

RELATÓRIO 1º TRIMESTRE DE 2017
IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA
UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 04/2016
Referente ao museu: Museu do Futebol

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório trimestral desta Organização Social de Cultura, relativo ao exercício de 2017, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 01 de janeiro a 31 de março, para o Museu do Futebol.

A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza o aspecto qualitativo das mesmas.

No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança** foram elaborados dois documentos para balizamento de ações internas: o primeiro é uma cartilha com informações básicas ao funcionário do Museu do Futebol, no que se refere à normas internas de Recursos Humanos, benefícios, facilidades e postura no ambiente de trabalho. A cartilha aborda, principalmente, as atribuições de cada área do Museu no que se refere às ações museológicas. O objetivo é aprimorar a integração entre as áreas por meio da divulgação do papel de cada colaborador e de cada área dentro do Museu. O segundo documento é a Política para concessão de descontos no ingresso, com o objetivo de ampliar e fidelizar públicos. A Política tem a finalidade de formalizar procedimentos já adotados pelo Museu tanto na concessão de gratuidades ou descontos, bem como planejar novas estratégias de fidelização de público através de produtos como exemplo um ingresso - combo para famílias, e ações de fidelização como a distribuição de vouchers do Museu para agentes de Turismo. A Política de Fidelização de Público será dinâmica, ajustando-se as características dos novos públicos que ela atrair ao Museu, desenvolvendo novos produtos e novas ações na busca da fidelização do Público.

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, destacamos no início de 2017 a elaboração e início do desenvolvimento da organização do arquivo institucional com a memória do Museu do Futebol, desde o período de implantação (2005-2008) até os dias atuais. O arquivo é de caráter permanente e almejamos facilitar e ampliar o acesso da documentação do Museu ao público interno e externo. A ação é também a primeira iniciativa com vistas à celebração dos 10 anos da instituição em 2018. Nesse sentido, foi contratada uma empresa especializada em arquivologia para auxiliar na elaboração do Plano de Classificação de documentos, que contará com padrões e normas a serem adotadas pelas equipes para a organização contínua desse acervo, composto por documentação física e digital.

A equipe ainda procedeu à elaboração de dois artigos para publicação no site; o primeiro aborda o Cemitério do Araçá, local pesquisado pelo CRFB no âmbito do projeto “Memórias do Pacaembu”, em que se realizou entrevistas de história oral e coleta de fotografias e documentos. O outro artigo traz, pela primeira vez, o acervo da biblioteca como tema, tendo como recorte destaques da bibliografia sobre os princípios do futebol no Brasil e a figura de Charles Miller. No que se refere às Rotinas Técnicas do Programa de Acervo, foi realizada a entrevista de História Oral com a Ana de Hollanda e o Sérgio Buarque de Holanda Filho, pelo projeto “Memórias do Pacaembu”. Os irmãos contaram à equipe do Museu as histórias da família sobre quando moravam na casa da Rua Buri, localizada no citado bairro. Já pelo projeto “Pelo Direito de Torcer”, a entrevista foi realizada com Nathalia Duarte, fundadora do Coletivo Galo Queer, movimento anti-homofobia e anti-sexismo no futebol formado por torcedores do Atlético Mineiro. Esta entrevista teve como diferencial ser a primeira realizada à distância, pelo programa Skype.

No primeiro trimestre de 2017, o público total presencial foi de 54.889 em 75 dias de abertura. O público de ações extra-muros e SISEM somou 13.484. O público total do Museu no período foi de 68.373. No **Programa de Exposições e Programação Cultural** foram oferecidas 7 atividades em 23 dias e atraindo ao Museu do Futebol 7.983 pessoas, representando 14,5% do público presencial no primeiro trimestre. O grande destaque foi o Programa Férias no Museu com a Turma da Mônica, realizado em parceria com a Maurício de Souza Produções. O tema dos personagens da Turma da Monica foi trabalhado no dia das crianças de 2016 com bastante sucesso, razão da escolha para o período de férias de verão. O tema das atividades oferecidas ao público no espaço foram brincadeiras de rua, como pula-corda, peão, elástico, amarelinha, ciranda e outras. O intuito do Museu, ao proporcionar um espaço para esse tipo de brincadeiras, é o incentivar o público a se apropriar do Museu também como espaço de diversão, aliando a prática esportiva como elo dessa apropriação. No mês de fevereiro, o destaque foi o 8º Torneio de Futebol de Botão, com 50 participantes.

O **Programa Educativo** atendeu o total de 5.761 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. O total de atendimentos representa 10,5% do público total recebido pelo Museu do Futebol no período. Do total de atendimentos, 3.290 (57%) foi oriundo de visitas educativas agendadas, dos quais o maior volume, 2.458 (74%) foi proveniente de instituições sociais e outros grupos. Dentre as ações propostas para famílias, houve o lançamento do “Espaço Dente de Leite”, voltado à bebês e crianças até 3 anos e seus cuidadores. O espaço é oferecido na Sala Grande Área todo terceiro final de semana do mês.

Dentro do **Programa de Integração ao SISEM-SP**, no primeiro trimestre de 2017, foi realizado um novo encontro da Rede Memória e Esporte, no dia 16 de fevereiro, no Museu do Futebol. Como resultados diretos da articulação da Rede, tivemos a atualização do Guia de Memória do Esporte, disponível pelo link: <http://online.fliphtml5.com/kush/otob/> . Fruto da articulação do SISEM, a mostra itinerante “Visibilidade para o Futebol Feminino”, composta por oito painéis e um vídeo, foi exibida na cidade de Guararema, no período 07 de março a 30 de abril, na Estação Literária Profa. Maria de Lourdes Évora Camargo. Na sequência, a mostra seguirá para a cidade de Sorocaba, no Museu Histórico Sorocabano, de 19 de junho a 02 de julho. A mostra é uma iniciativa do Museu do Futebol e recebe apoio local para transporte e montagem. A mostra foi desenhada de modo a não demandar recursos incentivados para a sua realização e foi inscrita no banco de exposições do SISEM no ano de 2016.

No **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, registramos o aumento de 2.452 novos seguidores nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e Youtube, ficando acima do período anterior. Para reforçar a divulgação das atividades do Museu foram enviados nove e-mails marketing para um total de 29.575 endereços eletrônicos. No fechamento do trimestre, constatou-se o recebimento de 55.036 visitantes únicos no site institucional. Foram veiculados 09 anúncios institucionais do Museu em 04 veículos, sendo 2 impressos e 2 digitais.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa 574 inserções em veículos de comunicação, com destaque para a programação de férias no Museu, homenagem ao São Paulo Futebol Clube, inauguração do Espaço Dente de Leite, atividades em comemoração ao Dia da Mulher (08/03) e Museum Selfie Day (18/03). Como resultados dos esforços para a ampliação de parcerias, renovou-se o contrato com Fundação Abrinq e firmou-se parceria para o ano de 2017 com as instituições: Universidade do Futebol, FCBEscola e Spotify.

Dentro do **Programa de Edificações: Conservação, Manutenção e Segurança**, destacamos o cumprimento de todas as rotinas e obrigações contratuais. Houve o aprimoramento do sistema de combate a incêndio, com a troca de placa da central de alarmes e detecção, possibilitando o monitoramento a distância do sistema, por meio da internet. Para o período noturno, o monitoramento do sistema é feito por meio de tablet, ganhando mais agilidade, rapidez e eficiência na averiguação dos alarmes, no período em que a equipe de vigilância está reduzida.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS DO MUSEU DO FUTEBOL - ANO 2017

1. PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No **Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança** foi elaborada uma cartilha com informações básicas ao funcionário do Museu do Futebol, no que se refere à normas internas de Recursos Humanos, benefícios, facilidades e postura no ambiente de trabalho. A cartilha aborda, principalmente, as atribuições de cada área do Museu no que se refere às ações museológicas. O objetivo é aprimorar a integração entre as áreas por meio da divulgação do papel de cada colaborador e de cada área dentro do Museu. A pesquisa de público por meio do totem eletrônico demonstrou que a satisfação do visitante do Museu mantém-se em bons índices, tendo havido ligeiro crescimento no último trimestre. No período, demos prosseguimento à pesquisa com o público espontâneo (meta do Programa de Gestão do ano de 2016). Foi elaborado questionário, realização de pré-testes e treinamento da equipe para a aplicação. No próximo relatório será possível apresentar os resultados da pesquisa.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1	Monitorar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc.) (Eixo 3)	Relatório semestral da implantação das ações	1o tri	-	-
			2o tri	1	
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	2	-
			ICM%	100%	-
2	Conceber e implantar política de concessão de gratuidades e descontos para ingressos visando fidelização de públicos	Plano entregue	1o tri	1	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	0%
3	Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	3 projetos inscritos	1o tri	-	-
			2o tri	1	
			3o tri	1	
			4o tri	1	
			META ANUAL	3	-
			ICM%	100%	-

4	Captar recursos financeiros (Eixo 3)	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		22,3% de captação em relação ao repasse	1o tri	482.300	304.548
			2o tri	482.300	
			3o tri	482.300	
			4o tri	482.300	
			META ANUAL	1.929.200	304.548
ICM%	100%	15,8%			
5		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Nº de relatórios entregues	1o tri	1	1
			2o tri	1	
			3o tri	1	
			4o tri	1	
			META ANUAL	4	1
ICM%	100%	25%			
6	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Índice de satisfação (= ou > 80%)	1o tri	(= ou > 80%)	96%
			2o tri	(= ou > 80%)	
			3o tri	(= ou > 80%)	
			4o tri	(= ou > 80%)	
			META ANUAL	(= ou > 80%)	96%
ICM%	100%	100%			
7	Atualizar o Plano Estratégico do Museu do Futebol (2017-2018)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Plano atualizado entregue	1o tri	1	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	-
ICM%	100%	0%			

8		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Monitoramento anual (síntese das ações/resultados)	1o tri	-	-
2o tri	-				
3o tri	-				
4o tri	1				
META ANUAL	1		-		
ICM%	100%		-		
No	Ação	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
9	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) – Eixo 2	Número de encontros oferecidos	1o tri	2	2
			2o tri	2	
			3o tri	2	
			4o tri	2	
			META ANUAL	8	2
			ICM%	100%	25%
10	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) – Eixo 2	Número de funcionários atendidos	1o tri	10	15
			2o tri	10	
			3o tri	10	
			4o tri	10	
			META ANUAL	40	15
			ICM%	100%	37,5%
11	Elaborar Cartilha para acolhimento de novos funcionários - EIXO 2	Cartilha entregue	1o tri	1	1
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	-	
			META ANUAL	1	1
			ICM%	100%	100%

Justificativa do adiamento da entrega da meta 2 - Conceber e implantar política de concessão de gratuidades e descontos para ingressos visando fidelização de públicos

O produto esperado para essa meta terá sua entrega adiada para o segundo trimestre de 2017. A justificativa deve-se ao fato de já ter sido implantada uma das ações relacionadas à essa meta e indicadas no Anexo Técnico I – Estratégias de Ação, como a promoção junto aos sócios-torcedores dos

clubes de futebol. No mês de janeiro, quando o São Paulo Futebol Clube celebra seu aniversário, foi feita uma promoção concedendo meia-entrada aos torcedores que comprovassem ser cadastrados no programa de sócio-torcedor do clube. Apesar da boa repercussão e divulgação da campanha, inclusive devido à divulgação feita pelo próprio clube junto ao seu mailing de cadastrados, o retorno em número de visitantes ficou aquém do esperado (18 visitantes em 1 mês).

A medida indica a necessidade de uma discussão mais aprofundada dentro das equipes do Museu do Futebol, visando o estabelecimento de uma Política para concessão de descontos nos ingressos. Sabemos que ações de gratuidade geram impacto positivo de mídia e de público. Contudo, as ações de descontos merecem estudo mais aprofundado para que também tragam melhores resultados ao Museu.

Por esse motivo, justificamos o adiamento da entrega desse produto para o segundo trimestre de 2017, tendo em vista a necessidade de maior pesquisa junto a outras instituições no que se refere às ações de atração de públicos diretamente vinculadas a promoções de ingressos.

Paralelamente, está ocorrendo o ajuste do sistema de emissão de ingressos na bilheteria do Museu, aperfeiçoando-o para permitir a inclusão de valores promocionais (atualmente só existem as opções de valor inteiro, meia e gratuito). Outra estratégia que está sendo monitorada é a venda por meio de sites de descontos, como o Peixe Urbano, ao qual iniciamos a venda em 2016.

Desse modo, verificamos ser essa uma ação importante para o Museu do Futebol, mas que, contudo, precisaria de levantamento de mais dados e ajustes internos para ser implantado.

