com Alzheimer, ao longo do mês de abril foi ampliado para o atendimento a outros perfis de público.

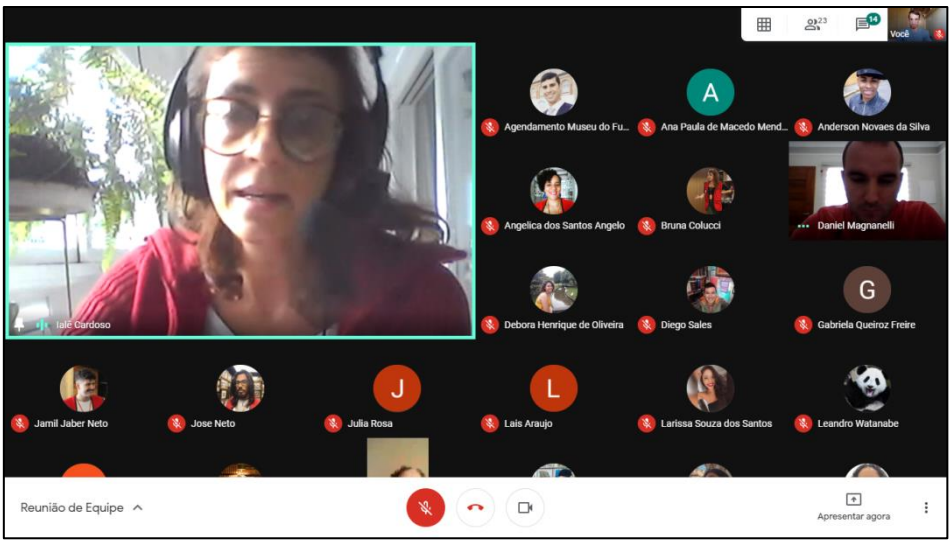


Figura 2 - A coordenadora Ialê Cardoso durante reunião de equipe / Núcleo Educativo

No entanto, com a possibilidade da redução de jornada e suspensão do contrato de trabalho visando a manutenção dos empregos e a saúde financeira da instituição, a coordenação do Educativo, em conjunto com a direção técnica, optou por seguir com a equipe do GT *Revivendo Memórias* em redução de trabalho, uma vez que tratava-se de um projeto com impacto direto no público e de alta relevância social para o momento. Assim sendo, a partir de maio, a equipe do Educativo ficou restrita à coordenadora, assistente de coordenação, assistente administrativo (para realizar os agendamentos do projeto), além de três supervisores mais cinco educadores realizando atendimentos diariamente. Os orientadores e demais educadores entraram em suspensão de contrato que vigorou até o começo de julho.

<u>Projeto em ação</u>

Estabelecida desde o final de março a equipe que atuaria em definitivo nos próximos meses dentro do projeto *Revivendo Memórias #emcasa*, uma nova etapa de planejamento se fez necessária e algumas definições foram

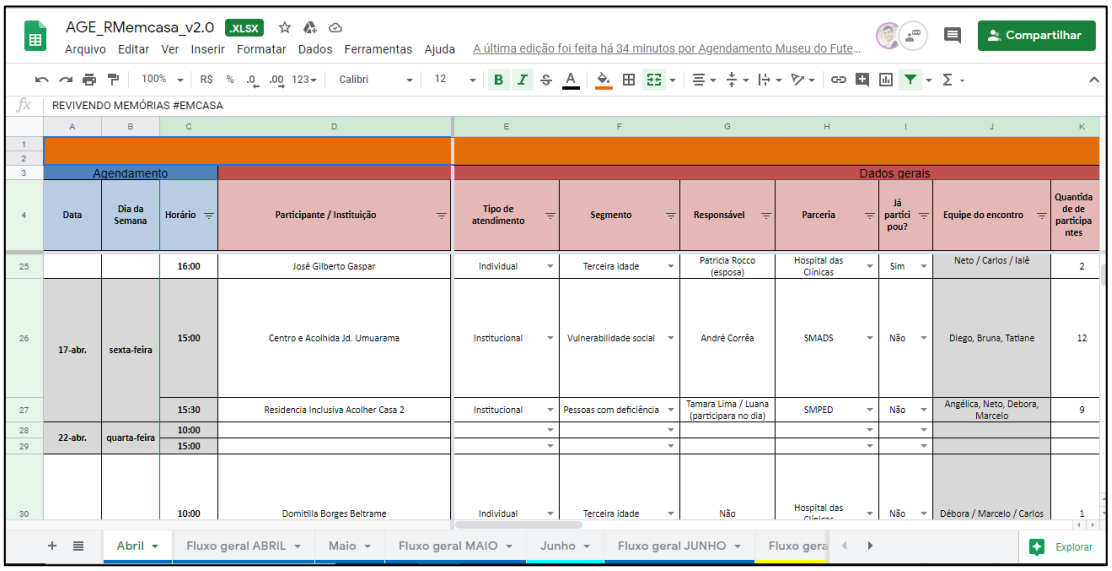
tomadas. A primeira delas foi a divisão dos atendimentos em atendimentos individuais para: idosos com Alzheimer já participantes do projeto *Revivendo Memórias*; idosos em geral, familiares e cuidadores dos idosos, e pessoas com deficiência; e atendimentos de instituições, tais como: casas de repouso, abrigos, casas de acolhida, entidades sociais, e instituições parceiras do Educativo, a exemplo da SMPED, SMADS e SMDHC.Essa divisão teve como objetivo centralizar os tipos de atendimentos em determinados dias da semana. Desta forma, terças e quintas-feiras ficaram dedicadas para atendimentos individuais; e as quartas e sextas-feiras, para atendimentos de grupos. Às segundas-feiras são feitas reuniões de alinhamento e planejamento de roteiros dos encontros da semana. Paralelamente a isso, iniciou-se um processo de divulgação do projeto (em parceria com a equipe de Comunicação), de busca de novos atendimentos, de parcerias com instituições visando a ampliação do alcance do projeto. Desta forma, o projeto acabou por ser estruturado da seguinte maneira:

Figura 3 - Estrutura do projeto *Revivendo Memórias #emcasa* / Núcleo Educativo

<u>O agendamento</u>

Este novo projeto demandoutambém a criação de uma nova planilha de agendamento do projeto. Criada com base em perguntas de interesse dos educadores para a elaboração de um roteiro, o principal objetivo da planilha é traçar um perfil com informações relevantes dos atendidos, de modo que a equipe pudesse personalizar o encontro aos seus interesses. Passados dois meses de projeto, uma revisão dessa planilha foi realizada, de modo que ela

retornasse outros dados significativos para o Educativo, para que fosse possível estabelecer uma análise quantitativa de dados.



AGE_RMemcasa_v2.0 .XLSX

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Ajuda A última edição foi feita há 34 minutos por Agendamento Museu do Fute...

Compartilhar

REVIVENDO MEMÓRIAS #EMCASA

	Agendamento				Dados gerais						
4	Data	Dia da Semana	Horário	Participante / Instituição	Tipo de atendimento	Segmento	Responsável	Parceria	Já participou?	Equipe do encontro	Quantidade de participantes
25			16:00	José Gilberto Gaspar	Individual	Terceira idade	Patrícia Rocco (esposa)	Hospital das Clínicas	Sim	Neto / Carlos / Ialê	2
26	17-abr.	sexta-feira	15:00	Centro e Acolhida Jd. Umuarama	Institucional	Vulnerabilidade social	André Corrêa	SMADS	Não	Diego, Bruna, Tatiane	12
27			15:30	Residencia Inclusiva Acolher Casa 2	Institucional	Pessoas com deficiência	Tamara Lima / Luana (participara no dia)	SMPED	Não	Angélica, Neto, Debora, Marcelo	9
28	22-abr.	quarta-feira	10:00								
29			15:00								
30			10:00	Domitilla Borges Beltrame	Individual	Terceira idade	Não	Hospital das Clínicas	Não	Débora / Marcelo / Carlos	1

Abril | Fluxo geral ABRIL | Maio | Fluxo geral MAIO | Junho | Fluxo geral JUNHO | Fluxo gera | Explorar

Figura 4 - Modelo da planilha de agendamento do projeto / Núcleo Educativo

Os agendamentos podem ser feitos por e-mail ou por telefone (11) 99113-0226, de segunda a sexta, das 9h às 12h. O solicitante - que pode ser o próprio idoso ou seu cuidador – deve indicar o dia e horário de preferência e qual o meio de comunicação que deseja (telefone, Skype, Hangout ou outra ferramenta). No caso de entidades, devem ser informados também o perfil do público atendido e quantas pessoas participarão da atividade. O Educativo entra em contato para fazer as confirmações. Durante o agendamento, são colhidos alguns dados fundamentais na construção do roteiro do encontro, como por exemplo: idade; se possui algum comprometimento intelectual e/ou físico; forma de contato (plataforma); hobbies; relação com futebol; time do coração; sugestão de dois temas de interesse para o encontro; observações gerais que se faça importante; como soube do projeto; ciência e autorização do uso das imagens.

Objetivo

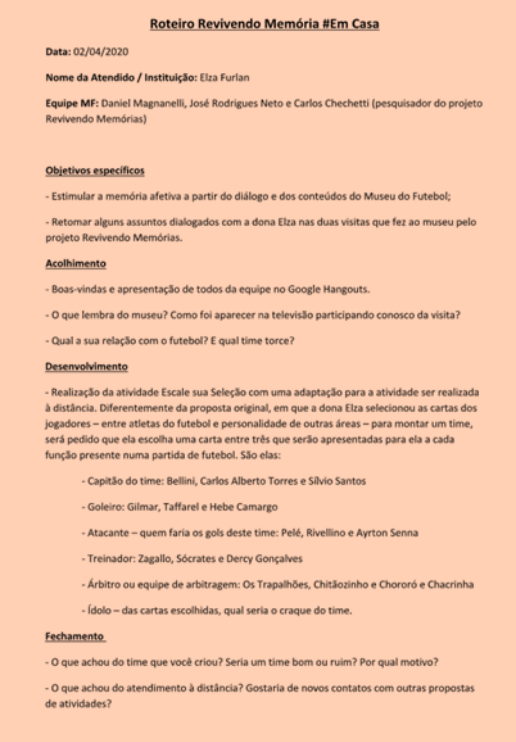
Nesse momento de isolamento social, os encontros virtuais com os educadores têm como principal objetivo combater a solidão, medos, receios

e ansiedade, com perfis de público que estão afastados de seus familiares e amigos por fazerem parte dos grupos de risco do coronavírus, como idosos, pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade social.

Os encontros virtuais

Para cada encontro é desenvolvido um roteiro de acordo com os dados colhidos no momento do agendamento. Os educadores responsáveis pelo encontro se reúnem, virtualmente, e planejam as estratégias de mediação.A estrutura do roteiro é composta, basicamente, por:

- Objetivos específicos do encontro
- Acolhimento (bate-papo inicial / "quebra gelo")
- Desenvolvimento (ações planejadas)
- Fechamento (encerramento do encontro e perguntas-chave para avaliar o que os participantes acharam e se gostariam de um novo contato).



Roteiro Revivendo Memória #Em Casa

Data: 02/04/2020

Nome da Atendido / Instituição: Elza Furlan

Equipe MF: Daniel Magnanelli, José Rodrigues Neto e Carlos Chechetti (pesquisador do projeto Revivendo Memórias)

Objetivos específicos

- Estimular a memória afetiva a partir do diálogo e dos conteúdos do Museu do Futebol;

- Retomar alguns assuntos dialogados com a dona Elza nas duas visitas que fez ao museu pelo projeto Revivendo Memórias.

Acolhimento

- Boas-vindas e apresentação de todos da equipe no Google Hangouts.

- O que lembra do museu? Como foi aparecer na televisão participando conosco da visita?

- Qual a sua relação com o futebol? E qual time torce?