Justificativa do adiamento da entrega da meta 7 - Atualizar o Plano Estratégico do Museu do Futebol (2017-2018)

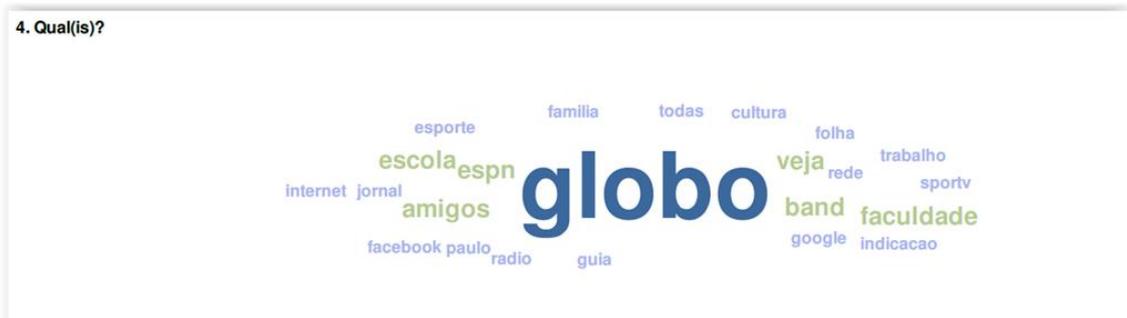
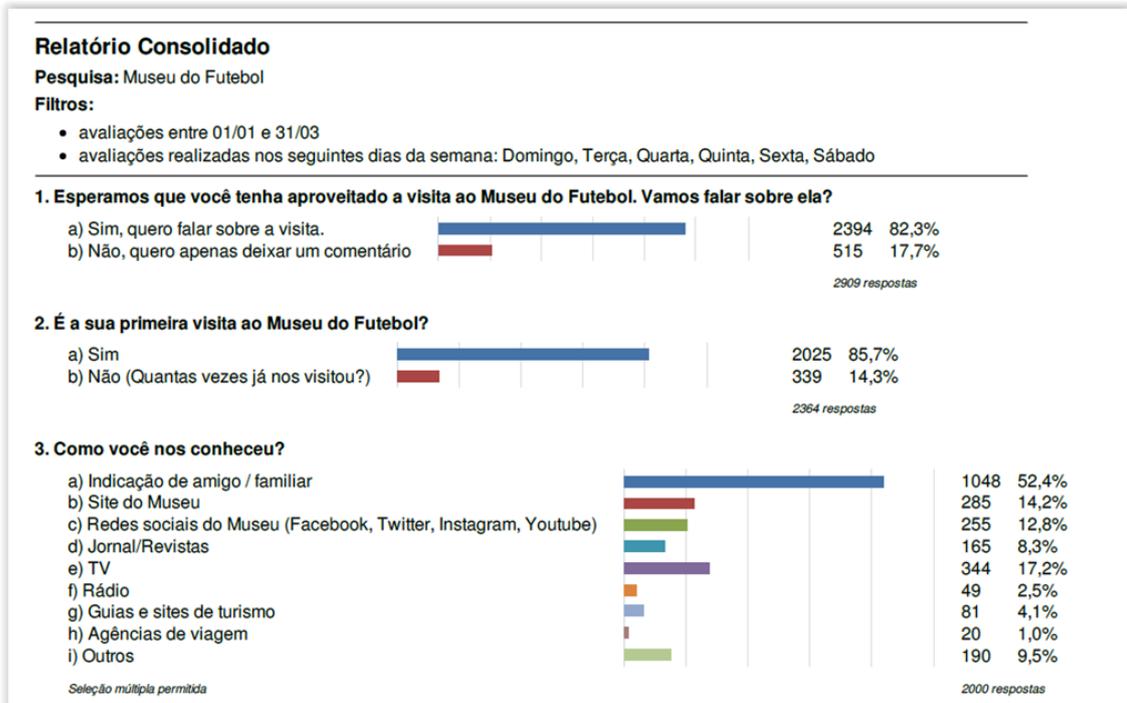
O Plano Estratégico do Museu do Futebol, elaborado em 2015, tinha previsão de atualização e ajuste das metas no primeiro trimestre de 2017, visando o período 2017-2018. No último trimestre de 2016 a FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, iniciou um trabalho com a equipe do IDBrasil visando aprimoramento e ajustes de processos internos das áreas meio e fim. Esse trabalho, realizado com o apoio de consultores especializados, tem se demonstrado bastante profícuo e terá impacto imediato na elaboração de metas estratégicas para o Museu do Futebol. Em razão de poder avançar nesse trabalho, justificamos a entrega da atualização do Plano Estratégico ocorrerá no segundo trimestre.

Detalhamento da meta 4 - Captar recursos financeiros

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	176.629	176.629
Gestão de Espaços/Aluguéis/Reembolsos	71.230	71.230
Cessão Onerosa de Espaço	47.735	47.735
Convênios/Patrocínios e Doações	8.954	8.954
Outras Receitas	-	-
TOTAL Captação 1º trimestre	304.548	304.548
Meta Captação do Trimestre = 25% da Captação Anual	482.300	482.300
Índice de cumprimento da meta do Trimestre	63,1%	63,1%
Meta Captação Anual (22,3% sobre o valor do repasse)	1.929.200	1.929.200
Índice de cumprimento da meta do Ano	15,8%	15,8%

Nestes primeiros três meses de 2017, a captação de recursos ficou aquém da captação prevista para o trimestre em decorrência de alguns fatores como por exemplo: a baixa visitação de público pagante no Museu, por estarmos atravessando um período de “entre safra” para a locação de espaço para eventos e também em razão de, apesar da retomada da operação do espaço da Cafeteria, por força contratual foi concedida uma carência de 2 meses (15 de novembro de 2016 à 15 de janeiro de 2017), mais um desconto de 50% nos aluguéis dos 2 meses seguintes (16 de janeiro até 16 de março 2017) na locação do espaço da lanchonete por se tratar de um período de início de funcionamento.

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



Detalhamento das metas 9 e 10 - Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional)

No dia 22 de março, foram realizados os dois encontros previstos do programa de consciência funcional "Projeto Conviver", totalizando a participação de 15 colaboradores, 10 deles da equipe terceirizada de limpeza e 05 da equipe de operações e infraestrutura do Museu do Futebol. Os encontros foram mediados os educadores Bruna Colucci, Ana Friedman e José Rodrigues Neto que conduziram os encontros.

Data: 22/03/2017

Proponente: Bruna Colucci, Ana Friedman, José Rodrigues Neto

Participantes:

Equipe de auxiliares de limpeza: Tânia, Célia, Elias, Claudia, Fernando, Socorro, Jaredo, Maria, Maria Firma e Nice (10).

Equipe de Serviços Operacionais: José, Anderson, Ednilson, Jorge, Carlito (5).

Segue relato das impressões pessoais dos educadores a partir das atividades e vivências propostas para as equipes de auxiliares de limpeza e manutenção.

Encontro 1 - Equipe auxiliares de limpeza:

Para este primeiro momento, nós – Educadores – nos ajeitamos com os materiais em cima do palco, enquanto a equipe de Limpeza chegava aos poucos no Auditório; era sabido, por conta das outras edições do projeto, que a equipe costumava chegar com um pouco de atraso por trabalharem cada um em um posto diferente e com tarefas diferentes. Quando todos já se encontravam no local, os convidamos a subir no palco, retirar os sapatos (os que quisessem) e a fazerem uma roda – de início, ficaram já animados, pois viram que havíamos espalhado almofadas pelo palco e já começaram a escolher cada um a sua, mas dissemos que as almofadas eram para um segundo momento.

A rotatividade de funcionários faz com que nem sempre consigamos manter uma continuidade das atividades, geralmente, para grande parte do grupo o projeto e os encontros são uma novidade, e nós, pessoas desconhecidas ou de pouco contato. Independente disso, a equipe de auxiliares de limpeza é sempre muito aberta e disposta. Desta vez, como mencionado, alguns já haviam participado de outras edições do projeto e para outros era a primeira vez, mas foi unânime a curiosidade e o receio do grupo, que já chegou perguntando o que iríamos fazer.

Na primeira parte, tivemos um bate papo retomando o encontro anterior a este (ocorrido em dezembro/16), e também conversamos sobre os participantes que estavam na edição anterior do projeto e que não estavam neste.

Após este primeiro momento de retomada, a educadora Ana conduziu a primeira atividade, que chamamos de "proposta quebra-gelo", para aquecer corpo e mente que consistia em caminhar pelo espaço e obedecer a uma "ordem" proposta por ela:

"Caminhem pelo espaço, quando eu bater palmas vocês irão parar próximos a alguém e falar bom dia! Dar um abraço! Dar um aperto de mão!"



Durante a movimentação, percebeu-se que os funcionários se deslocavam próximos às pessoas que têm mais contato, formando "grupinhos" de amizade. Pedimos para que os "sub grupos" se separassem pois o intuito era o de conhecer e interagir com outras pessoas.

Foi um momento que, além de trazer descontração e relaxamento, trouxe mais proximidade entre todos.

Após, sentados em um meio-círculo demos continuidade propondo a atividade principal que consistia basicamente em, um de cada vez, levantar-se e abrir uma caixa em que havia uma foto de uma personalidade famosa (Pelé) que julgamos que todos do grupo iriam conhecer. Algumas perguntas foram feitas e eles tinham que responder sem revelar para os outros colegas quem era:

"Cite uma característica positiva desta pessoa / Diga algo que você gostaria que os outros soubessem desta pessoa!" – foram algumas perguntas feitas aos participantes.

O grupo ficou bem dividido em relação a opiniões – alguns disseram gostar muito da pessoa, acharem o melhor jogador de todos os tempos, ser uma pessoa brilhante no que fez; outros teceram duras críticas em relação ao que o jogador fez em termos de sua vida pessoal, com sua família.

Na segunda rodada, combinamos que colocaríamos uma foto de outra personalidade dentro da caixa e que eles teriam que fazer a mesma coisa, responder algumas perguntas sem revelar quem era. Porém, o elemento surpresa: não colocamos uma foto, colocamos um espelho! Logo, as perguntas que fizemos anteriormente relacionadas a outrem, seriam respondidas por eles em relação a eles mesmos.

Todos participaram. Quando os participantes viram sua imagem refletida no espelho, descreditaram e logo se percebeu o semblante de reflexão, pois eles sabiam que as perguntas seriam as mesmas feitas anteriormente.

Desta vez, os discursos variaram de pessoa a pessoa; a maioria encontrou dificuldades em falar boas características sobre si mesmos, e os relatos tomaram uma forma maior de contarem um pouco sobre si e sobre momentos que estão passando em suas vidas pessoais. Alguns não quiseram falar muito, outros disseram não ter o que falar, e poucos disseram com confiança suas características positivas e sobre se enxergarem com um olhar positivo com frequência. Por fim, o momento foi de descontração para alguns e emocionante para outros. Importante pontuar esse traço da equipe: todos responderam sem grandes pudores (ao menos aparentemente), à sua maneira, tudo que propusemos.



Finalizando, em roda, conversamos sobre as dificuldades que cada um sentiu. E destacamos a importância do autoconhecimento, de perceber suas virtudes, saber observar seus pontos positivos, tanto atitudinais ou de caráter, como também de sua aparência física. Conseguimos estabelecer uma conversa muito positiva dentro desse assunto. Com esse desfecho e a partir das reações e respostas que tivemos deles, fortalecemos sua autoestima para que, neste primeiro momento, eles se reconheçam como pessoas fundamentais dentro de uma cadeia de trabalho, na qual o trabalho de um reflete no trabalho do outro.

Encontro 2 - Equipe de Serviços Operacionais (Manutenção):

Por ser o primeiro encontro do Conviver com a equipe de manutenção, os educadores envolvidos reuniram-se e elaboraram algumas perguntas para nortear uma conversa com os colaboradores da equipe de manutenção, no intuito de levantar algumas informações sobre eles e também começar a quebrar as possíveis barreiras entre nós e eles.

Nos encontros que ocorreram antes do dia do projeto, conseguimos conhecer e compreender melhor as rotinas dessa equipe e ampliar o vínculo com cada um deles. Importante pontuar a abertura e receptividade que a equipe nos deu, conversando e trocando de forma descontraída e natural.

No mesmo dia da atividade, havíamos passado na sala da equipe e pedido que cada um trouxesse consigo três objetos quaisquer – de ferramentas a latas de tinta – que utilizavam em seu dia-a-dia de trabalho. A equipe então entrou quase inteira presente, todos com seus objetos em mãos. Pedimos que subissem no palco, que tirassem os sapatos se quisessem - mas como estavam com a bota de segurança todos preferiam continuar com ela devido o trabalho de tirá-la e recolocá-la – e que pegassem cada um uma almofada para sentarmos em roda.

Antes de darmos início a esta principal atividade, fizemos uma fala sobre o projeto e executamos uma atividade logo em seguida: todos deveriam olhar nos olhos de quem estivessem na roda sem dar risada, totalmente sérios, inclusive os educadores. Ficamos positivamente surpresos com a seriedade e entrega deles na atividade. Os próprios colaboradores falaram sobre a importância da troca de olhares, de olhar o próximo, de perceber seus companheiros, etc.

"Eu sempre faço isso. É importante olhar nos olhos, é a partir do olhar que a gente entende melhor o que se passa com o outro" – pontuou Jorge.



Passada a atividade inicial, pedimos a todos que se espalhassem pelo palco e deitassem de forma confortável, para que percebessem: (1) quais partes do corpo tocavam o chão, quais não tocavam o chão; (2) se estavam com alguma dor em alguma parte do corpo e como podia mexê-la para tentar melhorar a dor, e, a partir disso, mexer algumas partes do corpo para perceberem sua respiração e por último, se espreguiçar e se levantar.

Após este momento, em roda, apresentamos a proposta principal que consistia em, primeiramente, apresentar os materiais que cada um trouxe (inclusive nós do educativo), contando sua funcionalidade, a frequência com que o utiliza etc., o que cada uma das pessoas fez demonstrando muito conhecimento técnico e respeito pelos materiais. Então colocamos uma bola de futebol no centro da roda e disparamos a pergunta: "o que é este objeto?" e após as respostas óbvias, seguimos para as indagações: "e se nós tivéssemos que pensar e apresentar esse objeto como qualquer coisa, menos uma bola de futebol?"; "o que ela poderia ser?", e começamos exemplificando "melão, barriga de grávida" e passamos por uma rodada onde cada um deu um novo significado para este objeto tão comum e conhecido por todos. Dissemos então que nos dividiríamos em duplas, e que o que queríamos era que cada dupla selecionasse um objeto entre os trazidos à roda para que ganhassem um novo significado totalmente diferente e não relacionado com o significado que o objeto possuía em primeira instância. Duplas feitas, cada um ressignificou seus objetos, dando-lhe outra funcionalidade e propondo uma ação com ele. Tivemos a impressão durante a atividade, de todos participando como crianças, construindo seus brinquedos e soltando a imaginação. Fizemos a mesma dinâmica, mas agora individualmente, e a atividade seguiu tranquila, com a participação de todos.