Desenvolvimento

- Realização da atividade Escale sua Seleção com uma adaptação para a atividade ser realizada à distância. Diferentemente da proposta original, em que a dona Elza selecionou as cartas dos jogadores – entre atletas do futebol e personalidade de outras áreas – para montar um time, será pedido que ela escolha uma carta entre três que serão apresentadas para ela a cada função presente numa partida de futebol. São elas:

  - Capitão do time: Bellini, Carlos Alberto Torres e Silvio Santos

  - Goleiro: Gilmar, Taffarel e Hebe Camargo

  - Atacante – quem faria os gols deste time: Pelé, Rivellino e Ayrton Senna

  - Treinador: Zagallo, Sócrates e Dercy Gonçalves

  - Árbitro ou equipe de arbitragem: Os Trapalhões, Chitãozinho e Chororó e Chacrinha

  - Ídolo – das cartas escolhidas, qual seria o craque do time.

Fechamento

- O que achou do time que você criou? Seria um time bom ou ruim? Por qual motivo?

- O que achou do atendimento à distância? Gostaria de novos contatos com outras propostas de atividades?

Figura 5 - Exemplo de roteiro do projeto / Núcleo Educativo

Durante os encontros, os educadores do Museu dialogam com os participantes sobre os mais diversos assuntos, sempre tendo o foco da memória afetiva. A proposta é que as pessoas se sintam muito à vontade com a equipe. Os educadores estimulam a participação de todos, de modo que ocorra uma troca prazerosa. As mediações são realizadas com reflexões, interações e desafios por meio de conversas, jogos, atividades, contação de história entre outros. Para isso, os educadores abordam temáticas previamente levantadas que são de interesse dos participantes: pode ser futebol, atualidades, música, TV e cinema, entre tantos outros.A duração de cada encontro pode variar de acordo com o perfil do participante entre 30 minutos e 1 hora. Como plataforma de interação, são utilizados o Google Meets (preferencial) ou chamadas de vídeo do whatsApp. Importante ressaltar que, quando necessário, a equipe entra em contato antes do encontro para auxiliar na instalação e uso dos aplicativos. Há também a possibilidade de nos adaptarmos para outras ferramentas que seja de familiaridade das pessoas e instituições que atendemos (Zoom, Skype entre outras). Abaixo, alguns registros dos encontros realizados.

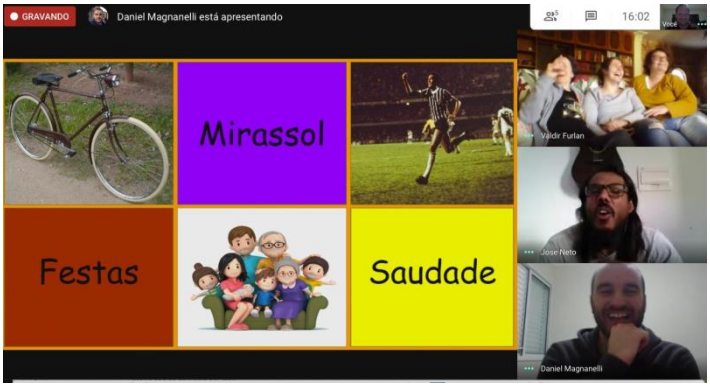


Figura 6 - Atividade realizada com Elza Furlan em 30/06/2020 / Núcleo Educativo

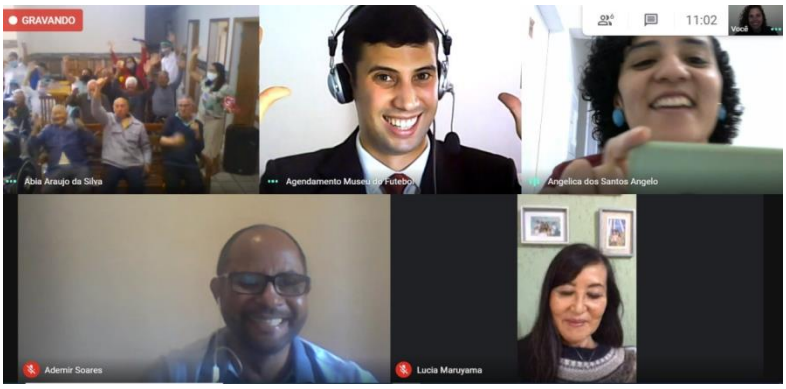


Figura 7 - Encontro com os idosos da Casa de Repouso Vovó Lena (Mogi das Cruzes) em 17/06/2020 / Núcleo Educativo

Figura 8 - Encontro com Sr. Antônio Fonseca, diretamente de Salvador, em 14/04/2020 / Núcleo Educativo

Pós-visita

Encerrada a visita e o participante desconectado, a equipe que realizou o atendimento segue online para realizar a avaliação. Neste momento, juntamente com a supervisão, os educadores levantam pontos fortes do encontro e outros pontos a desenvolver. Também analisam as principais temáticas tratadas e os principais fatores que provocaram maior participação. Ao final, transcrevem alguma frase ou relato feito pelo participante que corrobore com a proposta do projeto como um todo. Alguns dias depois, a equipe entra em contato com o participante que esteve no encontro para ouvir dele algumas considerações, na avaliação do atendido. Neste feedback, busca-se pelos sentimentos despertados na interação com os educadores, pelo que foi considerado ponto alto do encontro, pelo que representou o encontro nesse momento de isolamento e o quão agradável foi

participar do projeto. A avaliação das ações educativas é um pilar do Núcleo e uma força fundamental para o embasamento de atividades, projetos e ações. Com o *Revivendo Memórias #emcasa* não poderia ser diferente.

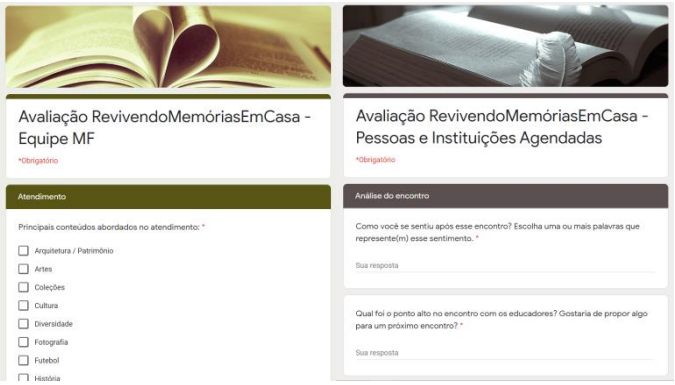


Figura 9 - Modelos dos formulários de avaliação utilizados no projeto / Núcleo Educativo

<u>Parcerias ativas</u>

O próprio projeto *Revivendo Memórias* já é fruto de uma parceria do Educativo com o Hospital das Clínicas. A partir do momento em que se buscou ampliar o alcance do *Revivendo Memórias #emcasa*, a possibilidade de resgatar parcerias ativas, que traziam grupos para visitação ao museu, se consolidou como uma possibilidade de estender os encontros para as instituições dos parceiros. Assim, a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência logo que soube dessa possibilidade já indicou instituições as quais apoia. Outros parceiros seguem com a possibilidade de indicar grupos, como é o caso das Secretarias Municipais de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS) e de Direitos Humanos e Cidadania (SMDHC).

Além disso, no começo de maio, uma nova parceria começou a se desenhar. A Walking Football Brasil, por intermédio do supervisor Daniel Magnanelli, conheceu o projeto e agregou novos participantes. Walking Football é uma modalidade de futebol voltada para a população sênior, onde é proibido correr e o contato físico é reduzido, tornando o esporte mais inclusivo e acessível. Surgiu no Reino Unido e está presente em mais de 16 países, em 5 continentes, levando para milhares de pessoas uma experiência transformadora que contribui significativamente para ampliar os níveis de

bem-estar físico e emocional de seus participantes. Por iniciativa própria, a WFB possui grupos e contatos com idosos interessados na modalidade que, neste momento de isolamento, não puderam praticar atividades físicas. Assim sendo, desde junho, o *Revivendo Memórias #emcasa* atende a uma necessidade desses grupos de continuarem ativos, pois além dos encontros com os educadores do Museu do Futebol, os educadores da WFB, que também participam dos encontros, propõem a realização de atividades físicas leves, complementando a conversa e oferecendo um momento de descontração física.

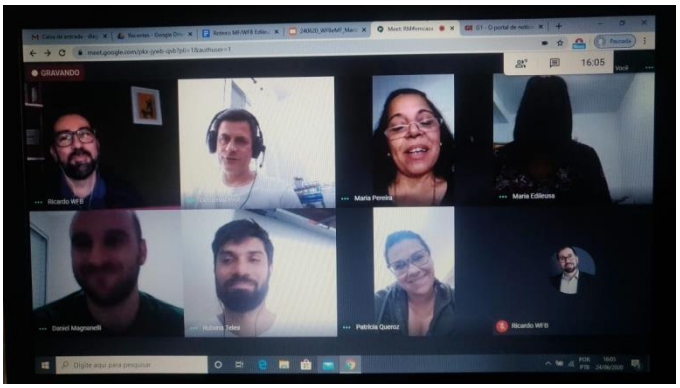


Figura 10 - Encontro do projeto em parceria com o WFB / Núcleo Educativo

Repercussão na mídia

Logo nas primeiras semanas do projeto, após ampla e contínua divulgação nas redes sociais do Museu, a mídia se interessou muito pela proposta desenvolvida pelo Educativo, principalmente por duas razões: (1) o projeto possui relevância social significativa, pois atende a um grupo que ficou isolado na quarentena e (2) não sendo um projeto fechado, a divulgação nos meios de comunicação abriu possibilidade de novas participações, o que se confirmou no agendamento. Foram inúmeras entrevistas para rádios, canais de televisão diversos, sites, etc.

Figura 11 - Compilado de notícias repercutindo o projeto / Núcleo Educativo

<u>Análise dos dados e a natureza qualitativa do projeto</u>

Para se observar os dados do projeto, é necessário levar em conta a particularidade de sua natureza. Em 2019, quando a equipe do Educativo se deparou com o desafio de trabalhar com idosos com Alzheimer, o apoio da equipe médica foi fundamental para se compreender melhor como se dão as relações com pacientes com Alzheimer: com o processo da memória recente já desgastado, a continuidade das mesmas pessoas realizando os atendimentos, assim como a continuidade das visitas ao museu, seria fundamental para reforçar os vínculos estabelecidos.

Quando o projeto se transportou para o ambiente virtual e ampliou sua atuação para idosos sem Alzheimer, pessoas com deficiência ou em situação de vulnerabilidade social, constatou-seque a relação humana da equipe e da natureza do trabalho dos educadores com os atendidos criou vínculos reais entre todos os envolvidos. Ao longo de quase dois meses de experiência virtual, observou-se que os participantes sentem prazer e satisfação em ter uma oportunidade de conversar com pessoas de fora do círculo da família. No início podem se demonstrar tímidos, mas vão se soltando aos poucos, na medida em que a relação com os educadores se torna menos estranha e mais familiar. Nesse sentido, passou a ser uma demanda do público-alvo do projeto a realização de mais encontros, para que outros assuntos pudessem ser abordados, para que mais momentos de interação pudessem acontecer, para que o distanciamento social pudesse ser,

ainda que virtualmente, mitigado. A solicitação de um novo encontro renova as energias e o sentimento de pertencimento.

Desta forma, é importante observar o atendimento do público desse projeto de forma continuada e não somatória. É, exatamente, a sua continuidade que faz com que o projeto alcance o efeito desejado. Por esta razão, os resultados a seguir apresentam a divisão dos atendimentos entre novos e recorrentes, reconhecendo a particularidade do trabalho desenvolvido no *Revivendo Memórias#emcasa*.

Resultados

Abaixo, apresentamos os dados gerais dos participantes nesse trimestre:

Tabela 1 - Resultados do projeto *Revivendo Memórias #emcasa*

***Revivendo Memórias #emcasa* – 2º trimestre de 2020**	
Atendimentos	
Quantidade de encontros	91
Público atendido (individual + instituição)	113
Tipologia do atendimento	
Encontros individuais	64 (70%)
Encontros em grupo (instituições)	27 (30%)
Tipos de agendamento	
Novos encontros	36 (40%)
Encontros com recorrência	55 (60%)
Quantidade de encontros por segmento de público	
Terceira idade	61 (67%)
Pessoas com deficiência	22 (24%)
Pessoas em situação de vulnerabilidade social	5 (5%)
Acompanhantes	3 (3%)

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

No segundo trimestre de 2020, o Museu do Futebol realizou, em parceria com o SISEM e o ICOM, uma série de três webinários com a participação nos núcleos de comunicação e desenvolvimentos institucional, tecnologia e exposições e programação cultural. Nesse sentido, contou, também, com a participação de outros colaboradores da instituição e profissionais de museus do interior de São Paulo.

A respeito do Dado Extra 25.2 – Número de pessoas impactadas, é importante assinalar que as plataformas de *streaming* de vídeo como o YouTube, utilizada para a transmissão dos webinários, apresenta um grande volume de informações que, idealmente, devem ser analisadas em conjunto para se medir o alcance de determinado produto.

Para efeitos de contabilização de público, optamos por utilizar o número mais conservador fornecido pela plataforma, que é o Pico de Espectadores Simultâneos – ou seja, o número máximo de pessoas conectadas ao mesmo tempo durante a transmissão ao vivo do evento. Essa escolha foi feita para manter a coerência com a contabilização adotada para a meta de Programação Cultural, notadamente quanto programa Cinema na Rede.

No entanto, outro número possível de informar neste campo seria o número total de Espectadores Únicos – ou seja, o número estimado de pessoas diferentes que assistiram ao vídeo no período, número muito maior que o primeiro, considerando inclusive que os vídeos ficaram disponíveis para visualização *on demand* no canal do Museu do Futebol. O problema é que o YouTube considera como válida qualquer visualização com 30 segundos de duração, tempo curto demais para considerar um atendimento de programa cultural.

Sabemos que a complexa questão da mensuração de dados de programação cultural digital está sendo discutida pela Unidade de

Monitoramento (UM) em conjunto com as Organizações Sociais de Cultura e, havendo orientação diferente, o dado pode ser revisto.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
25	(PISEM) Realização de palestras/cursos e oficinas – **ação virtual**	25.1	Meta-Produto	Número mínimo de palestras/cursos /oficinas realizadas *online*	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	3
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**3**	**3**
					ICM%	**100%**	**100%**
		25.2	Dado extra	Número de pessoas impactadas	1º Tri	**-**	**-**
					2º Tri	-	907
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	**-**	**-**
					DADO ANUAL	**-**	**907**
					ICM%	**-**	**-**
26	(PISEM) Realização de Encontro da Rede Memória e Esporte – online – **ação virtual**	26.1	Meta-Produto	Número de encontros online realizados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	1	**-**
					4º Tri	-	**-**
					META ANUAL	1	**-**
					ICM%	**100%**	**0%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM

A série de webinários foi estruturada em torno de três temas identificados em colaboração com o SISEM-SP como sendo de necessidade mais premente junto aos profissionais de Museus do Estado. Para cada módulo, foi designado um profissional do Museu do Futebol para apresentar a experiência da instituição. Em cada caso, foram também chamados convidados para apresentar outras experiências, ampliar o debate e ajudar a responder as questões do público.

Embora realizado em plataforma aberta, o IDBrasil optou por abrir cadastramento para inscrições por dois motivos: o primeiro, automatizar a emissão de certificados depois dos eventos e também para saber de antemão, junto aos interessados, que aspectos de cada tema eles gostariam que fossem abordados nos eventos. Para isso, cada ficha de inscrição eletrônica

incluiu um campo para o inscrito indicar assuntos específicos para inclusão no evento.

Programação e vídeos

Módulo 1: Gestão de Comunicação Digital

3/6/2020, das 10h às 12h

Visou fortalecer a comunicação entre museus e suas comunidades apresentando boas práticas de museus paulistas que estão mantendo viva sua conexão com o público mesmo com os museus fechados, através do ambiente virtual. Também serão introduzidas ferramentas digitais acessíveis e que podem ser incorporadas definitivamente em suas nas rotinas. O módulo foi apresentado por **Renata Beltrão**, assessora de Comunicação e Marketing do Museu do Futebol, com a participação de **Cláudia Ribeiro**, diretora do Museu Major Novaes (Cruzeiro/SP) e de **Flávia Meira**, coordenadora de Comunicação Institucional da Rede de Museus da Energia.

Link: https://youtu.be/P8wTB4FAlQA

Módulo 2: Ações Educativas durante o Isolamento

9/6/2020, das 10h às 12h

A coordenadora do Núcleo Educativo do Museu do Futebol, **Ialê Cardoso**, compartilhou as experiências da instituição com mediações

educativas no período de quarentena. A intenção deste encontro foi fomentar uma reflexão coletiva sobre que papéis os programas educativos de museus podem assumir neste período de isolamento e como reinventar suas ações para o momento de crise. O módulo teve a participação de **Raquel Fayad**, diretora-geral da Fundação Marcos Amaro e FAMA – Fábrica de Arte Marcos Amaro (Itu).

Link: https://youtu.be/v-DXhfM_qaE

Módulo 3: Gestão de risco em meio à pandemia

16/6/2020, das 10h às 12h

Com apresentação da diretora do ICOM Brasil e assessora de Diretoria do IDBrasil, **Marília Bonas**, e a participação de **Alessandra Labate Rosso**, membro do Conselho de Administração do ICOM Brasil e coordenadora do Núcleo de Coleções da EXPOMUS. Nesse módulo, foram apresentadas e discutidas as recomendações oficiais do ICOM Brasil em relação à pandemia da COVID-19, com foco em gestão de risco. Serão abordados tópicos referentes a conservação de acervo, manutenção predial e medidas de segurança que devem ser tomadas durante o fechamento da instituição.

Link: https://youtu.be/2Xm__SWfNiw

Todos os vídeos e materiais de apoio – apresentações, pesquisas e documentos referenciados foram reunidos em uma página do site educar.museudofutebol.org.br, onde continuam disponíveis para consulta por parte de qualquer internauta.

Resultados de público

Data	Módulo	Espectadores simultâneos	Espectadores Únicos
3/6/2020	1: Gestão de comunicação digital	365	1.400
9/6/2020	2: Ações educativas durante o isolamento	289	791
16/6/2020	3: Gestão de riscos em meio à pandemia	253	1.200
TOTAL		**907**	**3.391**

Material de divulgação

Além do release para a imprensa, foram produzidos quatro conjuntos de peças gráficas para divulgação, sendo uma geral e uma para cada módulo. O enxoval incluiu email marketing, *square*, peça para twitter, stories e HD, que serviu tanto como miniatura para os vídeos quanto como capa para as apresentações.

Exemplo de email marketing – geral

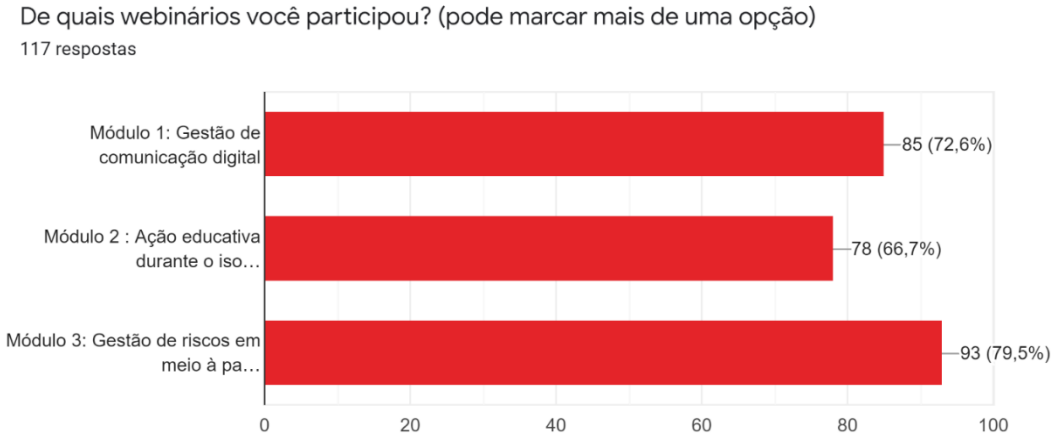
Exemplos de square e twitter para cada módulo

Pesquisa de satisfação de público

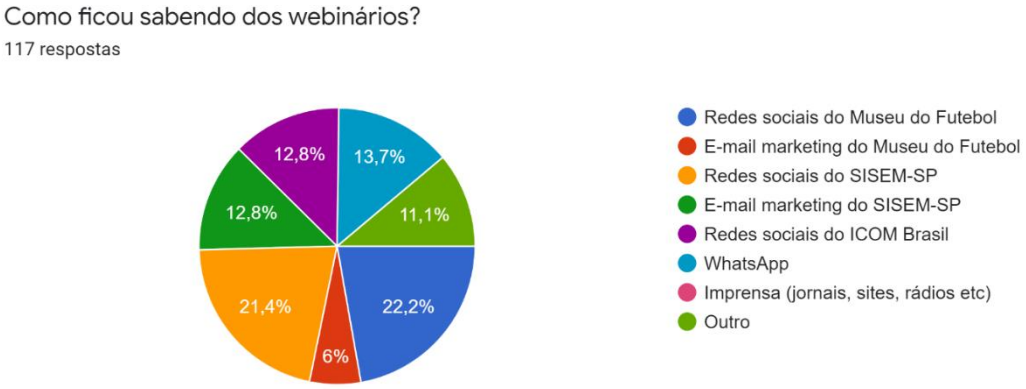
Realizada por meio de Google Forms enviado aos inscritos após a realização de todos os módulos, a pesquisa de satisfação de público retornou 117 respostas, com repercussão totalmente positiva, conforme o detalhamento a seguir.

Capa e mensagem inicial da pesquisa de satisfação de público

Pergunta 1:

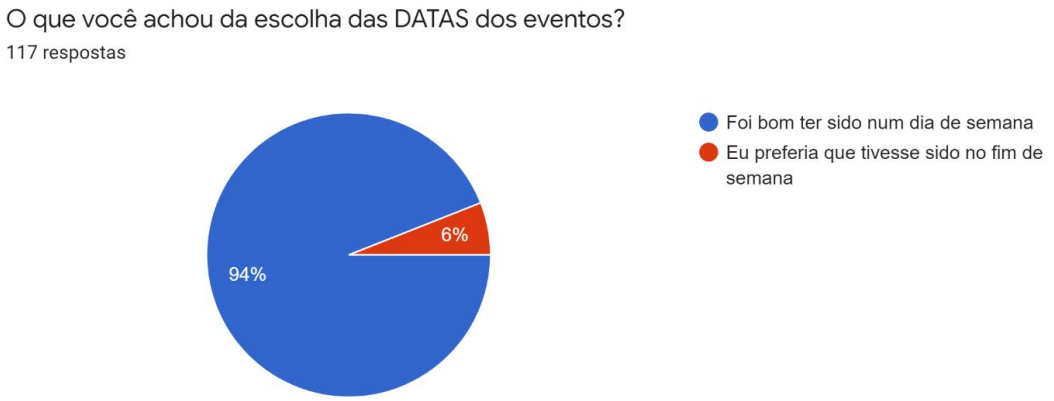


Pergunta 2:

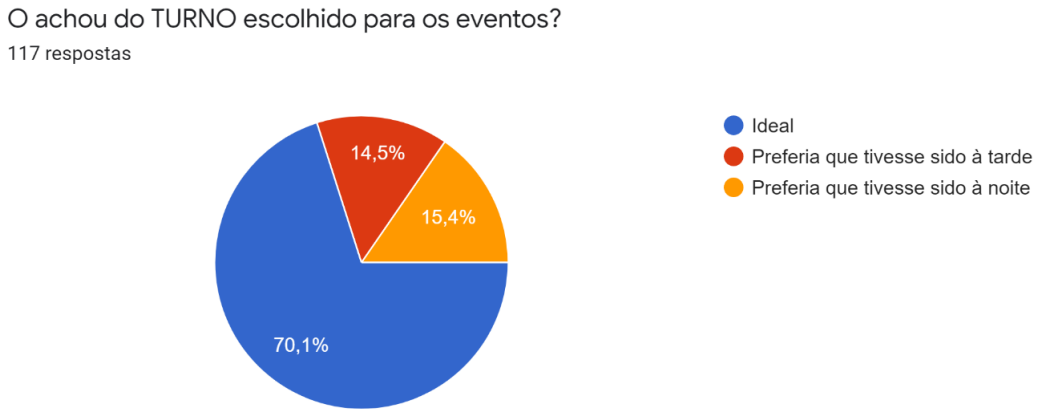


Mais de 34,2% dos respondentes tomaram conhecimento do webinário por meio das redes sociais e email marketing do SISEM-SP. Importante notar que, mesmo não tendo havido uma divulgação específica para WhatsApp, o aplicativo de mensagens instantâneas foi apontado por 13,7% dos respondentes, o que indica um efeito boca-a-boca na divulgação.