Ainda, após fazermos algumas rodadas desta atividade, abrimos uma conversa sobre como estamos sempre condicionados a executar nossas

tarefas de forma mecânica, não focando nossa atenção plena nelas ou não estando totalmente inteiros no que estamos fazendo. Nós, educadores, colocamos como este exercício de ressignificação se relaciona com o nosso trabalho, pois ressignificamos o acervo para entrar em contato com o visitante ou para propor alguma atividade nova; e eles pontuaram que este exercício também representa o trabalho deles, na resolução de problemas.

Ao final, além destas reflexões, o assunto permeou sobre a importância de termos momentos como este. E foi unânime a opinião de que o projeto deveria ser feito, com mais frequência. Não só para conhecermos melhor o trabalho do outro, a nós mesmos, e a instituição em que trabalhamos.



Detalhamento da meta 11 - Elaborar Cartilha para acolhimento de novos funcionários

Vide página: 245 e CD gravado.

2. PROGRAMA DE ACERVO: DOCUMENTAÇÃO, CONSERVAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, a equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro se dedicou ao cumprimento das metas estabelecidas para esse período, procedendo ao desenvolvimento do projeto de organização da Memória Institucional, que visa implantar um arquivo histórico, acessível ao público interno e externo, disponibilizando documentos relativos ao Museu do Futebol desde sua implantação, com vistas à comemoração dos seus 10 anos em 2018. Nesse sentido, foi contratada uma arquivista especializada no tema para auxiliar na elaboração do Plano de Classificação, que contará com padrões e normas a serem adotadas pelas equipes para a organização contínua desse acervo, física e digital.

A equipe ainda procedeu à elaboração de dois artigos para publicação, dos quais apenas um foi publicado, haja visto a migração do site institucional para uma nova plataforma e a estratégia de utilizar tal publicação para potencializar os acessos e colaborar na promoção do novo site. Um dos artigos traz como tema o Cemitério do Araçá, local pesquisado pelo CRFB no âmbito do projeto Memórias do Pacaembu, em que se realizou entrevistas de história oral e coleta de fotografias e documentos. O outro artigo traz, pela primeira vez, o acervo da biblioteca como tema, tendo como recorte destaques da bibliografia sobre os princípios do futebol no Brasil e a figura de Charles Miller. Este artigo será publicado no site no próximo trimestre.

Para além disso, conforme será relatado na parte referente às Rotinas Técnicas do Programa de Acervo, foi realizada a entrevista de História Oral com a Ana de Hollanda e o Sérgio Buarque de Holanda Filho, pelo projeto "Memórias do Pacaembu". Os irmãos contaram à equipe do Museu as histórias da família sobre quando moravam na casa da Rua Buri, localizada no citado bairro. Já pelo projeto "Pelo Direito de Torcer", a entrevista foi realizada com Nathalia Duarte, fundadora do Coletivo Galo Queer, movimento anti-homofobia e anti-sexismo no futebol formado por torcedores do Atlético Mineiro. Esta entrevista teve como diferencial ser a primeira realizada à distância, pelo programa Skype.

Ademais, deu-se continuidade à organização do acervo, focando nas coleções digitalizadas em Taubaté, à organização dos contratos e à digitalização de acervos: o livro de matrícula do Asilo dos Expostos, pelo projeto Memórias do Pacaembu, e a coleção pessoal do jornalista Thomaz Mazzoni.

Por fim, vale destacar a continuidade das ações de manutenção e aprimoramento do banco de dados. Neste período foi realizado o conserto de um dos campos da base de Eventos, e encaminhada a habilitação de visualização de vídeos do YouTube e a atualização de textos explicativos da plataforma de pesquisa do banco. Essas duas últimas ações serão efetivamente realizadas no próximo trimestre.

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

13	Realizar workshops técnicos	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de formações oferecidas	1o tri	-	-
2o tri	-				
3o tri	1				
4o tri	-				
META ANUAL	1		-		
ICM%	100%		-		
14	Realizar workshops técnicos	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número mínimo de profissionais atendidos	1o tri	-	-
2o tri	-				
3o tri	10				
4o tri	-				
META ANUAL	10		-		
ICM%	100%		-		
15	Publicar artigos no site do Museu	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de artigos publicados	1o tri	2	1
2o tri	2				
3o tri	2				
4o tri	2				
META ANUAL	8		1		
ICM%	100%		12,5%		
16	Submeter artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de artigos submetidos à publicação	1o tri	-	-
2o tri	-				
3o tri	-				
4o tri	1				
META ANUAL	1		-		
ICM%	100%		-		
17	Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências e outras ações)	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
		Número de referências/ações realizadas	1o tri	-	-
2o tri	-				
3o tri	-				
4o tri	5				
META ANUAL	5		-		
ICM%	100%		-		

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

		Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
23		Relatório semestral de pesquisa	1o tri	-	-			
			2o tri	1				
			3o tri	-				
			4o tri	1				
			META ANUAL	2	-			
			ICM%	100%	-			
24	Realizar pesquisa de perfil e satisfação junto ao público da biblioteca	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
						1o tri	-	-
						2o tri	= ou > 80%	
						3o tri	-	
						4o tri	= ou > 80%	
						META ANUAL	= ou > 80%	-
ICM%	100%	-						
25	Submeter, em parceria com instituições de ensino superior, projeto temático para fomento à pesquisa	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
						1o tri	-	-
						2o tri	-	
						3o tri	1	
						4o tri	-	
						META ANUAL	1	-
ICM%	100%	-						
26	Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
						1o tri	-	-
						2o tri	-	
						3o tri	-	
						4o tri	1	
						META ANUAL	1	
ICM%	100%							

27	Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
		Projeto entregue	1o tri	1	1	
2o tri	-					
3o tri	-					
4o tri	-					
META ANUAL	1		1			
ICM%	100%		100%			
28	Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
		Mínimo de itens catalogados	1o tri	-	-	
			2o tri	10		
			3o tri	20		
			4o tri	30		
			META ANUAL	60	-	
			ICM%	100%	-	
29	Elaborar Manual para rotina de backup do servidor de dados e do acervo	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
		Manual entregue	1o tri	-	-	
			2o tri	-		
			3o tri	1		
			4o tri	-		
			META ANUAL	1	-	
			ICM%	100%	-	

Meta 15: Publicar artigos no site do Museu do Futebol
Indicativo de produto: 02 artigos publicados no primeiro trimestre

Justificativas para cumprimento parcial da meta

Foi publicado um artigo no site do Museu do Futebol, e não dois, como a previsão da meta, uma vez que durante o mês de março houve a migração do site do Museu para uma nova plataforma, reestruturando as sessões e páginas do site.

Apesar de não ter ocorrido a publicação até a data de 31 de março, o artigo foi elaborado e se encontra apresentado nesse relatório, ficando para o 2º trimestre a publicação deste e dos demais artigos no novo site da instituição.

Vale reforçar que o novo site foi reestruturado visando potencializar o número de acessos às informações sobre o acervo e as pesquisas do CRFB. Assim, apresentamos abaixo o detalhamento do cumprimento parcial da

meta, com a publicação de 01 artigo, incluindo o outro texto, já revisado e finalizado, que será publicado em breve.

Detalhamento da meta

Neste trimestre, conforme as ações de planejamento do núcleo que envolvem dar mais visibilidade às coleções e ao trabalho de pesquisa e documentação realizado, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro preparou dois artigos para publicação, tendo publicado apenas um em seu site institucional. A justificativa para a não publicação do outro texto, conforme dito acima, dá-se em função da migração do site para uma nova plataforma.

A proposta do primeiro texto, publicado em 25 de janeiro, dia do aniversário de São Paulo, foi tratar sobre o Cemitério do Araçá a partir das histórias e materiais coletados durante a pesquisa, além de apresentar um breve panorama histórico sobre o local e a região de maneira a subsidiar o leitor com informações relevantes ao entendimento do desenvolvimento do bairro e seus arredores. aborda uma das ações do projeto Memórias do Pacaembu, que visa a aproximação do Museu com seu entorno e a coleta e digitalização de fotografias, documentos e histórias sobre o bairro onde está situado.

Já o segundo texto, não publicado, busca promover o acervo bibliográfico da instituição a partir de um assunto que é pauta constante dentre as pesquisas atendidas pelos funcionários do CRFB: o Charles Miller e a história das origens do futebol no Brasil.

Abaixo, segue o texto referente ao primeiro artigo. Devido à migração do site, não foi possível reproduzir aqui o link de acesso, apenas o print da tela.



Tela inicial da sessão "Bate-Bola" no site do Museu do Futebol, onde os artigos do CRFB são publicados



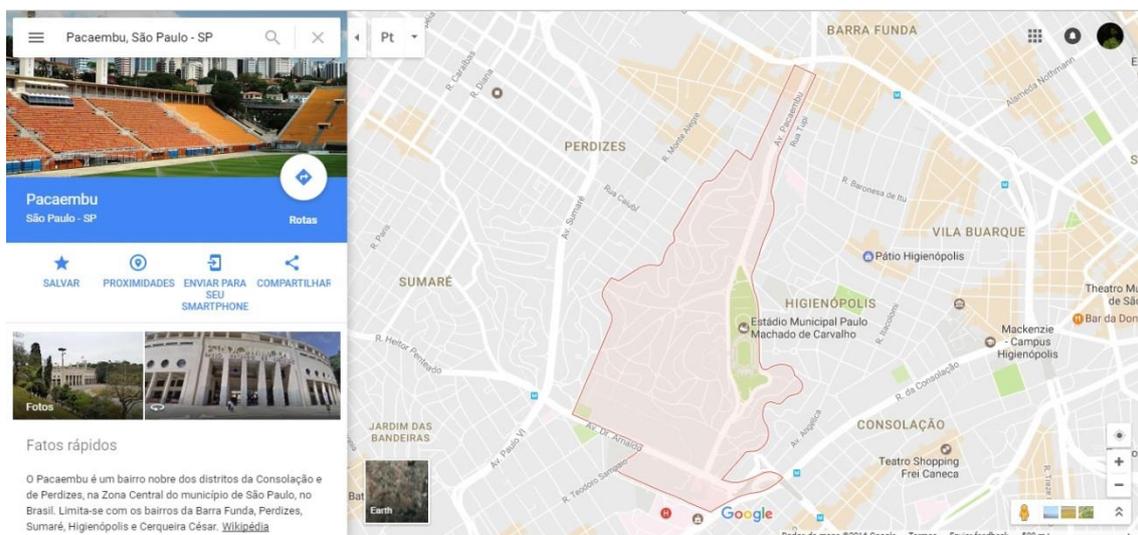
Tela com o início da postagem do artigo

Cemitério do Araçá: histórias sobre a cidade, o futebol e a morte

O Bairro

Em 25 de janeiro de 1554 surgia a povoado de São Paulo, muito diferente do que se parece hoje a maior cidade do país. Compreender como o pequeno povoado tornou-se a metrópole necessita unir processos de ocupação dos terrenos, a chegada de grupos migratórios, os interesses políticos regionais e nacionais e desdobramentos econômicos dos últimos séculos no Brasil. Os vestígios arquitetônicos que marcam a temporalidade de uma cidade e rememoram décadas ou séculos passados muitas vezes passam despercebidos no nosso dia-a-dia. Em São Paulo, é ainda mais difícil. A cidade sempre demoliu o que considerava velho, em prol do novo, da ideia de moderno e de progresso.

O Bairro do Pacaembu é um dos poucos que permaneceu quase intocável na paisagem da metrópole. Não à toa, mas às custas de um tombamento especial, homologado há mais de 25 anos. É o traçado urbano, atento às curvas de nível do terreno cheio de aclives, que justificou essa permanência. E, no meio dele, muitas casas de estilos arquitetônicos variados, como as normandas, as clássicas ou as modernistas, ainda respiram em meio à invejável mancha verde na zona oeste da cidade.



(Mapa viário Google de 2017)

O Museu do Futebol saiu pelas cercanias do Pacaembu para compreender melhor suas histórias, conhecer seus edifícios e ruas. Por meio da coleta e digitalização de fotografias e documentos, além de entrevistas com trabalhadores e moradores, o projeto "Memórias do Pacaembu" visa a formar um acervo digital sobre o bairro, compartilhado entre o Museu do Futebol, a Casa Guilherme de Almeida e todos os demais colaboradores.

O Cemitério

O vizinho mais antigo do Museu do Futebol é o Cemitério do Araçá. Dele, a equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, responsável pelo projeto, sabia apenas que seu muro lateral é uma das construções tombadas pelo órgão estadual (CONDEPHAAT), no mesmo processo que lista o Estádio e a Praça Charles

Miller como patrimônios arquitetônicos da cidade. Muitas histórias, porém, sempre rondam a imaginação quando se pensa em um cemitério... A equipe decidiu ir lá conferir!



(Mapa da região do Pacaembu em 1914. Antes de existir a Avenida Doutor Arnaldo havia a Estrada do Araçá, o que leva a crer que as árvores Araçás eram abundantes na região. Acervo Prefeitura de São Paulo)

Com poucos, porém preciosos acervos fotográficos e documentais compartilhados com a campanha, a assessoria de imprensa do Cemitério do Araçá indicou dois personagens que poderiam contribuir com o registro da memória do bairro e o cotidiano de um cemitério no bairro do Pacaembu. Osmair Camargo Cândido ou Fininho, como é popularmente conhecido, foi coveiro por mais de duas décadas no local e contribuiu com a sua história de vida para o projeto. Michelangelo Giampaoli, antropólogo nascido na Itália, compartilhou não só suas fotografias de lápides do Araçá, mas parte considerável das pesquisas realizadas acerca da história e das relações estabelecidas entre os frequentadores e trabalhadores de cemitérios em São Paulo e na França.