Pergunta 3:



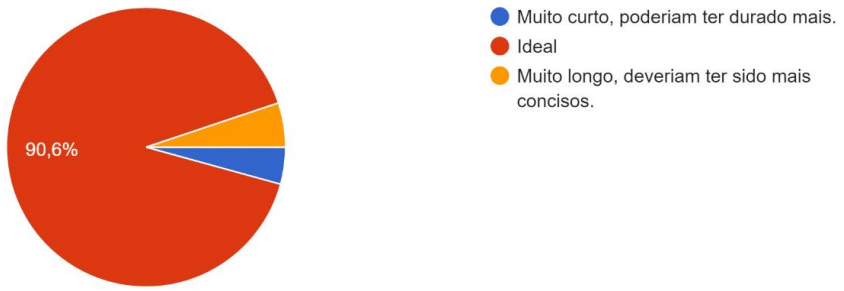
Pergunta 4:



As duas últimas respostas combinadas mostram que a escolha de um dia útil e o turno da manhã para realização dos eventos foi acertada, agradando a maior parte dos respondentes, o que deve ser usado como referência nas próximas ações desta natureza.

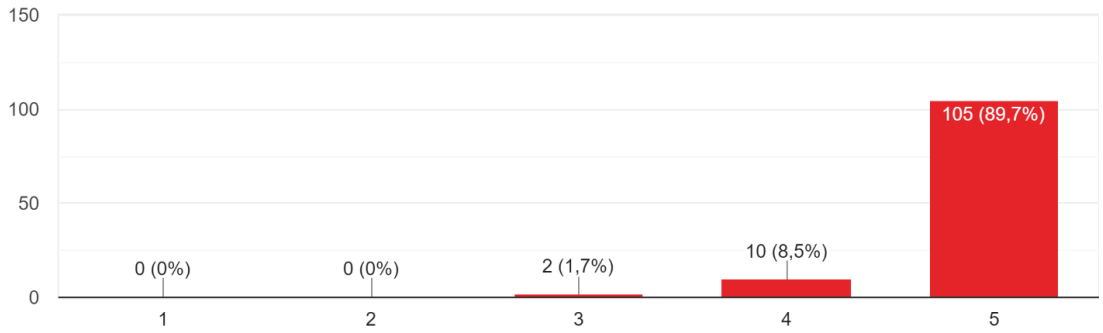
Pergunta 5:

O que achou do TEMPO DE DURAÇÃO dos eventos?
117 respostas

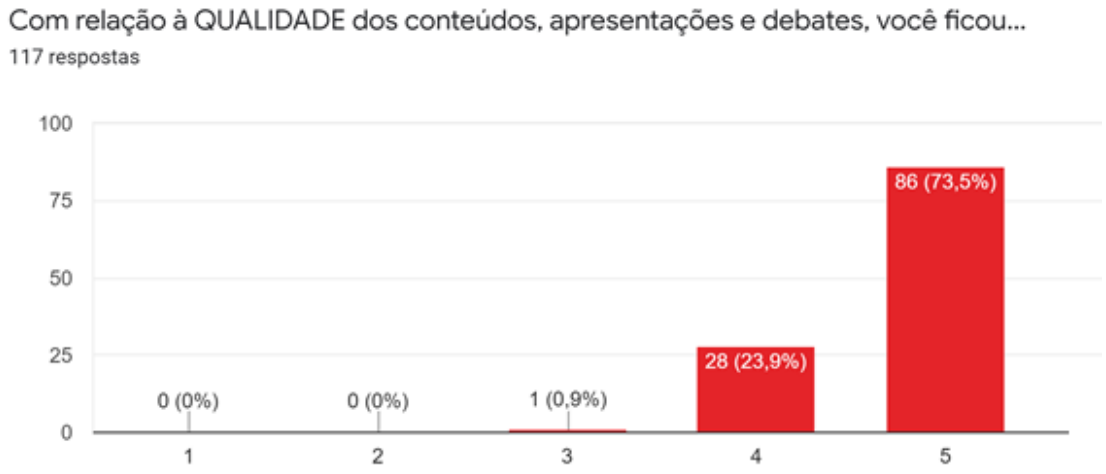


Pergunta 6:

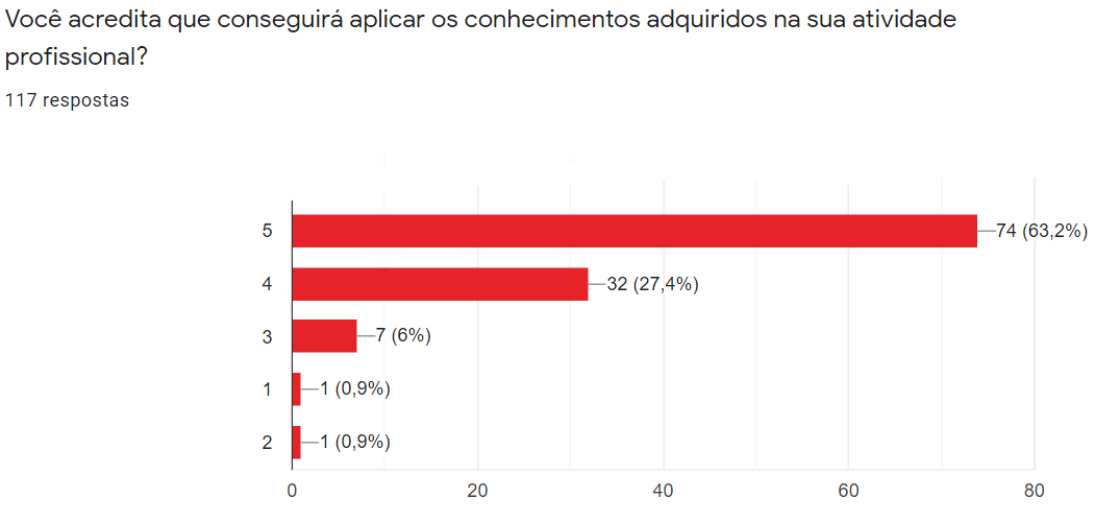
Com relação à RELEVÂNCIA DOS TEMAS APRESENTADOS, você considera...
117 respostas



Pergunta 7:



Pergunta 8:



Neste caso, 5 correspondia a "muito" e 1 a "muito pouco".

Pergunta 9: Você já aplicou algum dos aprendizados do webinário na sua atuação profissional? Conta pra gente:

Nos exemplos de resposta abaixo, foram mantidas a redação e a grafia originais do respondente:

"Sim, com o retorno das atividades do museu no qual eu atuo, pude contribuir nas reuniões com a elaboração dos protocolos internos que vamos utilizar enquanto durar a pandemia e posteriormente avaliarmos".

"Sim, estamos pensando atividades pro isolamento social na instituição que trabalho e foi muito inspirador".

"A realidade que vivo onde trabalho é muito mais complicado do que foi apresentado no webinário*. Achei excelente e relevante todas as regras e medidas a serem adotadas, mas onde atuo muita coisa não é viável para ser realizado. Em viável por falta de interesse do órgão mantenedor."*

"Ainda não, mas estou pensando e trabalhando em propostas para apresentar ao restante da equipe para, após isso, construir coletivamente."

"Considerando que os temas são interdisciplinares e envolvem toda instituição com o desenvolvimento de ações coletivas, problematizar e tornar as pessoas cientes dos riscos já seria um ganho extremo. A aplicação completa é muito difícil."

"Demos início em uma série online com uma exposição em nosso Museu."

"Ainda não, pois estamos em fase de implantação institucional, mas com certeza serão aplicados. Os novos tempos nos exigem mudanças e adequações de posturas, procedimentos técnicos para continuarmos desempenhando o nosso papel social."

"No museu em que trabalho estamos no momento escrevendo um projeto de comunicação para as redes sociais e os webinários *ajudaram muito a construir esse projeto com ideias e experiencias."*

"Sim, o conteúdo explanado está nos auxiliando na elaboração do Plano de retorno pós quarentena e intensificar nossas decisões em relação as demandas internas do nosso espaço."

"Eu trabalho no Núcleo Educativo do Museu de Arte do Rio Grande do Sul (MARGS) e o módulo 2 sobre ações educativas durante o período do isolamento tratou de muitos aspectos semelhantes ou iguais às ações que estou desenvolvendo com a equipe nas redes sociais do museu, sobretudo no Instagram. Nesse sentido, módulo 1 sobre gestão de comunicação digital também foi muito importante para que nossa equipe observasse como, em geral, todas as equipes educativas estão abordando as problemáticas do distanciamento social com estratégias parecidas. Foi tudo muito proveitoso e muito bem trabalho por vocês, parabéns e obrigada!"

"Fiz o download dos documentos citados no Módulo 3 e disponibilizei eles em uma pasta compartilhada com colegas de trabalho, além de dividir com eles informações e reflexões a partir do webinário*. Os módulos 1 e 2 foram assunto de discussão sobre como aliar o desenvolvimento das atividades educativas do museu com o uso das redes sociais, a partir das quais estamos elaborando como trabalhar melhor com nossos públicos."*

"Sim, atualmente estou desenvolvimento plano museológico para um museu universitário e apliquei algumas discussões dos 3 módulos no diagnóstico de programas. Também compartilhei os conteúdos com algumas instituições parcerias que sediam exposições fechadas produzidas pela empresa onde presto consultoria em museologia."

"Sim especialmente o conteúdo online, precisamos entender a demanda online, e assim produzir um material que realmente atenda as expectativas do público conectado em nossas produções."

Pergunta 10: Que outros temas você gostaria de que a gente abordasse em eventos futuros?

Aqui, agrupamos os temas citados com mais frequência:

- Preservação e conservação de acervos, inclusive digitais
- Documentação museológica e banco de dados
- Educação museal
- Comunicação virtual
- Procedimentos para reabertura de museus

- Acessibilidade e inclusão

Pergunta 11: Este espaço é livre pra você escrever o que quiser pra gente - comentários, reclamações, observações, outras sugestões...

Nos exemplos de resposta abaixo, foram mantidas a redação e a grafia originais do respondente:

> *"Gostaria de agradecer pela disposição e atenção pelo Webinário. Além disso, comentar que eu tinha um total de 0 vontade de conhecer o Museu do Futebol, pois não é algo que me agrada. Contudo, após a abertura do espaço, é uma possibilidade sim, pois percebi que a instituição tem olhares múltiplos para esse universo do futebol, para além de uma cultura machista e homofóbica."*

> *"Gostaria de agradecer a equipe do museu do futebol e as pessoas convidadas que realizaram esse projeto. Sua importância e pertinência enquanto capacitação e troca de conhecimentos foi ótima."*

> *"Parabenizo todas as pessoas que trabalharam para que esse webinário pudesse ocorrer. Todos os módulos foram ótimos, com ótimas contribuições e que certamente ajudarão outras instituições. Parabenizo também pela iniciativa!"*

> *"Gostei muito da dinâmica dos webnários, além da possibilidade de conseguir certificados valiosos. Apesar dos problemas técnicos no primeiro webnário, achei muito boa e democrática a iniciativa de fazerem lives no youtube e disponibilizá-las depois para o público em geral, além dos materiais de apoio que ficaram ótimos e também disponíveis. Acredito que sendo mais concisos e com menos tempo de duração as lives poderiam ter sido mais úteis, mas também entendo a necessidade de aprofundar bem os assuntos (talvez disponibilizar materiais extras para não estender muito as explicações possa ser uma boa opção). De resto, adorei a iniciativa e espero receber mais informações sobre futuras ações do museu sejam presenciais ou online. Parabéns a toda a equipe e meus desejos de saúde e paz para todos e todas."*

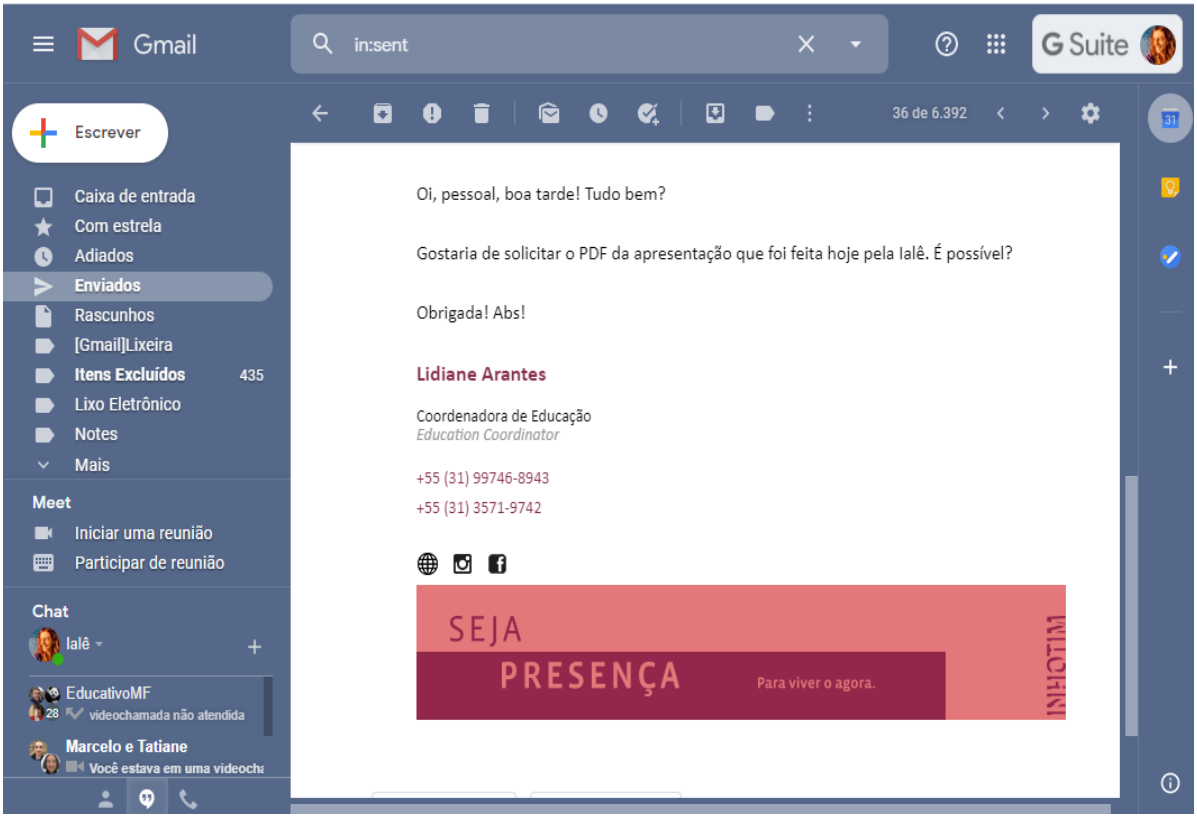
"Palestra muito boa e extremamente técnica. Foi muito além dos 'cases de sucesso" que encontramos com frequência nas palestras de conservação, principalmente se considerarmos os diferentes tipos, tamanhos e perfis das instituições brasileiras."

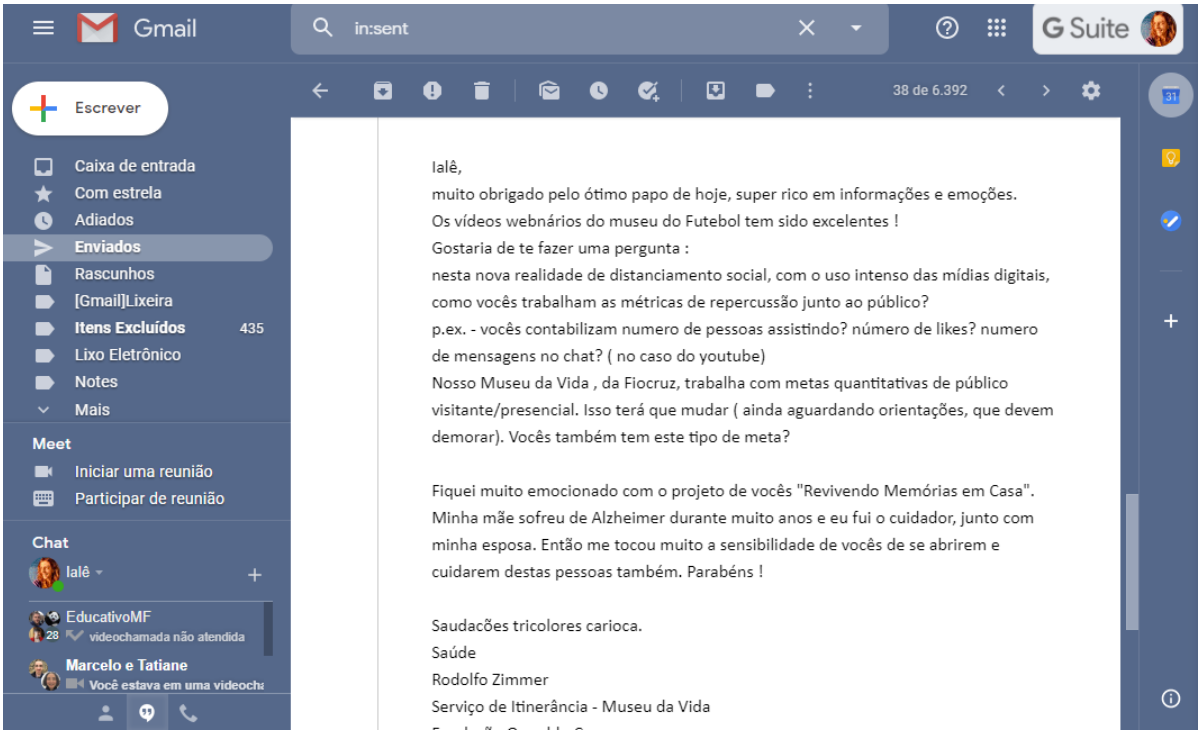
"Gostaria de parabenizar a equipe organizadora do evento e ao museu por esta iniciativa,nós profissionais de museus precisamos muito dessas ações,e neste momento de pandemia temos que nos unir...Juntos somos mais fortes!!"

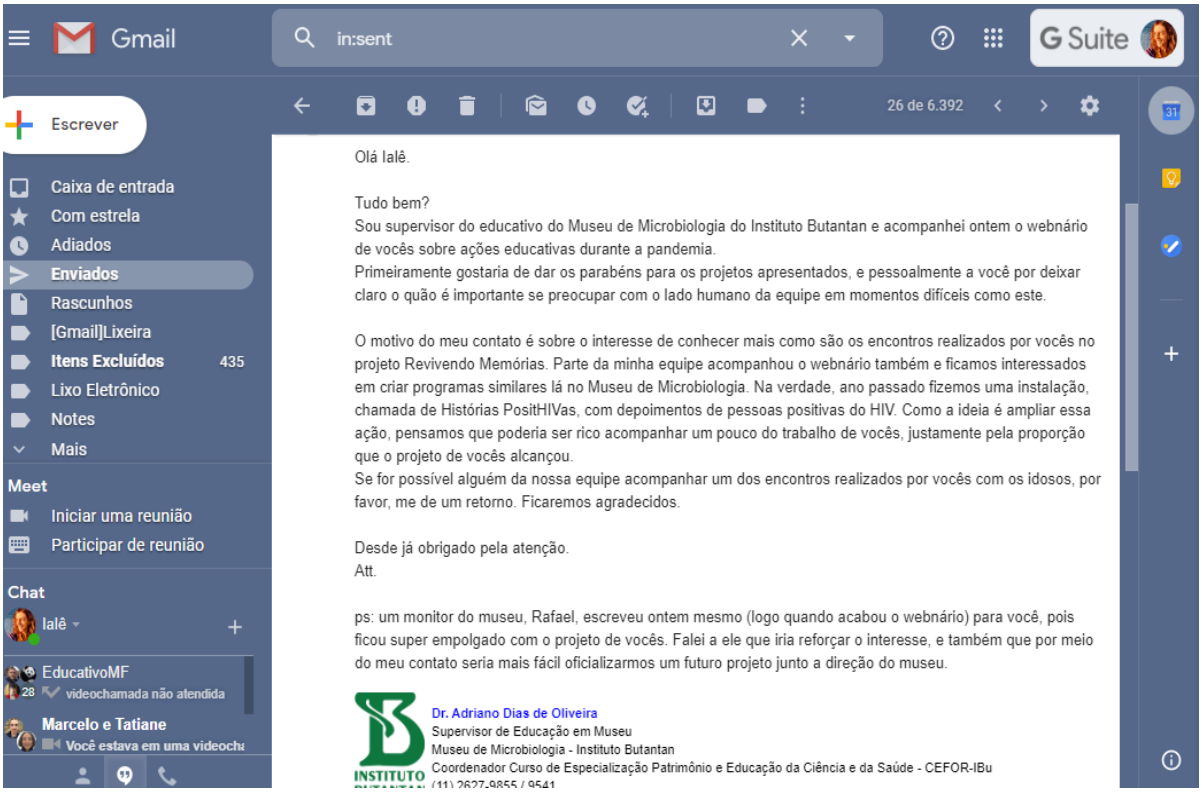
"Gostaria que vocês continuassem fazendo estas palestras pelo You tube, pois facilita bastante o acesso. Mesmo após a pandemia, poderia ser feito de forma digital, em vez de presencial."

"Apenas parabenizar às equipes envolvidas do Museu do Futebol e do SISEM-SP que buscam sempre qualificar as ações e ter abertura para trocas de experiências, ter trazido outros profissionais de museus de outras regiões foi uma escolha muito acertada, torna o debate produtivo e amplia o olhar para realidades distintas de cada museu."

Para além da pesquisa de público, a equipe do IDBrasil recebeu vários outros contatos por email parabenizando a iniciativa e/ou solicitando aprofundamento de questões específicas, o que também ajudou a ampliar a rede de contatos profissionais do Museu do Futebol. Dentre elas:


Gmail
in:sent
G Suite
Escrever
36 de 6.392
Caixa de entrada
Com estrela
Adiados
Enviados
Rascunhos
[Gmail]Lixeira
Itens Excluídos 435
Lixo Eletrônico
Notes
Mais
Meet
Iniciar uma reunião
Participar de reunião
Chat
Ialê
EducativoMF
videochamada não atendida
Marcelo e Tatiane
Você estava em uma videocha
Oi, pessoal, boa tarde! Tudo bem?
Gostaria de solicitar o PDF da apresentação que foi feita hoje pela Ialê. É possível?
Obrigada! Abs!
Lidiane Arantes
Coordenadora de Educação
Education Coordinator
+55 (31) 99746-8943
+55 (31) 3571-9742
SEJA
PRESENÇA
Para viver o agora.
INFOTIM


Gmail
in:sent
G Suite
Escrever
38 de 6.392
Caixa de entrada
Com estrela
Adiados
Enviados
Rascunhos
[Gmail]Lixeira
Itens Excluídos 435
Lixo Eletrônico
Notes
Mais
Meet
Iniciar uma reunião
Participar de reunião
Chat
Ialê
EducativoMF
videochamada não atendida
Marcelo e Tatiane
Você estava em uma videocha
Ialê,
muito obrigado pelo ótimo papo de hoje, super rico em informações e emoções.
Os vídeos webnários do museu do Futebol tem sido excelentes !
Gostaria de te fazer uma pergunta :
nesta nova realidade de distanciamento social, com o uso intenso das mídias digitais, como vocês trabalham as métricas de repercussão junto ao público?
p.ex. - vocês contabilizam numero de pessoas assistindo? número de likes? numero de mensagens no chat? (no caso do youtube)
Nosso Museu da Vida , da Fiocruz, trabalha com metas quantitativas de público visitante/presencial. Isso terá que mudar (ainda aguardando orientações, que devem demorar). Vocês também tem este tipo de meta?
Fiquei muito emocionado com o projeto de vocês "Revivendo Memórias em Casa". Minha mãe sofreu de Alzheimer durante muito anos e eu fui o cuidador, junto com minha esposa. Então me tocou muito a sensibilidade de vocês de se abrirem e cuidarem destas pessoas também. Parabéns !
Saudacões tricolores carioca.
Saúde
Rodolfo Zimmer
Serviço de Itinerância - Museu da Vida



Olá Ialê.