(Construção do Cemitério do Araçá no final do século XIX. Acervo Cemitério do Araçá)

Fundado em 04 de junho de 1887, depois de uma grande epidemia que assolou São Paulo em 1878, e localizado entre os bairros do Pacaembu e Pinheiros, o Cemitério Municipal, o Araçá, ocupa um terreno de 222 mil m². O surgimento desse cemitério está diretamente associado a ascensão dos imigrantes italianos na cidade, que pleiteavam um local específico para enterrar os seus mortos, uma vez que o Cemitério da Consolação, à época, encontrava-se praticamente lotado, e seus espaços ficavam para as famílias ditas “quatrocentonas”, da elite paulistana ligada à produção cafeeira. Além de abrir espaço para uma nova elite que emergiu na cidade no século XX, no Araçá - nome oriundo de uma árvore abundante no passado e hoje quase extinta na região - encontram-se os mausoléus da Polícia Militar e da Guarda Civil Metropolitana, onde somente são enterrados militares mortos em ação pela instituição. Abriga também mausoléus de famílias importantes e renomadas da sociedade paulistana, como é o caso da família Montoro e família Chateaubriand. Os jogadores de futebol Dener Augusto (1971-1994) e Félix Mielli Venerando (1937-2012), além do técnico da Seleção Brasileira em 1958 e 1966, Vicente Feola (1909-1975) também foram enterrados neste cemitério.



(Detalhe da lápide com a placa em homenagem ao goleiro Félix. Acervo Marcelo Ferreira/Serviço Funerário do Município de São Paulo)

O coveiro Fininho é graduado em Filosofia pela Universidade Presbiteriana Mackenzie, local onde trabalhou como faxineiro e ganhou uma bolsa de estudos. Sobre o bairro do Pacaembu, Fininho contou que o cemitério faz parte do que chamou de o "Quadrilátero da Morte" que inclui ainda a Faculdade de Medicina e Saúde Pública da USP, o Hospital das Clínicas e o Instituto Médico Legal (também conhecidos como Hospital do Isolamento e Hospital dos Variolosos no início do século). Durante a entrevista, lembrou-se dos muitos torcedores que atravessavam o cemitério para encurtar o caminho até o Estádio, iniciativa estimulada principalmente pela presença ostensiva da Polícia Militar nos arredores da Avenida Doutor Arnaldo. Nesse trajeto alternativo até a arquibancada, "iam sossegados, bebendo e fumando...". Mas a lembrança de maior destaque foi a de uma ocasião em que o Corinthians estava perdendo um jogo. A equipe alvinegra conseguiu virar o placar do jogo e Fininho recordou-se de escutar, de dentro do cemitério, os gritos da torcida, sentindo a vibração sob a terra.



(O coveiro Fininho durante gravação no Cemitério do Araçá. Acervo Museu do Futebol)

Sobre as relações entre a morte o futebol, Fininho citou a história de Gaetaninho, menino pobre do conto do escritor Antônio de Alcântara Machado (1901-1935) que desejava andar alguma vez na vida de carro e vislumbrou tal oportunidade ao sonhar o enterro da tia Filomena. Já acordado, o personagem foi jogar bola de meia na rua e morreu atropelado por um bonde. Desejo realizado, Gaetaninho andou na boléia do carro dentro do caixão e foi enterrado naquele cemitério. Assim como os personagens ilustres enterrados no local, não passam despercebidos os mortos que são enterrados usando o manto sagrados de seus respectivos clubes, escolha comum no Araçá.

Óbito	Vicente Hale Feola, Alameda dos Pinheiros n.º 422			sepultado
N.º 805514	aos 7 dias do mês de novembro de 1975	falecido aos 6 dias do mês de novembro de 1925		
Recibo n.º 729913	profissão de administrador	sexo masculino	cor branca	estado civil casado
C820,00	de São Paulo	Estado de	com 50 anos de idade	filho de
	minio Feola	e de	Anna Catarina Feola	
	Causa mortis: doença aguda de pulmão - metástase	estada por	Dr. José Edson de Almeida	
	infante de meningite etc.	Óbito Registrado no Registro Civil do	Cartório da Sala 1514	
	Livro n.º 120	folha n.º 289	sob n.º 87.226	
	Quadra n.º 78	Terreno n.º 8	Gaveta n.º 2.º 1.º	
	Transcrito por C. D. Luiza	Visto:	(administrador)	
	(escriturário)			
	Data: 7/11/1975	Processo n.º		
	Exumado em			
	Transcrito por	Visto:	(administrador)	
	(escriturário)			

(Livro de registro com a referência de óbito do ex-jogador Vicente Feola, morto em 1975).

O cemitério do Araçá é um dos maiores e mais antigos de São Paulo (o maior cemitério da cidade e da América Latina é o da Vila Formosa, localizado na Zona Leste). Segundo o pesquisador Michelangelo Giampaoli, no final do século XIX, quando foi criado, as taxas de mortalidade eram altas e eram necessários novos lugares para enterrar os mortos. A orografia do bairro (nuances do relevo)

do Pacaembu foi determinante para a escolha da área onde seria construído o cemitério. O terreno era alto e com boa ventilação, o que ajudava na higiene dos corpos e do local.



(Vista da região baixa do cemitério. Acervo Michelangelo Giampaoli)

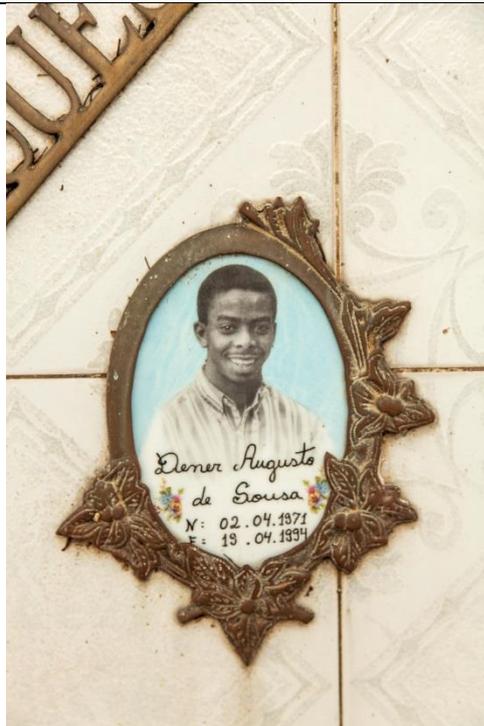
Michelangelo realiza pesquisas sobre o cenário funerário paulistano e há menos de um ano presta consultoria para a assessoria de imprensa do Serviço Funerário do Município de São Paulo. Na sua tese de doutorado estudou o Cemitério Père-Lachaise, maior cemitério de Paris e um dos mais conhecidos e frequentados do mundo. O antropólogo enfatizou que cemitérios são espaços coletivos de memória e cultura. Assim como o próprio Museu do Futebol e o Estádio, o Araçá é um espaço de produção de lazer, cultura e educação. Para ele, são poucos os ambientes de São Paulo que ainda conservam detalhes da história de cidade como faz o Araçá. Segundo o entrevistado, o estudo dos cemitérios permite compreender os processos de ressignificação da morte na sociedade.



(O antropólogo Michelangelo Giampaoli durante a gravação no Araçá. Acervo Museu do Futebol)

Para o pesquisador, a morte é algo com a qual os indivíduos cada vez menos querem lidar. Não por coincidência, o método de cremação obteve sucesso nos últimos anos, enquanto os jazigos e túmulos perderam a suntuosidade, e as visitas aos cemitérios se tornaram cada vez mais raras. "Tenta-se esquecer da morte, como se ela não fizesse parte do conjunto humano, esquecer a morte é ingênuo, porque é a única certeza que temos", disse. O luto é cada vez mais ignorado, e menos tempo é dedicado para a elaboração da morte. Esse distanciamento se tornou um estigma e afastou as pessoas do cemitério, o que torna cada vez mais comum a sensação de estranheza com o local.

Para reverter esse estigma, a equipe do Serviço Funerário executa projetos culturais em alguns cemitérios da cidade, a exemplo do *Memória & Vida*, realizado no Araçá, que tem o intuito de humanizar o atendimento de serviços funerários à população e valorizar os profissionais do Serviço Funerário Municipal. A proposta também visa preservar a memória individual e coletiva dos sepultados em São Paulo, além de dar visibilidade para a arte tumular das personalidades públicas que estão sepultadas no local. Ao longo do ano são realizadas peças teatrais, roteiros e exibições de filmes.



(Detalhe da lápide do ex-jogador Dener, morto em 1994 em um acidente de carro)

O Araçá é um oásis de silêncio e biodiversidade de pássaros e árvores, localizado numa das áreas mais centrais da metrópole bandeirante. No dia em que se comemora o aniversário de 463 anos da capital paulista, desafiamos aos entusiastas da memória da cidade e do futebol a desbravarem o local daqueles que já não estão entre nós e contribuíram para a identidade que o município e o bairro preservam até os dias de hoje.

Abaixo, segue o texto do segundo artigo que será publicado, no próximo trimestre, no novo site institucional:

Origens FC: bibliografia sugerida

A paternidade da chegada do futebol ao Brasil, atribuída, primordialmente, a Charles Miller é assunto que sempre rende boas discussões. O jogador, filho de pai escocês e mãe brasileira filha de ingleses, ganhou o título de "Pai do Futebol". Deu nome também à Praça onde se situa do Estádio do Pacaembu. E, recebe no Museu, justa homenagem.

Charles William Miller foi estudar em Southampton, no sul da Inglaterra, onde aprendeu a jogar futebol. Tornou-se conhecido por ter trazido de lá as regras escritas e consolidadas pela *Football Association*, estabelecidas em 1863. Miller retornou em novembro de 1894 e poucos meses depois, 14 de abril de 1895, organizou e registrou um jogo em que os times tinham de seguir as regras oficiais. Seria o primeiro jogo de futebol no país.

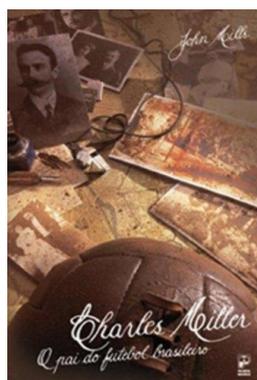
Assim como Charles Miller, outros brasileiros filhos de imigrantes foram estudar no exterior e de lá trouxeram suas experiências com o futebol. Podemos citar Oscar Cox, um dos fundadores do Fluminense no Rio de Janeiro, que voltou da Europa poucos anos depois de Charles Miller.

Outro personagem importante é o escocês Thomas Donohoe, que teria organizado um jogo de futebol na fábrica de tecidos em Bangu, bairro operário carioca, em 1894, poucos meses antes de Charles Miller. Donohoe também foi um dos fundadores do Bangu Atlético Clube.

Não faltam indícios também de que a bola já rolava nos campos de colégios jesuítas no Brasil, como na cidade de Itu, no interior paulista, antes mesmo de Miller e Donohoe... Os britânicos – ingleses e escoceses – espalharam-se pelo mundo como funcionários de empresas ferroviárias e de telégrafos. Deixaram suas marcas em várias cidades brasileiras, bem como em toda a América do Sul: o futebol.

Para aqueles que visitam o Museu e querem saber mais da polêmica paternidade do futebol no Brasil, a biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro oferece farto material para quem quiser ir a fundo nesta história.

Dentre os livros disponíveis para consulta, selecionamos seis títulos básicos não só para entender a posição de Charles Miller nas origens do futebol brasileiro, mas o próprio papel que o futebol alcançou na sociedade da virada do século XIX para o XX.



Livro: Charles Miller: o pai do futebol brasileiro

Autor: John Mills

Editora: Panda Books

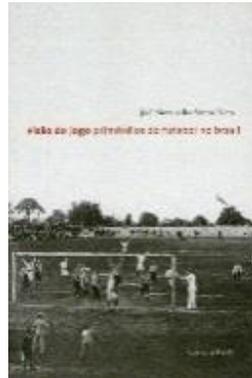
Ano: 2005

Páginas: 236

A obra, um tributo ao futebol brasileiro, resgata a origem do esporte no Brasil como conhecemos: filho de mãe brasileira e pai escocês, Charles Miller, após 10 anos dedicados aos estudos na Inglaterra, retorna ao seu país de origem trazendo, em sua bagagem, duas bolas de capotão da marca *Shoot*, uma bomba de ar, dois uniformes e um extenso livro de regras.

Neste resgate histórico, o pesquisador John Mills apresenta detalhes até então inéditos da carreira de Miller, retratados através de diversos documentos e fotografias guardados em Southampton, e até então desconhecidos.

Inclui, no apêndice, listas de partidas com a participação de Charles Miller, gols marcados, atuações como goleiro, partidas apitadas e partidas disputadas no São Paulo Athletic Club (SPAC) de 1902 a 1912 na Liga Paulista de Foot-ball (LPF).



Livro: Visão do jogo: primórdios do futebol no Brasil

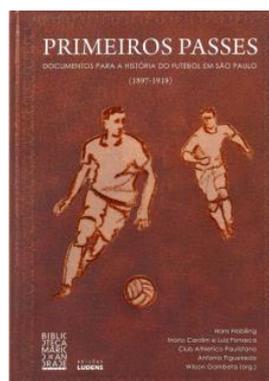
Autor: José Moraes dos Santos Neto

Editora: Cosac & Naify

Ano: 2002

Páginas: 120

Para contar a história do futebol no Brasil, o jornalista José Moraes dos Santos Neto contesta o pioneirismo de Charles Miller. Através de diversas pesquisas em acervos pessoais, jornais, periódicos e arquivos institucionais, aponta a obrigatoriedade das aulas de Educação Física nos colégios e o bate-bola nas fábricas, ferrovias e entre os imigrantes, como fator fundamental no desenvolvimento do esporte no país. Uma das primeiras obras a refletir sobre a questão da chegada do futebol em terras brasileiras, termina sua narrativa com a criação da Confederação Brasileira de Desportos e o primeiro jogo disputado pela Seleção Brasileira.