Tudo bem?
Sou supervisor do educativo do Museu de Microbiologia do Instituto Butantan e acompanhei ontem o webnário de vocês sobre ações educativas durante a pandemia.
Primeiramente gostaria de dar os parabéns para os projetos apresentados, e pessoalmente a você por deixar claro o quão é importante se preocupar com o lado humano da equipe em momentos difíceis como este.

O motivo do meu contato é sobre o interesse de conhecer mais como são os encontros realizados por vocês no projeto Revivendo Memórias. Parte da minha equipe acompanhou o webnário também e ficamos interessados em criar programas similares lá no Museu de Microbiologia. Na verdade, ano passado fizemos uma instalação, chamada de Histórias PositHIVas, com depoimentos de pessoas positivas do HIV. Como a ideia é ampliar essa ação, pensamos que poderia ser rico acompanhar um pouco do trabalho de vocês, justamente pela proporção que o projeto de vocês alcançou.
Se for possível alguém da nossa equipe acompanhar um dos encontros realizados por vocês com os idosos, por favor, me de um retorno. Ficaremos agradecidos.

Desde já obrigado pela atenção.
Att.

ps: um monitor do museu, Rafael, escreveu ontem mesmo (logo quando acabou o webnário) para você, pois ficou super empolgado com o projeto de vocês. Falei a ele que iria reforçar o interesse, e também que por meio do meu contato seria mais fácil oficializarmos um futuro projeto junto a direção do museu.

Dr. Adriano Dias de Oliveira
Supervisor de Educação em Museu
Museu de Microbiologia - Instituto Butantan
Coordenador Curso de Especialização Patrimônio e Educação da Ciência e da Saúde - CEFOR-IBu

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

O presente quadro de metas faz uma correção com relação ao relatório do 1º Trimestre. **No Programa 27 (PCDI) – Inserções na mídia, onde se lia "813", o número foi atualizado para "815".** As correções correspondentes a este ajuste também foram feitas no quadro que detalha inserções por tipo de mídia, nas justificativas que se seguem.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
24	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação e/ou 7outras plataformas	24.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novas e/ou renovação)	1º Tri	1	1
					2º Tri	2	2
					3º Tri	2	
					4º Tri	1	
					META ANUAL	**6**	**3**
					ICM%	**100%**	**50%**
25	(PCDI) Criação de novo site institucional	25.1	Meta-Produto	Site publicado	1º Tri		-
					2º Tri		-
					3º Tri	**1**	**-**
					4º Tri		**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**0%**
26	(PCDI) Ações com influenciadores digitais	26.1	Meta-Produto	Número de ações realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	2
					3º Tri	2	
					4º Tri	1	
					META ANUAL	4	**2**
					ICM%	**100%**	**50%**
27	(PCDI) Inserções na mídia	27.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	500	**815***
					2º Tri	150	**560**
					3º Tri	500	**-**
					4º Tri	500	**-**
					META ANUAL	**1.650**	**1.375**
					ICM%	**100%**	**83,3%**
28	PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	28.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	50.000	57.859
					2º Tri	30.000	46.796
					3º Tri	60.000	-

					4º Tri	50.000	-
					META ANUAL	**190.000**	**104.655**
					ICM%	**100%**	**55,1%**
		28.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	4.500	5.927
					2º Tri	5.000	8.192
					3º Tri	5.000	-
					4º Tri	4.500	-
					META ANUAL	**19.000**	**14.119**
					ICM%	**100%**	**74,3%**

*Retificação de dado inserido no Relatório do 1° trimestre

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ação 24: Parcerias com veículos de comunicação e/ou outras plataformas
Número de parcerias firmadas (novas e/ou renovação)

Em junho, as parcerias com a Revista Piauí e Portal UOL foram renovadas por mais um ano. O acordo com a Revista Piauí foi firmado em 2016. Já a parceria com o Portal UOL data de 2017. Com ambos os veículos de comunicação a parceria, em forma de permuta total, vem sendo renovada ano a ano e contribuído para o aumento da divulgação do Museu e de suas iniciativas.

No trimestre, foram veiculados anúncios do Museu nesses dois parceiros (Revista Piauí e Portal UOL) e também nos demais veículos de comunicação com os quais se mantem parceria: Rádio CBN (a cada semana, veiculações diárias de um novo programa de rádio de 1 minuto do Museu do Futebol chamado "O Mundo é Uma Bola"), site Guia da Semana e Revista Cult.

Outras ações visando à divulgação do Museu do Futebol no trimestre, mas não registradas como metas deste programa, foram realizadas em parceria com o SPORTV e com o Instituto Itaú Cultural. O SPORTV fez um story no Instagram e um post no Twitter, no dia 17 de abril, divulgando vídeo do acervo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRBF) do Museu do Futebol com depoimentos de jogadores da Copa do Mundo de 1970. Já o

Instituto Itaú Cultural fez um story divulgando o hotsite educar.museudofutebol.org.br, no dia 18 de maio.

As veiculações de spots de rádio "O Mundo é uma Bola – um minuto com o Museu do Futebol" na CBN aconteceram conforme acordado: o Museu preparou um spot diferente para cada semana, com conteúdos afetos ao Museu do Futebol, os quais foram gravados pela CBN. Cada spot foi veiculado duas vezes por dia, totalizando 14 veiculações por semana.

A tabela abaixo apresenta os anúncios veiculados nos parceiros de mídia, no período de abril a junho. Todas as parcerias são a título de permuta, ou seja, sem ônus ao Contrato de Gestão.

Revista Piauí
Total de 3 anúncios

Anúncios impressos
Janeiro (1/4pág)
Fevereiro (1/4 pág)
Março (1/4 pág)

Abril

Maio Junho

Revista Cult
Total de 1 anúncio

Anúncio impresso
Abril (1/2 pág)

Abril

Portal UOL

Banners no site
Abril e junho

Total de impressões: 1.908.682

Os banners são GIFs animados. Ao lado, exemplos de um GIFs ilustrados porprints de telas na sequência.

Site Guia da Semana

Banners no site
Abril, maio e junho

Total de impressões: 1.629.251

Os banners são GIFs animados. Ao lado, exemplo de um GIF ilustrado porprint de telas na sequência.

Ação 26: Ações com influenciadores digitais

O fechamento do Museu ante a pandemia do coronavírus mudou o perfil das ações de relacionamento com influenciadores digitais previstas inicialmente. Se originalmente a equipe do IDBrasil propunha fomentar as parcerias com este público para trazer mais visitantes ao Museu, o foco se tornou a divulgação do conteúdo digital produzido pela instituição.

Dessa forma, para a divulgação de artigo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) sobre os 80 anos do primeiro jogo de futebol feminino no Pacaembu, a equipe de Comunicação mobilizou jornalistas, jogadoras e ex-jogadoras, e dirigentes da modalidade, que auxiliaram na ampla divulgação do material em suas redes sociais, amplificando a repercussão do tema. Abaixo, exemplificamos alguns dos posts compartilhados pelas influenciadoras no Instagram Stories, a partir da articulação da equipe do Museu, com a hashtag #elasnopacaembu.

Depois, em 28 de junho, Dia do Orgulho LGBT, a equipe articulou um *takeover* das redes sociais do Futebol pela ChampionsLigay – liga amadora de futebol criada para acolher atletas LGBTQI+. Todo o conteúdo postado ao longo do dia foi fornecido pela Ligay com o intuito de dar visibilidade à causa da diversidade sexual, tema que vem crescendo no Museu, na perspectiva da ação inclusiva que sempre caracterizou a instituição. Foram postadas fotos e histórias de filmes com atletas LGBTQI+ de todo o país. Adicionalmente, foi produzido um avatar comemorativo do Museu do Futebol com a bandeira da

diversidade. A parceria teve ótima repercussão entre os internautas que, nos comentários, parabenizaram o museu por abrir espaço a este debate.

Exemplos de posts e comentários:

Museu do Futebol @museudofutebol · 28 de jun

Fundado em 04/2015, o @UnicornsBrazil é um dos percussores do futebol LGBTQIA+ no BR. Busca motivar a prática de esportes e a cultura por meio de espaços acolhedores e descontraídos, onde o preconceito não tem vez. (Conteúdo Ligay, Dia Inter. Do #OrgulhoLGBT)

luudgerio A competição que mudou a minha vida e que eu defendo com unhas e dentes ❤️

1 sem Responder

barbarosbrazil 🏳️‍🌈❤️

1 sem Responder

predadores.f.c.mg Muito linda está inclusão. 👏💚💚🖤🖤🤩🤩

1 sem Responder

cec_capivara 🌈💚🖤

1 sem Responder

paradasp 🌈🏳️‍🌈

1 sem 5 curtidas Responder

Ver respostas (1)

bulls.sp 🤩🐂❤️🖤 #pride #lovewins

1 sem 4 curtidas Responder

Ver respostas (1)

fla.gay Muito obrigado, gente! Estamos juntos nessa caminhada. Amamos futebol, amamos torcer pelo nosso clube e lutamos por nossa liberdade!

Ação 27: Inserções na mídia

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

A tabela abaixo mostra o detalhamento das inserções na mídia sobre o Museu do Futebol registradas no segundo trimestre do ano, mês a mês.

Inserções na Mídia – 2º TRIMESTRE

	Abril	Maio	Junho	TOTAL
TOTAL	**274**	**156**	**130**	**560**
TV	7	1	2	10
Rádio	12	14	3	29
Impresso	44	17	12	73
Web	211	124	113	448
Podcast	0	0	0	0

Como apontado na introdução do quadro de metas, fez-se necessária uma pequena correção na somatória das matérias publicadas no trimestre passado. Por isso, repetimos o quadro correspondente, com as correções anotadas em vermelho.

Inserções na Mídia – 1º TRIMESTRE

	Jan	Fev	Mar	TOTAL
TOTAL	**364**	**201**	**249**	**815**
TV	7	5	5	17
Rádio	13	5	4	22
Impresso	26	34	24	84
Web	317	156	217	690
Podcast	1	1	0	2

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

A readequação das metas para o segundo trimestre foi feita em março, no calor do fechamento das instituições culturais, em virtude da pandemia de coronavírus. O volume sugerido se baseou, então, na cobertura daquele curto período, quando todas as atenções da imprensa estavam voltadas às recentes – e crescentes – medidas de isolamento social. Passado este momento, houve uma reacomodação da imprensa quanto a assuntos relacionados à pandemia. Em abril, observou-se uma procura ativa por programas e conteúdos culturais disponíveis em ambiente digital, havendo, então, grande número de matérias referenciando o tour virtual do Museu do Futebol e o início do projeto Revivendo Memórias #EmCasa. Ainda em abril, houve dezenas de citações ao Museu, ainda, em matérias sobre os 80 anos do Estádio do Pacaembu.

Em maio e junho, o número de matérias publicadas estacionou em um volume abaixo do normalmente registrado quando o Museu está ativo, mas acima da expectativa inicial para pandemia. Contribuiu para isso a adoção de estratégias de conquista de espaços editoriais por meio da programação cultural digital e do reforço na divulgação de artigos do Medium e exposições virtuais – uma novidade do período foi o lançamento da exposição "Pacaembu – o estádio monumento" na plataforma Google Arts&Culture.

A superação da metanão resultou em ônus para o Contrato de Gestão. Pelo contrário, amplificou a reputação do museu,por meio de mídia espontânea, junto a diversos públicos de interesse

Ação 28: Canais de Comunicação com os diversos segmentos de público

Justificativa da superação da meta 28.1: Número mínimo de visitantes virtuais

A criação do hotsite educar.museudofutebol.org.br e a adoção de múltiplas estratégias de divulgação da página de exposições virtuais do

Museu consegui reduzir o impacto negativo esperado com o fechamento da instituição, já que a página mais acessada do site do Museu do Futebol é, historicamente, a que concentra as informações de serviço (horário de funcionamento, valor do ingresso, gratuidades etc).

Entre estas estratégias, incluem-se direcionamento de links das redes sociais para a página de exposições virtuais do Museu, campanhas de Google AdWords e Facebook com o mesmo direcionamento, e divulgação das exposições virtuais para a imprensa.

A superação da meta é desejada e não gera ônus para o Contrato de Gestão.

USUÁRIOS ÚNICOS NO MÊS	ABRIL	MAIO	JUNHO	TOTAL
www.museudofutebol.org.br	13.907	16.335	12.772	43.014
educar.museudofutebol.org.br	1.010	1.027	1.745	3.782
TOTAL	**14.917**	**17.362**	**14.517**	**46.796**

Justificativa da mensuração 28.2: Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)

A transmissão regular de eventos digitais, seja produzido pelo Museu do Futebol, seja em transmissões cruzadas de instituições parceiras, proporcionou um aumento expressivo no número de novos seguidores nas redes sociais. Destaca-se nesse contexto o canal do YouTube, que ganhou mais 1.650 novos assinantes nesse trimestre, contra apenas 360 no trimestre anterior, em crescimento inteiramente orgânico.

No início deste trimestre, o IDBrasil chegou a realiza campanhas impulsionadas para atração de novos seguidores no Facebook, estratégia que foi pausada diante da constatação, no acompanhamento diário, de que o movimento orgânico seria suficiente para garantir o cumprimento da meta.

A superação da meta de novos seguidores nas redes sociais é desejável e, salvo as campanhas de impulsionamento (sempre com baixo orçamento), não oneram o contrato de gestão.

Rede social/Número de novos seguidores	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado Novos seguidores em 2020	Número de seguidores em 31/03/2020
Facebook	3.903	4.245			8.148	83.659
Twitter	304	450			754	26.266
Instagram	1.344	1.846			3.190	28.805
Youtube	360	1.650			2.010	6.310
Spotify	16	1			17	811
Total	5.927	8.192			14.119	**145.851**

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

Durante o período de pandemia devido ao Covid-19 o Museu encontra-se fechado. No entanto, alguns procedimentos foram implementados visando a segurança e a preservação patrimonial. Nesse contexto, todas as portas de aço do museu estão fechadas (principais e perimetrais) e o acesso pode ser feito somente através da portaria 1 (p1). Os funcionários da manutenção, segurança e bombeiros civis permanecem no edifício, em regime de revezamento, pois ainda há a continuidade das ações essenciais para preservação da segurança, limpeza e funcionamento dos equipamentos, tais como, sistema de prevenção contra incêndio, gerador, combate a pragas,dentre outras,de modo a zelar pelo patrimônio.

O IDBrasil adotou todas as medidas de prevenção indicadas como a disponibilização de álcool em gel e o fornecimento de máscaras de proteção PFF2 para os funcionários que se mantém no prédio. Além de acompanhar equipes terceirizadas, a equipe de manutenção do IDBrasil está operando em ações de pintura de piso, que necessitavam do Museu fechado para poderem ser completadas, bem como os trabalhos de limpeza em altura.

Foram suspensos os contratos de manutenção dos elevadores, escadas rolantes, plataformas cabinadas e manutenção de ar condicionado. Estes

equipamentos se manterão desligados até a retomada das manutenções, que irá ocorrer próximo à reabertura do museu.

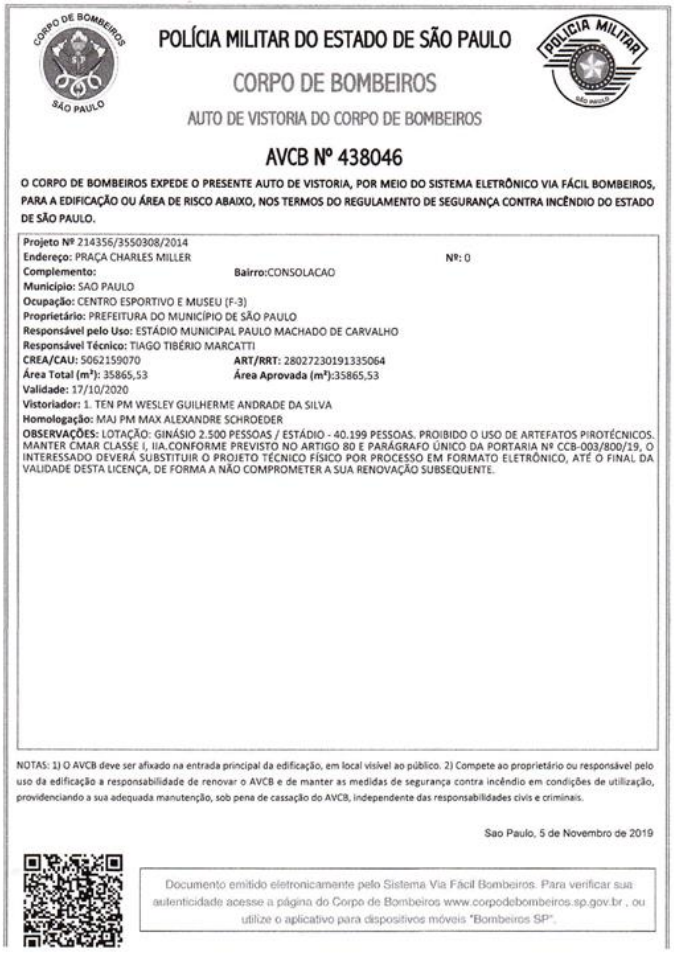
N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
32	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	32.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	1	-
					ICM%	**-**	-
33	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	33.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	1	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**1**	1
					ICM%	**-**	-
34	(PED) Renovação de Seguros	34.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					DADO ANUAL	**1**	1
					ICM%	**-**	-
35	(PED) Elaboração do Plano de Segurança do Museu do Futebol	35.1	Meta-produto	Plano entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	-

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

Ação 32: Renovação do AVCB (Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros)

Comentário da Mensuração 32.1 - Realizada

O Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros permanece válido neste período e a meta foi realizada com recursos financeiros oriundos do Contrato de Gestão. Sua validade vai até 05 de novembro de 2020.



POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO

CORPO DE BOMBEIROS

AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS

AVCB Nº 438046

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

Projeto Nº 214356/3550308/2014
Endereço: PRAÇA CHARLES MILLER **Nº:** 0
Complemento: **Bairro:**CONSOLACAO
Município: SAO PAULO
Ocupação: CENTRO ESPORTIVO E MUSEU (F-3)
Proprietário: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO
Responsável pelo Uso: ESTÁDIO MUNICIPAL PAULO MACHADO DE CARVALHO
Responsável Técnico: TIAGO TIBÉRIO MARCATTI
CREA/CAU: 5062159070 **ART/RRT:** 28027230191335064
Área Total (m²): 35865,53 **Área Aprovada (m²):**35865,53
Validade: 17/10/2020
Vistoriador: 1. TEN PM WESLEY GUILHERME ANDRADE DA SILVA
Homologação: MAJ PM MAX ALEXANDRE SCHROEDER
OBSERVAÇÕES: LOTAÇÃO: GINÁSIO 2.500 PESSOAS / ESTÁDIO - 40.199 PESSOAS. PROIBIDO O USO DE ARTEFATOS PIROTÉCNICOS. MANTER CMAR CLASSE I, IIA.CONFORME PREVISTO NO ARTIGO 80 E PARÁGRAFO ÚNICO DA PORTARIA Nº CCB-003/800/19, O INTERESSADO DEVERÁ SUBSTITUIR O PROJETO TÉCNICO FÍSICO POR PROCESSO EM FORMATO ELETRÔNICO, ATÉ O FINAL DA VALIDADE DESTA LICENÇA, DE FORMA A NÃO COMPROMETER A SUA RENOVAÇÃO SUBSEQUENTE.

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

Sao Paulo, 5 de Novembro de 2019

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

Ação 33: Obtenção ou renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião

Comentário da Mensuração 33.1 - Realizada

Ações realizadas para obtenção do Alvará - válido até o dia 13 de fevereiro de 2021.

Prefeitura da Cidade de São Paulo
SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO

Contribuinte: 01110800010

Documento: 022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO

Número: 2020/02470-00

Nome do Proprietário: IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE

Data Publicação: 13/02/2020

Endereço do Imóvel
Codlog: 09562-1
Endereço: R ITAPOLIS
Número: 99999
Complemento/Bairro: PACAEMBU
Sub.Pref.: SE
CEP: 01245-000

Zona de Uso: ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.

Categoria de Uso: NR3-04

Descrição:
O SMUL/SEGUR/DIVISÃO DE LOCAL DE REUNIÃO SMUL/SEGUR/DLR EXPEDE A PRESENTE REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO PARA O ESTABELECIMENTO IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE - MUSEU DO FUTEBOL, C.C.M.: 35216263, COM VALIDADE DE 13/02/2020 ATE 12/02/2021, NUM. 2009/41298-00 PUBLICADO EM 20/10/2009 AREA OBJETO DESTE ALVARA 7802,07 M2, COM A FIR NUMERO 3640, PARA A(S) ATIVIDADE(S) MUSEU, CNPJ DO RESPONSÁVEL PELO FUNCIONAMENTO 10.233.223/0001-52.

USO DO IMÓVEL:
- USOS NAO RESIDENCIAIS ESPECIAIS OU INCOMODOS. - POLO GERADORES DE TRAFEGOS.

LOTACAO MAXIMA: 1428 PESSOAS,

DISTRIBUICAO DA LOTACAO:
TERREO (AREAS) - 362 PESSOAS
TERREO (AUDITORIO) - 170 PESSOAS
1 PAVIMENTO - 380 PESSOAS
2 PAVIMENTO - 389 PESSOAS
3 PAVIMENTO - 124 PESSOAS

RESPONSAVEL TECNICO:
FLAVIO AMERICO CURTO JACOME DA PAZ CREA 601344691

ZONEAMENTO ATUAL: ZOE

AMPARO LEGAL:
1) LEI 10.205/1986 REGULAMENTADA PELO DECRETO 49.969/2008.
2) LEI 16.642/2017 REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.776/2017.
3) LEI 16.402/2016 REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.298/2016.

NOTAS:

Requerimento: 01110800010-00093
PROCESSO: 0000.2019/0039098-8 EMISSAO: 20/02/2020
Página: 1/3

Código verificação: BB7C.7E12.D78E.D478.6896.5DB0.C86D.0D2E

Prefeitura da Cidade de São Paulo

SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO

Contribuinte: 01110800010

Documento: 022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO

Número: 2020/02470-00

Nome do Proprietário: IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE

Data Publicação: 13/02/2020

Endereço do Imóvel

Codlog	Endereço	Número
09562-1	R ITAPOLIS	99999

Complemento/Bairro: PACAEMBU

Sub.Pref.: SE

CEP: 01245-000

Zona de Uso: ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.