Livro: Primeiros passes: documentos para a história do futebol em São Paulo (1897-1918)

Organizador: Wilson Gambeta

Autores: Hans Nobiling; Mário Cardim e Luiz Fonseca; Club Athletico Paulistano; Antônio Figueiredo

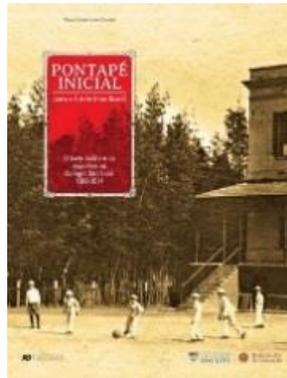
Editora: Biblioteca Mário de Andrade; Ludens

Ano: 2014

Páginas: 439

O livro é uma feliz oportunidade de conhecer quatro fontes primárias

sobre as primeiras décadas do futebol paulistano. A primeira é a transcrição de uma carta de 1937, escrita por Hans Nobiling, fundador do Sport Club Germânia (atual Pinheiros), no qual resume os primeiros anos do esporte bretão em São Paulo. A segunda é o *Guia do Football*, edição fac-similar do original de 1906, uma das primeiras publicações sobre futebol no Brasil, trazia a regras, o estatuto da Liga Paulista de Futebol e o histórico de clubes paulistanos e cariocas. A terceira é o fac-símile do Resumo Histórico do Club Athletico Paulistano, lançado por ocasião da inauguração da nova sede do clube, em 1917, momento para repassar a história do clube. Por fim há a transcrição do livro *A História do Football em São Paulo*, de Antônio Figueiredo, focado na história oficial, isto é, só nos campeonatos e clubes das ligas da elite paulistana.



Título: Pontapé inicial para o futebol no Brasil, o bate-bolão e os esportes no Colégio São Luís: 1880-2014

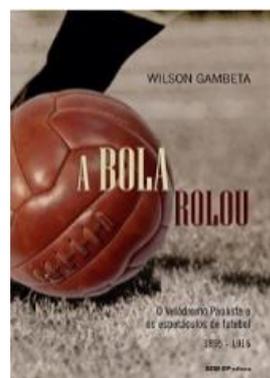
Autor: Paulo Cezar Alves Goulart

Editora: A9 Editora

Ano: 2014

Páginas: 128

Escrito após pesquisas nos arquivos históricos do Colégio São Luís, narra a influência do colégio na propagação e no desenvolvimento da prática dos esportes em São Paulo, sobretudo o futebol. O autor relaciona a atuação pedagógica de educadores com a expansão do esporte, visto que algumas das primeiras bolas de capotão a desembarcarem por aqui foram utilizadas pelos estudantes na prática do "bate-bolão". Do surgimento de grandes jogadores e dirigentes ao nascimento de campeonatos, regras e campos, a obra percorre quase 150 anos de registros das atividades físicas aplicadas nos pátios e quadras da escola.



Livro: A bola rolou: o Velódromo Paulista e os espetáculos de futebol: 1895-1916

Autor: Wilson Gambeta

Editora: SESI-SP

Ano: 2015

Páginas: 430

Um trabalho inovador, que sai do lugar comum ao buscar as origens, não do futebol, mas daquela sociedade elitista, que trouxe o futebol nas malas de seus filhos. Uma sociedade que está deixando o ambiente rural e se estabelecendo nas cidades, abandonando velhas tradições e construindo novas, inclusive as esportivas, como por exemplo o turfe e o ciclismo.



Título: Campos, estádio e arenas... começa o espetáculo!

Autor: Paulo Cezar Alves Goulart

Editora: A9 Editora

Ano: 2015

Páginas: 191

A obra aborda o desenvolvimento do futebol no país sobre a perspectiva inédita da evolução dos estádios. Através de ótima narrativa histórica e contextual, guia o leitor ao início da prática esportiva no Brasil, época na qual o esporte aparecia nas praias brasileiras, jogado por marinheiros e trabalhadores ingleses. Dos pátios dos colégios jesuítas aos gramados dos primeiros estádios, da evolução das arquibancadas aos jogos transmitidos na TV. Em um curto período, vemos essa expansão através das plantas, fotografias e dos recortes de jornais presentes no texto. O livro acompanha esse desenvolvimento até a Copa do Mundo no Brasil em 2014, com a construção e a reforma dos estádios que sediaram a competição.

Bônus:

Na biblioteca do CRFB também está disponível para consulta um fac-símile do Livro de Regras da *Football Association*. Reunindo atas de reuniões da entidade desde sua criação, apresenta o desenvolvimento e aperfeiçoamento das regras adotadas para a normatização da prática do futebol em terras inglesas.

Serviço:

Biblioteca do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB)

Museu do Futebol, Praça Charles Miller s/n. Estádio do Pacaembu

Telefone: 11 3664 3848 r. 134 | E-mail: crfb@museudofutebol.org.br

Horário de funcionamento: de terça a sábado, das 10:30 às 18:00 (entrada até

às 17:00). A entrada na Biblioteca é gratuita.
Nos dias com jogos no Estádio do Pacaembu, consulte nosso site:
<http://www.museudofutebol.org.br>

Meta 27: Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol
Indicativo de produto: projeto entregue no primeiro trimestre

Projeto de organização da memória institucional do Museu do Futebol

Apresentação

O Museu do Futebol, inaugurado em 29 de setembro de 2008, está prestes a comemorar sua primeira década de atividade. O Museu conquistou, desde sua abertura, o posto de uma das instituições museológicas mais visitadas do país. É também referência para exposições interativas e com recursos audiovisuais. Outra forte marca da instituição é o seu comprometimento em ser acessível a todos os públicos, tanto do ponto de vista arquitetônico, quanto na parte comunicacional.

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro, setor responsável pela pesquisa e documentação do acervo do Museu, é outra iniciativa pioneira na pesquisa com o futebol do ponto de vista do patrimônio imaterial e na organização de um acervo de natureza digital. Cabe a esse setor, agora, a organização de um arquivo institucional com documentos que tratem a história do Museu do Futebol.

O Museu é constantemente procurado por estudantes e pesquisadores interessados em trabalhar com diferentes aspectos da instituição em trabalhos acadêmicos, seja da área de arquitetura, expografia, comunicação, design, história e museologia. Desse modo, organizar o arquivo institucional, além de prover a instituição de condições adequadas da guarda de sua memória, possibilitará aprimorar o acesso do conjunto de documentos que podem interessar à pesquisa do público externo do Museu. Esse projeto visa, portanto, apresentar os objetivos, etapas e cronograma de trabalho para a constituição de um arquivo institucional do Museu do Futebol.

Objetivo geral

O objetivo geral do projeto é a organização de um arquivo institucional no Museu do Futebol, de caráter histórico e permanente.

Ao organizar o arquivo, facilitamos e ampliamos o acesso à memória institucional do Museu, para o público interno e externo e colaboramos, de modo indireto, com a memória museológica brasileira, tendo em vista o ineditismo do Museu do Futebol e sua singularidade entre os museus que trabalham o tema dos esportes no mundo.

Diagnóstico inicial

A documentação institucional do Museu do Futebol compõe-se de arquivos físicos e, em grande maioria, arquivos digitais. A datação inicial desses documentos é do ano de 2005, quando o projeto de se constituir um museu desse porte e tema começou a ser delineado na Prefeitura de São Paulo, por meio da São Paulo Turismo.

Estes documentos encontram-se parcialmente organizados em pastas físicas e em diretórios na rede de arquivos. Especialmente no que se refere a esse último, o material não está separado em arquivo permanente e arquivo corrente, além de estar desmembrado seguindo uma lógica de divisão por departamentos da Organização social de cultura (IDBrasil). Essa divisão, do ponto de vista de um arquivo histórico, não corresponde ao melhor modo de organização com vistas a facilitar o acesso aos documentos e as informações sobre a memória do Museu do Futebol.

O Banco de Dados *online* criado para a gestão do acervo museológico e bibliográfico do Museu, além de referências de pesquisa da instituição, foi projetado para abrigar também as informações e arquivos digitais da memória institucional. Contudo, devido ao fato de que esse arquivo ainda não foi objeto de um plano específico na instituição, a ferramenta do banco de dados ainda não foi devidamente testada para tal finalidade.

Desse modo, o diagnóstico inicial é de que, por ser o Museu do Futebol uma instituição muito jovem (a documentação, considerando-se o ano de 2005 como início do processo, abarca o período de 12 anos de atividades), o volume de arquivos e informações ainda é pequeno, mas encontra-se desorganizado e não padronizado.

O trabalho de criação de um arquivo institucional não pode ser de responsabilidade de uma única área (no caso, o CRFB), mas de uma cultura institucional mais ampla. Assim, entendemos que a criação e organização desse arquivo requer também a formação interna dos profissionais para a conscientização da necessidade de preservar, organizar e arquivar os documentos corretamente e seguindo os parâmetros que serão estabelecidos, de modo que todos os setores da instituição sejam devidamente contemplados no processo.

Em razão do Museu do Futebol ser gerido, desde o seu início, por uma organização social de cultura, também ocasiona especificidades a serem consideradas no processo. A OS deve manter seus arquivos de área-meio (processos administrativos e financeiros, além de documentação de Recursos Humanos) conforme determinações do Governo do Estado. Assim, esses arquivos meio já estão internamente organizados e não farão parte da documentação histórica e permanente do Museu do Futebol.

Apenas comporão o arquivo histórico documentos de natureza jurídica (como contratos, licenças de direitos autorais, dentre outros) e de natureza administrativa (planos de trabalho, relatórios de prestação de contas) que sejam relevantes e parte de processos relacionados às atividades finalísticas do Museu.

Esses documentos serão objeto de um Plano de Classificação específico à área arquivística, e, dentre as informações que serão catalogadas, estarão as condições de acesso de cada perfil de documento.

Etapas, produtos e resultados esperados

Etapa 1 – Organização do arquivo existente (Físico e digital)

Objetivos: criação de plano de classificação dos documentos, critérios e normas de arquivamento, aplicação das normas à documentação existente (física e digital).

Produtos/resultados esperados:

- 1.1. Plano de classificação e normas de classificação e arquivamento (elaborado em conjunto com consultoria especializada em arquivologia)
- 1.2. Revisão da ficha de catalogação de arquivos no Banco de Dados e testes de catalogação.
- 1.3 Estabelecimento de critérios para níveis de acesso público conforme o tipo de documento.
- 1.3. Adequação da documentação física (classificação, inventário e arquivamento)
- 1.4. Adequação da documentação digital (renomeação de arquivos, reorganização em diretórios específicos do arquivo digital – fora do arquivo corrente).

Etapa 2 – Pesquisa e produção de material para complementação do arquivo existente

Contexto: considerando que a história do Museu do Futebol inicia-se em 2005, a documentação existente no Museu relacionada ao período da implantação (2005-2008) ainda é parcial. O Museu foi fruto da parceria entre a Fundação Roberto Marinho com a Prefeitura de São Paulo (via Secretaria de Esportes e da São Paulo Turismo) e do Governo do Estado de São Paulo. Diferentes instâncias e órgãos, além de uma lista ampla de profissionais autônomos foram envolvidos.

De modo a complementar a documentação que já se encontra reunida no Museu do Futebol, o presente projeto prevê uma etapa de pesquisa em arquivos e um conjunto de entrevistas com profissionais que atuam no contexto da implantação.

Outra fonte de informação que merece levantamento exaustivo são material de imprensa, artigos e trabalhos acadêmicos sobre o Museu do Futebol. Esses materiais poderão compor a biblioteca do Museu.

Objetivos: complementação do arquivo institucional existente com fontes e documentos a serem pesquisados e/ou produzidos.

Produtos/resultados esperados

- 2.1 Levantamento de documentos sobre o Museu em outras instituições;
- 2.2 Produção de conteúdo (entrevistas gravadas em vídeo, relatos de campo) com profissionais que atuaram na implantação do Museu;
- 2.3 Levantamento de material de imprensa (clipping) sobre a implantação do Museu;
- 2.4 Levantamento de artigos e trabalhos acadêmicos sobre o Museu do Futebol para composição do acervo bibliográfico.

Etapa 3 – Divulgação do arquivo institucional do Museu do Futebol

Objetivo: após a organização do arquivo institucional, é preciso criar canais e produtos diretamente voltados à divulgação do arquivo, visando à ampliação do acesso e comunicação da história do Museu.

A celebração dos 10 anos da instituição, em 2018, mostra-se uma oportunidade de lançamento desses produtos, que poderão ser em meio impresso e digital, a depender dos recursos disponíveis na instituição.

Produtos esperados

- 3.1 Nas plataformas digitais: site comemorativo e/ou exposição virtual com recorte de documentos e histórias dos 10 anos do Museu do Futebol; linha editorial de publicações de conteúdos nas mídias sociais, de modo integrado ao site.
- 3.2 Livro comemorativo dos 10 anos, bilíngue, podendo ser feito em meio impresso ou digital (a depender dos recursos). Produto para comercialização.
- 3.3 Encontros presenciais com profissionais que participaram dos 10 anos do Museu para divulgação de resultados.

3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

No primeiro trimestre de 2017, o público total presencial foi de 54.889 em 75 dias de abertura. O público de ações extra-muros e SISEM somou 13.484. O público total do Museu no período foi de 68.373.

Foram oferecidas 7 atividades dentro da programação cultural, ocupando 23 dias e atraindo ao Museu do Futebol 7.983 pessoas, representando 12% do público presencial no primeiro trimestre. O grande destaque foi o Programa Férias no Museu com a Turma da Mônica, realizado em parceria com a Maurício de Souza Produções. O tema dos personagens da Turma da Mônica foi trabalhado no dia das crianças de 2016 com bastante sucesso, razão da escolha para o período de férias de verão. O tema das atividades oferecidas ao público no espaço foram brincadeiras de rua, como pula-corda, peão, elástico, amarelinha, ciranda e outras. O intuito do Museu, ao proporcionar um espaço para esse tipo de brincadeiras, é o incentivar o público a se apropriar do Museu também como espaço de diversão, aliando a prática esportiva como elo dessa apropriação.

No mês de fevereiro, o destaque foi o 8º Torneio de Futebol de Botão. Em 2017 estabeleceu-se uma taxa de inscrição (30,00 para categoria adultos), que dava direito à entrada no Museu e desconto na loja e bar. A Loja Futebol Store ofereceu um kit para premiação dos 3 primeiros lugares na categoria adulto e infantil.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
30	Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol – 2017	Número mínimo de eventos realizados	1o tri	5	7
			2o tri	5	
			3o tri	5	
			4o tri	5	
			META ANUAL	20	7
			ICM%	100%	100%
31	"	Público mínimo recebido nos eventos	Indicativo de Resultados		
			Período		
			1o tri	1.500	7.983
			2o tri	500	
			3o tri	1.500	
			4o tri	500	
META ANUAL	4.000	7.983			
ICM%	100%	100%			

		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
32	Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute	1 exposição virtual publicada	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META ANUAL	1	-
			ICM%	100%	-
33	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol	Número de visitantes recebidos	1o tri	75.000	54.889
			2o tri	75.000	
			3o tri	75.000	
			4o tri	75.000	
			META Anual	300.000	54.889
			ICM%	100%	18,29%
34	Elaborar Manual de Gestão tecnológica para exposições do Museu do Futebol	Manual entregue	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META	1	-
			ICM%	100%	-
35	Iniciar projeto de renovação da exposição de longa duração	Implantação de comitê curatorial – Relatório das ações do Comitê	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	1	
			4o tri	-	
			META	1	-
			ICM%	100%	-
36		Realizar seminário com especialistas sobre o tema: Ciência do Esporte	1o tri	-	-
			2o tri	-	
			3o tri	-	
			4o tri	1	
			META	1	-
			ICM%	100%	-

Ação Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol - 2017"

**Detalhamento das metas 30 e 31
Número mínimo de eventos realizados / Público mínimo recebido nos eventos**

Justificativa da superação

A superação da meta foi devido ao fato de terem sido oferecidos por terceiros propostas de programação cultural que não foram previstas quando a pactuação desse Plano de Trabalho. Foram duas ações ofertadas que se enquadram nesse perfil, a saber: parceria com o SESC Consolação, um bate papo com profissionais do esporte debatendo a carreira do jogador desde o início à sua profissionalização; em parceria com a UFRGS e a FGV, a palestra do prof. David Wood da Universidade de Sheffield (Inglaterra). Após entendimentos das propostas e das avaliações sobre suas pertinências ao perfil do Museu, optamos por realizá-las, a maior parte foram palestras e reuniões.

A superação é desejada por ter sido pactuado um número mínimo de ações e de público. A superação do mínimo, não onerou o contrato de gestão.

Detalhamento

Mês	Número de eventos	Número de Dias de programação	Público total
Janeiro	1	17	7.705
Fevereiro	4	4	186
Março	2	2	92
Total	07	23	7.983

No.	Data Total de dias Público final	Descrição
1	05/01/2017 a 29/01/2017 17 dias 7.705 pessoas	<p>Férias no Museu com a Turma da Mônica</p> <p>O espaço de férias no Museu do Futebol esteve ambientado com universo da Turma da Mônica contando com monitores especializados estimulando as tradicionais brincadeiras de rua como; amarelinha, cabra-cega, esconde-esconde, corre-cotia, estátua, pula-corda, bolhas de sabão, pega-pega, pião e futebol de rua. 7 e 21 de janeiro, realizamos o meeting com os personagens Mônica e Cebolinha interagindo com o público</p> 

<p>2</p>	<p>04/02/2017 35 participantes</p>	<p>Reuniões do Grupo Memofut – 85ª Edição</p> <p>Bate-papo bola com Nenê, lateral direito de Palmeiras, Cruzeiro e diversos clubes nos anos 80 e 90.</p> <p>Palestra "Corinthians x Corinthian-Casuals 1988 - Um Jogo pela e para a História", com Gustavo Carvalho.</p> <p>Bate-papo bola com Rodolfo Kussarev, autor do livro "Os Esquecidos - Arquivos do Futebol Paulista", que conta a história das divisões inferiores e campeonatos do interior de 1916 a 1947.</p> 
<p>3</p>	<p>11/02/2017 85 participantes</p>	<p>Bate Papo "Futebol sem ilusões: a carreira do jogador da iniciação ao profissional"</p> <p>Bate papo sobre as fases que envolvem a carreira de um jogador desde a iniciação até o futebol profissional e os motivos e situações que provocam a interrupção ou o sucesso no final do processo. Foram elencadas as dificuldades, as facilidades, os benefícios, os problemas e será realizada uma reflexão sobre a realidade e as imagens apresentadas pela mídia sobre a fama e o sucesso da carreira. Com a participação do Ex Jogador Edmilson, Ex capitã da seleção brasileira Aline Pellegrino e Dr. Alcides Scaglia.</p> 

4	16/02/2017 16 pessoas	<p>Encontro de Rede de Memória do Esporte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Workshop sobre Metadados com Pedro Sant'Anna - Apresentação do Guia da Rede de Memória do Esporte - Planejamento de ações para 2017 - Visita ao Museu do Futebol
5	19/02/2017 50 participantes	<p>8º Torneio de Futebol de Botão</p> <p>Em comemoração ao Dia do Botonista, realizamos o 8º Torneio de Futebol de Botão com algumas novidades inscrição prévia para participação através do site Sympla para a categoria infantil de R\$ 15,00 e das demais categorias R\$ 30,00. Os participantes ganharam gratuidade para visitar o Museu e 10% de desconto no novo restaurante do Museu, o Café Flor, no dia do torneio.</p> 
6	04/03/2017 55 participantes	<p>Reuniões do Grupo Memofut – 86ª Edição</p> <p>Bate-papo bola com Moraci Sant'Anna, preparador físico de diversos clubes no Brasil e no exterior, tendo participado de seis edições da Copa do Mundo como integrante das comissões técnicas da Seleção Brasileira (1982, 1986, 1994 e 2006), dos Emirados Árabes Unidos (1990) e da Arábia Saudita (1998). Palestra . "C. A. Nova Estrela, o campeão do centenário", com José Roberto Fornazza. Palestra "Campeonato Brasileiro de Seleções (Parte 5)", com Rodrigo Saturnino Braga.</p>

		
<p>7</p>	<p>24/03/2017 37 participantes</p>	<p>Palestra – “Jogo bonito? Mulheres e o futebol no Brasil e Argentina” com David Wood</p> <p>Palestra com o Professor da Universidade de Sheffield (Inglaterra) desde 1992, pesquisador sobre futebol e literatura na América Latina, autor de “Football and Literature in South America” (Oxford/ New York: Routledge, 2017), Bernardo Buarque de Hollanda (CPDOC/FGV) e Silvana Goellner (CEME/UFRGS).</p> 

Detalhamento da Meta 33 - Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol

Justificativa do cumprimento parcial da meta

O público total do período foi de 65.921 visitantes, ficando ligeiramente abaixo (12%) do previsto para o período. O impacto inicial da queda em relação ao mesmo período do ano de 2016 é decorrente da descontinuidade de programas como Recreio nas Férias. O público agendado ficou abaixo do previsto no mesmo período, colaborando para o cumprimento parcial da meta. O Museu do Futebol buscará ajustar o resultado no próximo período.

Segue abaixo o detalhamento do perfil dos visitantes recebidos no período.

Detalhamento do público visitante - 1o. Trimestre 2017					
	Categorias	JAN	FEV	MAR	Total
1	Individual	12.732	5.956	5.191	31.368
2	Individual Estrangeiro	978	572	823	2.808
3	Estudante Estrangeiro	200	67	88	364
4	Estudante Pagante	3.812	1.525	1.339	6.866
5	Idoso	1.215	581	649	3.338
6	Aposentado	18	15	15	48
7	Escola Privada	186	-	673	861
8	Escola Pública	540	429	1.600	3.521
9	Professor de Rede Pública	144	36	47	232
10	Professor da rede Particular	34	-	63	97
11	Deficientes	90	33	39	202
12	Convidados	999	240	533	1.814
13	Sec. Segurança Pública	45	23	80	150
14	Menores de 07 anos	2.440	1.014	735	5.146

15	Parceiros	230	-	-	230
16	Funcionários de Instituições Museológicas	-	-	3	3
17	Acompanhantes	383	92	102	593
18	Promoção Clubes	18	-	-	18
Total Visitantes - Bilheteria		24.064	10.583	11.980	57.659
Visitas Exclusivas		12	178	1	191
Programação Cultural		7.705	186	92	7.983
Visitas CRFB		22	27	39	88
TOTAL META		31.803	10.974	12.112	65.921
Extra Muros		5.621	867	2.466	8.954
SISEM		366	-	4.164	4.530
TOTAL GERAL		37.790	11.841	18.742	79.405
Dias de abertura		25	24	26	93

4. PROGRAMA EDUCATIVO

No primeiro trimestre de 2017, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 5.761 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. O total de atendimentos representa 10,5% do público total recebido pelo Museu do Futebol no período (incluindo visita à exposição, ao CRFB e à Programação Cultural).

Do total de atendimentos, 3.290 (57%) foi oriundo de visitas educativas agendadas, dos quais o maior volume, 2.458 (74%) foi proveniente de instituições sociais e outros grupos. Como é corrente na dinâmica dos Museus, o público escolar representa menor proporção no primeiro trimestre do ano, devido ao período de férias escolares e de planejamento do ano letivo. Contudo, o percentual de alunos no primeiro trimestre de 2017 foi abaixo da meta estimada, devido à descontinuidade da parceria com a Secretaria Municipal de Educação. Em razão da mudança de governo, as verbas para esse tipo de ação dentro da Pasta foram congeladas. Desde 2015, é importante mencionar, são as escolas da rede Municipal a principal provedora de turmas de alunos de escolas públicas, uma vez que o principal programa do governo estadual (O "Cultura é Currículo, do FDE), foi diminuído a partir de 2015 e interrompido em 2016.

A tabela abaixo resume os atendimentos.

Perfil	Capacidade de Atendimento (total de vagas) / atividades e horários oferecidos	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo educativo no 1º.Trimestre/2017
Escolar - visitas agendadas	7.239	832	11,5%	1,5%
Outros grupos - visitas agendadas	7.961	2.458	30,9%	4,5%
Visitas agendadas ao Estádio do Pacaembu	20 visitas oferecidas	497	100%	0,9%
Participantes de atividades educativas (finais de semana/feriados)	55 atividades oferecidas	1.709	100%	3,1%
Visitas mediadas - público espontâneo (finais de semana)	26 visitas oferecidas	265	100%	0,5%
Totais		5.761		10,5%

Vale destacar que, dentre as ações propostas para famílias, houve o lançamento do "Espaço Dente de Leite", voltado à bebês e crianças até 3 anos e seus cuidadores. O espaço é oferecido na Sala Grande Área todo terceiro final de semana do mês. O espaço está descrito no item Rotinas do Relatório.