Categoria de Uso: NR3-04

1) DEVE SER AFIXADO NO ACESSO PRINCIPAL DA EDIFICACAO, EM POSICAO VISIVEL PARA O PUBLICO.
2) ESTE DOCUMENTO PERDERA SUA VALIDADE COMO COMPROVANTE DO ATENDIMENTO AS NORMAS DE ESPECIAIS DE SEGURANCA DE USO, CASO HAJA ALTERACOES FRENTE AO PROJETO ACEITO OU NO USO/ATIVIDADE DA EDIFICACAO.
3) ATENDER A LEI 13.541 DE 07/05/09, REGULAMENTADA PELO DECRETO 54.311 DE 07/05/09 QUE INSTITUE A POLITICA ESTADUAL PARA O CONTROLE DO FUMO.
4) ATENDER A LEI 14.223 DE 26/09/06, REGULAMENTADA PELO DECRETO 47.950 DE 05/12/06 QUE DISPOE SOBRE A ORDENACAO DOS ELEMENTOS QUE COMPOE A PAISAGEM URBANA DO MUNICIPIO DE SAO PAULO.
5) ATENDER AS LEIS MUNICIPAIS 11.545/94 E 12.511/97, QUE DISPOE SOBRE USO DE APARELHOS DE TELEFONIA CELULAR.
6) ESTE DOCUMENTO REFERE-SE APENAS AS CONDICOES DE SEGURANCA DO IMOVEL NAO SENDO VALIDO PARA COMPROVAR A REGULARIDADE DA EDIFICACAO QUANTO AS CONDICOES EDILICIAS.
7) O PRESENTE DOCUMENTO REFERE-SE EXCLUSIVAMENTE A LEGISLACAO MUNICIPAL DEVENDO AINDA, SEREM OBSERVADAS AS LEGISLACOES ESTADUAL E FEDERAL, PERTINENTES.
8) A VENDA DE BEBIDAS ALCOOLICAS PARA CRIANCAS E ADOLESCENTES SUJEITARA O INFRATOR A PENA DE 2 (DOIS) A 4 (QUATRO) ANOS DE DETENCAO CONFORME ART. 13 DO DECRETO NO.49.662 DE 20/06/08 E ART. 4 DA LEI NO.14.450 DE 22/07/07.
9) O PRESENTE DOCUMENTO FOI EXPEDIDO EM CONSONÂNCIA COM O ART. 179, ITEM LXIX, DA LEI 16.402/2016, NA QUAL CONSIDERA O AFASTAMENTO DA EXIGIBILIDADE DO CADIN.
10) ATENDER A LEI N 16.897/2018, QUE PROIBE O MANUSEIO, A UTILIZACAO, A QUEIMA E SOLTURA DE FOGOS DE ESTAMPIDOS E DE ARTIFICIOS, ASSIM COMO DE QUAISQUER ARTEFATOS PIROTECNICOS DE EFEITO SONORO RUIDOSO NO MUNICIPIO DE SAO PAULO, EM RECINTOS FECHADOS E ABERTOS, AREAS PUBLICAS E LOCAIS PRIVADOS.
11) O RESPONSAVEL PELO USO DEVERÁ ATENDER A LEI FEDERAL 13.425/2017, QUE ESTABELECE DIRETRIZES GERAIS SOBRE MEDIDAS DE PREVENÇÃO E COMBATE

Requerimento: 01110800010-00093 PROCESSO: 0000. 2019/ 0039098-8 EMISSAO: 20/02/2020

Página: 2 /3

Código Verificação: BB7C.7E12.D78E.D478.6896.5DB0.C86D.0D2E

Prefeitura da Cidade de São Paulo

SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO

Contribuinte: 01110800010

Documento: 022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO

Número: 2020/02470-00

Nome do Proprietário: IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE

Data Publicação: 13/02/2020

Endereço do Imóvel

Codlog: 09562-1

Endereço: R ITAPOLIS

Número: 99999

Complemento/Bairro: PACAEMBU

Sub.Pref.: SE

CEP: 01245-000

Zona de Uso: ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.

Categoria de Uso: NR3-04

A INCÊNDIO E A DESASTRES EM ESTABELECIMENTOS, EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE REUNIÃO DE PÚBLICO.
12) NIVEL MAXIMO DE SOM PERMITIDO DE 65 DB DAS 07H00 AS 19H00 E DE 55 DB DAS 19H00 AS 07H00, DE ACORDO COM A NORMA ABNT NBR 10.151.
13) ZONA DE USO: ZOE.

RESSALVAS:
1) O PRESENTE ALVARA DE FUNCIONAMENTO FOI EXPEDIDO MEDIANTE APRESENTACAO DE DECLARACOES E DOCUMENTOS QUE ATESTAM A SEGURANCA DO USO DA EDIFICACAO E ATENDIMENTO A LEI 11.345/93.
2) ESTE ALVARA NAO AUTORIZA A INSTALACAO E O FUNCIONAMENTO DE MAQUINAS DE DIVERSOES ELETRONICAS DO TIPO CACA NIQUEL E/OU VIDEOPOKER.

Requerimento: 01110800010-00093

PROCESSO: 0000. 2019/ 0039098-8 EMISSAO: 20/02/2020

Página: 3 /3

Código Verificação: BB7C.7E12.D78E.D478.6896.5DB0.C86D.0D2E

Ação 34: Renovação de seguros

Comentário da Mensuração 33.1 - Realizada

Os segurospatrimonial e de responsabilidade civil foram renovados em junho de 2020.

A apólice está sendo emitida e será enviada à UPPM assim que disponibilizada ao IDBrasil.

METAS CONDICIONADAS

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizado**
36	(PGTG) Plano Estratégico para o Museu do Futebol	36.1	Meta-produto	Plano elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
37	(PGTG) Pesquisa de Público – Qualitativa e Quantitativa	37.1	Meta-produto	Pesquisas Realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
38	(PGTG) Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	38.1	Meta-produto	Campanha realizada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

Nenhuma meta condicionada do Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança foi realizada no período.

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizado**
39	(PA) Catalogação do Acervo (equipe extra para catalogação)	39.1	Meta-produto	Itens catalogados e divulgados online	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2.000**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
40	(PA) Renovação da interface de consulta do Banco de Dados (responsividade para celular; dinamismo na apresentação dos dados)	40.1	Meta-produto	Interface renovada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
41	(PA) Edição de material em vídeo para uso em site e plataformas digitais	41.1	Meta-produto	Vídeos editados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**10**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

Não houve a realização de nenhuma meta condicionada do Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa no período referente ao 2° trimestre de 2020.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizado**
42	(PEPC) Realizar exposição temporária "Futebóis"	42.1	Meta-produto	Exposição Realizada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
43	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – Programa Férias no Museu (julho e dezembro)	43.1	Meta-produto	Programa de Férias realizados	1º Tri	-	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**1**
					ICM%	**100%**	**50%**
44	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – eventos diversos conforme descritivo de Programação Cultural	44.1	Meta-produto	Eventos Diversos realizados	1º Tri	-	3
					2º Tri	-	2
					3º Tri	15	-
					4º Tri	15	-
					META ANUAL	**30**	**5**
					ICM%	**100%**	**16%**
45	(PEPC) Projeto básico de expografia, tecnologia e conteúdo para renovação da	45.1	Meta-produto	Projetos básicos criados (expografia/conteúdo/tecnologia)	1º Tri	**-**	**-**
					2º Tri	**-**	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	-	**-**

	exposição de longa duração				**META ANUAL**	**3**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
46	(PEPC) Renovação de equipamentos multimídia do Museu do Futebol (projetores, monitores, computadores e periféricos)	46.1	Meta-produto	Parque tecnológico renovado e atualizado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	**-**	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
47	(PEPC) Ocupações da Sala Osmar Santos – conforme Descritivo de exposições e programação cultural	47.1	Meta-produto	Ocupações Realizadas	1º Tri	1	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**3**	1
					ICM%	**100%**	**33,3 %**

Ação 44: Realizar eventos de Programação Cultural – eventos diversos realizados.

A primeira *live* foi trazida pela parceria que o museu tem com o site No Ângulo, e o tema discutido foi: **As diferenças na formação, nas ideias e no trabalho de treinadores na Argentina, Brasil e Espanha**. A *lve* contou com a presença de Leo Samaja - treinador argentino de 39 anos – com mais de 15 anos de experiência no futebol formativo em categorias de

base no futebol argentino, brasileiro e espanhol (Sub-15, Sub-17 e Sub-20). Desde 2014, Samaja atua, também, como Coordenador dos cursos de Licenças AFA-Conmebol do CVA-ATFA, Escola de Treinadores do Futebol Argentino. A *live* contou também com a participação de Gustavo Fernandes – colunista do site No Ângulo, Juiz de Direito do TJSP e fundador do Fórum O Mais Querido (FOMQ e Gabriel Rostey – Editor do site No Ângulo. Este evento teve 573 Visualizações pelo YouTube e Facebook.

O tema da segunda*live* foi **"A pandemia e a saúde financeira dos clubes de futebol"**, com o economista Cesar Grafietti que é executivo do Itaú BBA eespecialista em Gestão e Finanças do Esporte. A mediação foi feita pelo jornalista Marcio Kroehn, editor-chefe do E-Investidor doEstadão, apresentador do podcast Os Goleiros e autor de livros sobre futebol.

A conversa abordou a interrupção dos campeonatos esportivos por conta da pandemia de Covid-19 no mundo inteiro e instalou a crise em muitos clubes de futebol, que de uma hora para outra se viram sem arenda das bilheterias, dos direitos de imagem repassados pela TV e sob risco de reduçãoou cancelamento de patrocínios. Este evento teve 381 visualizações pelo YouTube e Facebook.

PROGRAMA EDUCATIVO							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizado**
48	(PE) Ampliação das visitas educativas (mediante equipe extra de educadores)	48.1	Meta-produto	2 educadores temporários (10 meses); + 8.000 vagas oferecidas para grupos	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
49	(PE) Atualização do audioguia para pessoas com deficiência e estrangeiros	49.1	Meta-produto	Novo audioguia implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
50	(PE) Fornecimento de ônibus e lanche para grupos escolares e/ou de pessoas em situação de vulnerabilidade	50.1	Meta-produto	50 ônibus e lanches para até 2.000 pessoas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**50**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
51	Projeto Deficiente Residente – residência com pessoas cegas (1 curso de audiodescrição para narradores esportivos)	51.1	Meta-produto	Curso realizado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

Não foi realizada nenhuma meta condicionada referente ao Programa Educativo no período.

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizado**
52	(PSISEM) Itinerância de exposições para interior e litoral paulista	52.1	Meta-produto	Exposições realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
53	(PSISEM) Ações para o projeto "Vale do Futuro", no Vale do Paraíba	53.1	Meta-produto	Ações realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

Não foi realizada nenhuma meta condicionada referente ao Programa de Integração ao SISEM no período.

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO, MANUTENÇÃO E SEGURANÇA							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizado**
54	(PED) Renovação de sistema de ar condicionado (peças e mão de obra)	54.1	Meta-produto	Sistema renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	1
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**1**
					ICM%	**100%**	**100%**
55	(PED) Criação de *Facility Report* e plantas atualizadas das áreas destinadas a eventos e exposições	55.1	Meta-produto	*Facility Report* elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
56	(PED) Adequação para atendimento à NR35 - Trabalho	56.1	Meta-produto	Edifício adequado à NR35	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-

	em altura (projeto e execução)				4º Tri	-	-
					META ANUAL	**-**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
57	(PED) Atualização do CFTV	57.1	Meta-produto	CFTV atualizado (projeto)	1º Tri	**-**	**-**
					2º Tri	**-**	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	-	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
58	(PED) Melhoria no quadro de transferência manual gerador x rede (permite que geradores de eventos de terceiros sejam conectados à rede do Museu com mais segurança)	58.1	Meta-produto	Instalação concluída	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	**-**	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
59	(PED) Instalação de painel trifásico para alimentação de bomba de incêndio com energia do estádio	59.1	Meta-produto	Instalação concluída	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	**-**
60	(PED) Automação sistema de iluminação	60.1	Meta-produto	Sistema automatizado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	**-**

Ação 54: Renovação de sistema de ar condicionado

Comentário da Mensuração 54.1

Foram instaladas duas placas de ventiladores em duas máquinas condensadoras do sistema VRF da ala leste - equipamentos em funcionamento normal após troca de peças.