Nº	Ação	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
37	Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas	Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas	1º trimestre	7.239	7.239
			2º trimestre	10.857	-
			3º trimestre	10.857	-
			4º trimestre	7.239	-
			META ANUAL	36.192	7.239
			ICM %	100%	20%
			38	Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo = 37% da capacidade de atendimento)
Período	Meta Prevista	Meta Realizada			
1º trimestre	1.100	832			
2º trimestre	5.500	-			
3º trimestre	5.500	-			
4º trimestre	2.500	-			
META ANUAL	14.600	832			
ICM %	100%	6%			
39	Desenvolver ações, programas e projetos para públicos específicos: pessoas em situação de vulnerabilidade social, idosos, turistas, beneficiários de programas de instituições sociais, agências de turismo, etc.	Nº de ações/programas e projetos para públicos específicos oferecidos: 2 – Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – (Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol) e Visitas educativas agendadas	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	2	2
			2º trimestre		
			3º trimestre		
			4º trimestre		
			META ANUAL	2	2
ICM %	100%	100%			

40	Capacidade de atendimento por trimestre de públicos específicos (tusitas, pessoas em situação de vulnerabilidade, público beneficiário de programas de instituições sociais, alunos de escolas de futebol, etc) em visitas educativas	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	7.921	7.961
			2º trimestre	4.143	-
			3º trimestre	4.143	-
			4º trimestre	7.921	-
			META ANUAL	24.128	7.961
	ICM %	100%	33%		
41	Número mínimo de público especial atendido em visitas educativas (mínimo de 42% da capacidade de atendimento)	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	2.600	2.458
			2º trimestre	3.100	-
			3º trimestre	3.100	-
			4º trimestre	1.800	-
			META ANUAL	10.600	2.458
	ICM %	100%	23%		
42	Projeto Museu Amigo do Idoso: escrever artigo sobre o projeto	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	1	1
			2º trimestre	-	-
			3º trimestre	-	-
			4º trimestre	-	-
			META ANUAL	1	1
	ICM %	100%	100%		

43		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			
		Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Síndrome de Down - criação de 02 atividades/jogos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
			1º trimestre	-	-	
			2º trimestre	-	-	
			3º trimestre	-	-	
			4º trimestre	2	-	
			META ANUAL	2	-	
ICM %	100%	0%				
44		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			
		Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Síndrome de Down - criação de manual de convivência com a pessoa com Síndrome de Down (aplicado aos espaços culturais/museus)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
			1º trimestre	-	-	
			2º trimestre	-	-	
			3º trimestre	-	-	
			4º trimestre	1	-	
			META ANUAL	1	0	
ICM %	100%	0%				
45	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral			
		Número de relatórios entregues	Período	Meta Prevista	Meta Realizada	
			1º trimestre	-	-	
			2º trimestre	1	-	
			3º trimestre	-	-	
			4º trimestre	1	-	
			META ANUAL	2	0	
ICM %	100%	0%				

46		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Índice de satisfação (> ou = 80%)	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1º trimestre	-		-		
2º trimestre	>= 80%		-		
3º trimestre	-		-		
4º trimestre	>= 80%		-		
META ANUAL	>= 80%		-		
ICM %	100%		-		
47	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Nº de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/ atividades/ dinâmicas ao público	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	3	3
			2º trimestre		
			3º trimestre		
			4º trimestre		
			META ANUAL	3	3
ICM %	100%	100%			
48	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	20	20
			2º trimestre	20	-
			3º trimestre	20	-
			4º trimestre	20	-
			META ANUAL	80	20
ICM %	100%	25%			

49	Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número mínimo de visitantes atendidos	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	300	497
			2º trimestre	300	-
			3º trimestre	300	-
			4º trimestre	300	-
			META ANUAL	1.200	497
			ICM %	100%	41%
50	Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: quantidade de atividades oferecidas	Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	25	55
			2º trimestre	25	-
			3º trimestre	25	-
			4º trimestre	25	-
			META ANUAL	100	55
			ICM %	100%	55%
51	Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
			Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º trimestre	250	1.709
			2º trimestre	250	-
			3º trimestre	250	-
			4º trimestre	250	-
			META ANUAL	1.000	1.709
			ICM %	100%	171%

52		Indicativo de Produtos	Previsão Trimestral		
		Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados: número de visitas oferecidas	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1º trimestre	24		26		
2º trimestre	24		-		
3º trimestre	24		-		
4º trimestre	24		-		
META ANUAL	96		26		
ICM %	100%		27%		
53		Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
1º trimestre	72		265		
2º trimestre	72		-		
3º trimestre	72		-		
4º trimestre	72		-		
META ANUAL	288		265		
ICM %	100%		92%		

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

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

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

Justificativas para cumprimento parcial da meta 38

O primeiro trimestre deste ano mostrou-se atípico do ponto de vista da presença das escolas no museu. Em primeiro lugar, um parceiro

fundamental deste período de baixa de público escolar, o Programa Recreio nas Férias, cancelou as visitas que seriam realizadas em janeiro. Para o mês de janeiro, havíamos selecionado 640 vagas por semana. Infelizmente, o Programa não efetivou as visitas no mês de janeiro, o que esperamos que se reestabeleçam no mês de julho. A Secretaria de Turismo do Estado, que havia solicitado o agendamento para 100 crianças oriundas de escolas estaduais, cancelou a reserva apenas uma semana antes da data, impossibilitando a ocupação destas vagas em tão pouco tempo. A Secretaria Municipal de Educação, parceira fundamental por meio do Programa de Visitas Monitoradas, somente conseguiu se organizar para começar a enviar os grupos no mês de abril. Importante ressaltar também que sequer ocorreram agendamentos de escolas municipais e estaduais nos meses de janeiro e fevereiro, por conta, além do período de férias escolares, dos ajustes orçamentários das prefeituras.

As escolas particulares tiveram participação tímida nos dois primeiros meses do ano (78 visitantes), e começaram a comparecer de forma mais consistente no mês de março. Como forma de incentivar o agendamento, foi disparado um email marketing para o mailing das escolas. Ao todo, foram enviados 20.016 convites. No entanto, os relatórios de monitoramento da ferramenta de disparo de email marketing apontaram um baixíssimo retorno dos convites enviados, conforme relatórios apresentados no item "Rotinas".

Também entendemos que o fato do Carnaval ter sido somente no final do mês de fevereiro impactou no planejamento das escolas que geralmente se organizam com excursões para museus com o ano letivo fluindo regularmente, o que não ocorre antes do Carnaval. O Museu do Futebol envidará esforços para alcançar o resultado nos próximos trimestres.

Detalhamento das metas 37-38

Tabela 1. Demonstração de vagas disponibilizadas (público escolar)

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)				
Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
37	7.239	7.239	832	11,5%
* público atendido				

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

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)						
Ação 38	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Federais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Janeiro	0	0	0	70	12	82
Fevereiro	0	0	0	18	39	57
Março	129	170	0	352	42	693
Total realizado	129	170	0	440	93	832
Resultado Realizado	832					
Resultado mínimo previsto	1.100					
ICM (trimestre)	76%					

Comentários

No montante do público atendido pelo educativo no primeiro trimestre, o público escolar representou 20,5%, um número baixo se comparado a outros momentos do ano e mesmo a outros anos. A ausência de escolas estaduais e municipais nos meses de janeiro e fevereiro contribuiu significativamente para esta porcentagem.

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

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

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

Justificativas para cumprimento parcial da meta 41

Tal como o cenário de baixa de público atingiu as escolas no que diz respeito à meta de atendimento ao público escolar, a meta de público específico também foi atingida. No levantamento dos cancelamentos, o principal motivo apontado foi a falta de verba para o transporte, problema sistemático das instituições sociais que dependem de doações. Parceiros fundamentais deste perfil de público, a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social e o CIEE, somente começaram a enviar seus grupos no mês de março, o que também contribuiu significativamente para o cumprimento parcial desta meta. Propomos alcançar a diferença desta meta nos próximos trimestres.

Detalhamento das metas 40-41

Tabela 3. Demonstração de vagas disponibilizadas (público específico)

Tabela 2. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)				
Meta	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
40	7.921	7.961	2.458	31%
* público atendido				

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

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)												
Ação 41	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Família (oriunda de instituições sociais)	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Empresas	Turistas	VIPs	Imprensa	Escolas de Futebol	Total mensal
Janeiro	110	112	0	326	15	0	12	18	0	0	29	622
Fevereiro	85	0	65	171	0	83	19	19	0	0	105	547
Março	299	0	140	583	12	86	83	0	0	0	86	1289
Total realizado	494	112	205	1080	27	169	114	37	0	0	220	2458
Resultado Realizado	2.458											
Resultado mínimo previsto	2.600											
ICM (trimestre)	95%											

Comentários

Neste primeiro trimestre, o público infanto-juvenil continua a representar o perfil mais significativo de público oriundo de instituições sociais e ONGs. O público em situação de vulnerabilidade social representa o segundo perfil que mais visitou o museu em visitas agendadas, fruto especificamente da parceria com a SMADS no mês de março. Juntos, estes perfis somam 38,7% de todo o público atendido pelo Educativo.

Meta 42 - Indicativo de Produto: Projeto Museu Amigo do Idoso: escrever artigo sobre o projeto

Museu Amigo do Idoso: um espaço intergeracional de memória, afeto e aprendizagem

Ialê Cardoso e Marcelo Continelli

Prelúdio

O projeto Museu Amigo do Idoso nasceu com a maturidade do Museu do Futebol e da equipe do Núcleo Educativo após longa jornada de incursões na área da acessibilidade. Os seis anos da primeira temporada do projeto educativo Deficiente Residente¹ demonstraram de maneira concreta a importância de quebrar barreiras físicas e atitudinais com perfis de público geralmente excluídos de ambientes culturais por falta de acesso e atendimento acolhedor. Para isso, o Museu inovou em convidar representantes destes perfis como residentes na instituição a fim de apontar melhorias no atendimento, na criação de dinâmicas e atividades e de aperfeiçoamentos no espaço expositivo como um todo. O Museu, que nasceu com uma estrutura física pronta para receber pessoas com deficiência, ao longo dos seus anos de existência, vem devotando atenção aos diferentes perfis de público que necessitam de um olhar diferenciado, seja para humanizar as relações, seja para universalizar o atendimento.

O Educativo, como Núcleo determinante no diálogo com o público, buscou agregar conhecimento no atendimento, em um primeiro momento, às pessoas com deficiência, no premiado projeto Deficiente Residente. Em um segundo momento, buscou conhecer melhor os trabalhadores informais e as pessoas em situação de vulnerabilidade social da Praça Charles Miller com ações extramuros que se concretizaram no projeto Aproximações.² E agora, buscando entender melhor os anseios, receios e expectativas do público

¹ Ocorrido entre os anos de 2010 e 2015.

² O projeto Aproximações ocorreu entre os anos de 2012 e 2014.

idoso, o Museu do Futebol apresenta o projeto Museu Amigo do Idoso. O atendimento a instituições especializadas que trabalham com idosos, tais como Núcleos de Convivência, Unidades Básicas de Saúde, asilos, Casas de Acolhida, entre outros, sempre foi uma prática do Educativo, buscando bem recebê-los e acolhendo-os com carinho e atenção.

Nesse sentido, as ações que buscaram dar acesso a não públicos ou a públicos que pouco visitam o museu resultaram em projetos concretos que deram protagonismo e voz ativa aos residentes, com o objetivo de melhoria no atendimento, promovendo transformações pessoais e sociais a todos os envolvidos no projeto, incluindo o público do museu.

Do ponto de vista do Museu, trabalhar com o público idoso se justifica por uma série de razões: em primeiro lugar porque um museu é um lugar de memória. Não somente a memória do tema do museu, mas a memória do indivíduo, que se vê refletido na história contada dentro do museu. Em segundo lugar, porque a temática do museu é de forte apelo popular, o que evita um distanciamento natural de locais como exposições de arte e, mais do que isso, provoca uma íntima participação do público que possui alguma história para contar. Em terceiro lugar, porque dentro de uma concepção ampla da Educação há que se relevar o sentido da aprendizagem necessária também ao idoso. A idade, entendida muitas vezes como sinônimo de amadurecimento e conhecimento, pode ser também uma barreira quando se propõe novas experiências e saberes. Em quarto lugar, porque o Educativo do Museu do Futebol tem como uma de suas linhas mestras da educação as diretrizes teóricas de Paulo Freire, que recomenda fortemente a superação de práticas educativas tradicionais, no exercício claro de rompimento ao que foi chamado de "educação bancária", na qual o educando não passa de mero receptor de informações. Por esta razão, é fundamental levar em conta a necessidade do idoso de ser ouvido e de dialogar, em detrimento a uma mera transmissão de informação.

Panorama

O Estatuto do Idoso, referenciado pela Lei 10.741/2003, dispõe como obrigação da sociedade e do Poder Público, entre outras garantias, o acesso à cultura, ao lazer, à cidadania, à dignidade, ao respeito e à convivência comunitária que respeitem a peculiar condição da idade. Também dispõe da priorização da capacitação dos recursos humanos na área de prestação de serviços a idosos. O envelhecimento da população brasileira, de maneira geral, é patente. De acordo com dados do IBGE, a expectativa de vida da população subiu, dos anos 1960, de 52,6 anos para, nos anos 2010, 73,8

anos, com uma projeção de chegar aos 76,1 anos em 2020, tal como demonstra a tabela abaixo.

BRASIL - INDICADORES DO ENVELHECIMENTO POPULACIONAL 1960/2030									
Indicadores	Anos Censitários						Diferença 1960/2010	Projeção	
	1960	1970	1980	1991	2000	2010		2020	2030
Idade média	23,0	23,3	24,7	26,6	28,8	32,1	9,1	33,5	37,9
% Pop. <15 anos	42,7	42,1	38,2	34,7	29,6	24,1	-18,6	20,1	17,0
% Pop. 15 a 64	54,6	54,8	57,7	60,4	64,5	68,5	14,0	70,7	69,7
% Pop. 65 anos e +	2,7	3,1	4,0	4,8	5,9	7,4	4,6	9,2	13,3
I. ENV	6,4	7,5	10,5	13,9	19,8	30,7	24,2	46,0	78,5
RDI	5,0	5,7	6,9	8,0	9,1	10,8	5,8	13,1	19,1
e0	52,6	57,7	62,6	67,0	70,4	73,8	21,2	76,1	78,2
TFT	6,3	5,8	4,4	2,9	2,4	1,9	-4,4	1,53	1,5
Fonte : Censos e Projeção Revisão 2008									
Idade média da população									
Proporção da população de menores de 15 anos									
Proporção da população de 15 a 64 anos									
Proporção da população de 65 anos e mais									
Índice de Envelhecimento - Pop. De 65 anos ou mais dividido pela população de menores de 15 anos vezes 100.									
Razão de dependência de idosos - Pop. De 65 anos ou mais dividido pela População de 15 a 64 vezes 100									
Esperança de vida ao nascer									
Taxa de fecundidade total									

Fonte: IBGE

Indicadores do envelhecimento da população: projeção para 2030 da expectativa de vida é de 78,5 anos (Foto: Reprodução de imagem/IBGE)

Tendo este dado estatístico em vista, é fundamental considerar um novo paradigma do envelhecimento respeitando as singularidades da pessoa idosa. Assim sendo, na medida em que a população se torna cada vez mais velha, fica evidente a ausência de programas e projetos sociais voltados para este público. Como resultado, evidenciou-se um distanciamento da sociedade em geral que não considera as peculiaridades do envelhecimento. Desta forma, o que já não era tão fácil como antes fica ainda mais complexo. Limitações físicas, isolamento social, ausência de reconhecimento, ausência de estímulos na perda das capacidades funcionais formam, entre outras características, um conjunto de barreiras que transformam a pessoa idosa em um público que demanda uma atenção e cuidado que vão além de estruturas físicas e de suportes de locomoção.

Escopo

O principal objetivo deste projeto foi quebrar paradigmas sociais do envelhecimento. A inatividade, vista como uma barreira da (re)inserção do idoso na sociedade, tem se mostrado cada vez menos real no cotidiano da população idosa. Coube ao projeto capacitar a equipe de atendimento compreendendo que a velhice faz parte de mais uma fase de desenvolvimento do ser humano. Para tanto, a residência buscou incentivar

as relações sociais dos idosos com os educadores, orientadores, equipes do museu e público, promovendo a convivência para a aprendizagem constante e diária. Os residentes contribuíram de forma enriquecedora com suas experiências de vida, tanto no âmbito pessoal quanto profissional.

Atuação

Tal como o projeto Deficiente Residente, o projeto Museu Amigo do Idoso consistiu na residência de uma pessoa idosa durante 3 meses, convivendo com a equipe de educadores e orientadores duas vezes por semana, durante 6 horas diárias.

Como participantes do projeto, convidamos 2 idosos de perfis diametralmente distintos. O primeiro deles foi Maria Elisa Franceschini, brasileira, de 66 anos, moradora do bairro do CECAP em Guarulhos, município da região metropolitana de São Paulo. Maria Elisa não é frequentadora de museus e ambientes culturais. Atua como voluntária em hospitais nos quais leva os seus personagens palhaços para interagir com pacientes enfermos e em tratamento. Mãe e avó, e sem formação acadêmica, esta foi a primeira experiência profissional reconhecida financeiramente que exerceu. O segundo deles foi Jorge Raul Expósito, argentino, de 70 anos, morador do bairro de Higienópolis, zona oeste de São Paulo. Jorge é frequentador assíduo do espaço de leitura do Parque da Água Branca e de ambientes culturais. Engenheiro, pai e avô, Jorge atua como consultor em uma fábrica de metais.

Por acreditar na importância de conhecer especificidades do público idoso de maneira abrangente, optamos pela escolha de perfis distintos, tendo como princípio trabalhar a diversidade deste público em duas frentes: aquela que é frequentadora de ambientes culturais, usualmente com formação acadêmica e condição financeira estável (reflexo inclusive da realidade dos moradores do entorno do Museu) e aquela que não é frequentadora de ambientes culturais, na maioria das vezes sem formação acadêmica e condição financeira limitada (reflexo dos poucos grupos de idosos que recebemos oriundos de instituições sociais e casas de acolhida e os quais queremos atingir cada vez mais).

Importante ressaltar que a experiência do convívio entre residentes e equipe fez com que as barreiras profissionais e pessoais fossem ultrapassadas, possibilitando um ambiente propício para a troca de experiências e aprendizados. Por outro lado, ambos os residentes vivenciaram o dia a dia do Educativo e do Museu do Futebol, sempre em

movimento, seja com a rotina de atendimento, seja com a criação de atividades e ações para o público, além das programações culturais e eventos. A preciosidade deste convívio, que não é palpável pelos textos produzidos ao longo do projeto, fica marcada na memória afetiva de cada um.

Tal como nossos projetos de residência, o Museu Amigo do Idoso contou com o preparo da equipe para receber os residentes, utilizando vídeos, realizando leituras, apropriando-se da legislação, observando e dialogando com este público no dia a dia. Embasados nesta preparação, e nas conversas realizadas com os residentes antes de começar o projeto, elaboramos um cronograma inicial, pensado em atender ambas expectativas, tanto do Museu como ambiente de cultura, quanto deles como profissionais colaborando com esta instituição.

Este cronograma direcionou a atuação dos residentes para quatro frentes de trabalho. A primeira foi a apropriação dos objetivos do projeto e familiarização com o Museu e com os participantes. A segunda, a avaliação do atendimento, dos materiais educativos, da programação cultural e do espaço expositivo. A terceira, um retorno dos apontamentos da segunda etapa (registrados em relatórios) e a construção conjunta de instrumentos para melhorias do que foi observado e avaliado.

A quarta, como reflexo da terceira etapa, a criação de produtos que visam subsidiar a melhoria do atendimento e das atividades educativas voltadas para o público idoso. Como resultado efetivo, tivemos três produtos: (1) a elaboração de uma cartilha de formação para novos orientadores focada no olhar atento para o acolhimento deste público; (2) o desenvolvimento de um formulário de pesquisa específico para o idoso que visita o Museu, com o objetivo de avaliar o atendimento da equipe de orientação; (3) "Futebocha", uma atividade lúdico-esportiva que mistura as modalidades do futebol com a bocha, acessível a todos; e (4) "Museu de Mim", uma atividade lúdica que trabalha com a memória afetiva para ser desenvolvida com instituições agendadas de idosos.

A quinta e última etapa, uma reunião e avaliação com todos os envolvidos para balanço do projeto com o intuito de identificar as propostas implantadas e discutir possibilidades a serem implementadas em um futuro próximo.

Epílogo

Como conclusão, apresentamos aqui o resultado bem sucedido da integração da equipe com os residentes idosos. A principal intenção, de olhar o idoso de maneira mais acolhedora e aprofundada, foi cumprida integralmente. Resultado palpável disso se encontra nas duas atividades desenvolvidas pelas equipes de educadores, o *Futebocha*³ e o *Museu de Mim*⁴, e pela equipe de orientadores, a *Cartilha para Novos Orientadores – Projeto Museu Amigo do Idoso*.⁵ O convívio dos residentes com a equipe apontou, de maneira geral, para uma compreensão do idoso, com suas necessidades físicas e específicas. Além disso, a residência trouxe, como instrumento definitivo no contato com este público, a atenção e a amabilidade necessárias no atendimento. Muitas vezes, mais do que um cuidado que diz respeito a uma possível limitação física, o idoso requer uma dedicação pessoal, no sentido de estabelecer um vínculo afetivo, ainda que por um breve tempo, para que ele se sinta ouvido, querido e, acima de tudo, respeitado por sua experiência, por sua história de vida ou, simplesmente, pela sua idade. Este tipo de amabilidade não se encontra em manuais ou mesmo em documentos oficiais. Parte do convívio.

Maria Elisa e Jorge Expósito se dedicaram com muito entusiasmo, o que possibilitou o sucesso do projeto. Nesse sentido, a premissa de agregar dois perfis diferentes para contribuir com um mesmo fim foi, mais uma vez (em alusão à metodologia do projeto *Deficiente Residente*) bem sucedida. A diversidade do olhar de ambos e o *modus operandi* alternado entre eles contribuíram decisivamente para que a equipe vivenciasse um mínimo estrato da pluralidade do público idoso.

Com isto, rompeu-se o paradigma do isolamento e trouxe o idoso para o centro de uma atividade sócio-cultural, tal como a convivência em um museu. Por outro lado, a residência remunerada⁶ valorizou o idoso como profissional, desenvolvendo sua autoestima e ampliando seu nível de autonomia. A capacitação da equipe de atendimento (educadores e orientadores) refletiu em uma mudança na compreensão do papel social do idoso, na medida em que cultivou as recordações, estimulou a memória e projetou as expectativas. A atuação profissional como residentes contribuiu para a ressignificação do papel de sua vida, reconhecendo seu valor e

³ Vide anexo I.

⁴ Vide anexo II.

⁵ Vide anexo III.

⁶ Todos os residentes, tanto do projeto Deficiente Residente quanto do projeto Museu Amigo do Idoso, receberam uma remuneração mensal equivalente à de um educador da instituição.

potencialidades, enriquecendo sua experiência pessoal e aprofundando o autoconhecimento.

O grande legado do projeto é, sem dúvida, o afeto experimentado com os residentes Maria Elisa e Jorge, possível e passível de extensão a qualquer idoso que visita o museu, que o fará sentir-se acolhido e respeitado. E, desta forma, é também uma confirmação de que o Museu do Futebol é um espaço para todos.

“Devemos aprender durante toda a vida, sem imaginar que a sabedoria vem com a velhice.” In: PLATÃO, A República.



Os residentes idosos Maria Elisa e Jorge Expósito

Referenciais teóricos

AZEVEDO, Clara de Assunção; BRITO, Amaury Costa; CARDOSO, Ialê Pereira. *Projeto Deficiente Residente: uma experiência de inclusão no Museu do Futebol*. In: Reflexões e experiências [anais]. Organização de Adriana Fontes e Rita Gama. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2012.

BRASIL. Lei 10.741, de 1 de outubro de 2003. Institui o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm>. Acesso em: 31/03/2017.

BRITO, Amaury Costa; CARDOSO, Ialê Pereira; CONTINELLI, Marcelo. *Projeto aproximações: Ampliando o potencial de inclusão Museu do futebol*. In: CENTRO DE REFERÊNCIA DE EDUCAÇÃO EM MUSEUS. Ano 2, 2014.

BRUNO, Maria Cristina Oliveira (coord.). *Waldisa Rússio Camargo Guarnieri: textos e contextos de uma trajetória profissional*. v. 1. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2010.

CARDOSO, Ialê Pereira; CONTINELLI, Marcelo. *Deficiente Residente: Uma experiência atitudinal*. In: *Fronteiras regionais e perspectivas nacionais [anais]*. Coordenação de Marília Xavier Cury. Blumenau: Museu Hering: Fundação Hermann Hering, 2014.

FÄRBER, Sonia Sirtoli. Envelhecimento e elaboração das perdas. In: *SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO. A terceira idade: estudos sobre envelhecimento*. Ano 1, n. 1 (set. 1988) – São Paulo: SESC-GETI, 1988-2006.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

MARTINS, Luciana Conrado et al. *Que público é esse? Formação de público de museus e centros culturais*. São Paulo: Percebe, 2013.

PLANO ESTADUAL PARA A PESSOA IDOSA: Futuridade. São Paulo: Secretaria Estadual de Assistência e Desenvolvimento Social: Fundação Padre Anchieta, 2009.

RODRIGUES, Carlos Lima et al. Resgate de memórias e emoções: um passeio à pinacoteca. In: *Revista Portal De Divulgação*, n.45, Ano V. Jun/Jul/Ago. 2015.

Anexos

Anexo I

FUTEBOCHA	
Tipo de ação	
Jogo para a área externa do museu	
Educadores Proponentes	
Ana Friedman e Diego Sales	
Introdução	

No último encontro da equipe da manhã com o residente Sr. Jorge Exposito no projeto Museu Amigo do Idoso, surgiu a ideia de produzir um jogo novo externo que contemplasse a maior parte da família, de forma que todos pudessem jogar juntos, independente de sua idade. Entre conversas e sugestões, chegamos à ideia de misturar um dos esportes mais tradicionais praticados pela terceira idade, a bocha, com o futebol. O intuito do jogo é adaptar as regras oficiais da bocha à uma forma de jogar com os pés, sendo assim mais acessível ao nosso público e conversando com o tema principal do nosso Museu.

Palavras-chave

Bocha; Pés; Externo; Jogo; Idoso; Família; Acessibilidade

Objetivos

Com esta proposta, temos o objetivo de criar um jogo no qual a maior parte do público visitante do Museu possa jogar. O jogo tem como objetivos básicos trabalhar as habilidades físicas do jogador, como a propriocepção, equilíbrio, coordenação motora, controle da força, entre outras e também as habilidades de estratégia, raciocínio, trabalho em grupo, competitividade e colaboração.

Público-alvo

Famílias e grupos de idosos

Metodologia

Poderá ser jogado por duas pessoas ou duas equipes de até quatro integrantes cada, sendo que cada time terá direito a quatro bolas de iguais pesos e tamanhos, identificadas com cores diferentes. O jogo terá um alvo com três círculos concêntricos de diferentes pontuações, sendo a mais central valendo 100 pontos, a intermediária valendo 50 pontos, e a externa valendo 25 pontos.

Recursos materiais

Tapete de Grama sintética de 3m x 10m (sujeito à adequações de acordo com os padrões de fabricação), com um desenho de uma linha de lançamento a 1.2m de distância do fim do tapete e de um alvo na outra extremidade, cujas medidas são:

- Diâmetro círculo maior: 2,5m
- Diâmetro círculo do meio: 1,3m
- Diâmetro círculo menor: 0,4m

Dez Bolas, de duas cores diferentes, sendo que durante o jogo serão utilizadas apenas oito – sendo quatro bolas para cada equipe.

Referências bibliográficas

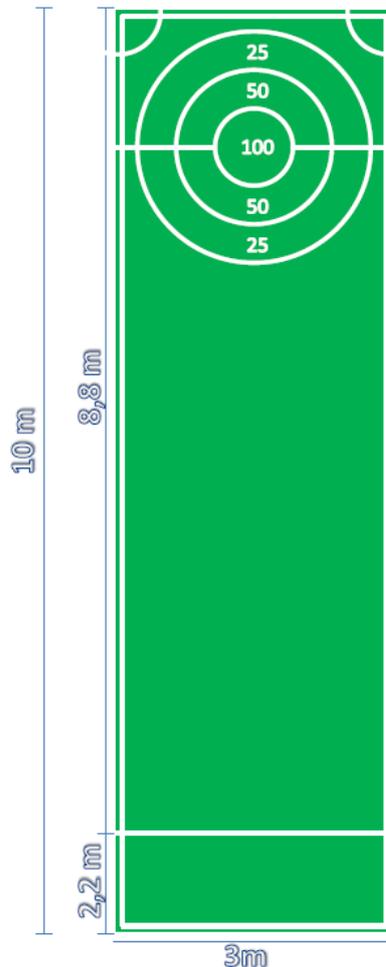
<http://regrasdoesporte.com.br/bocha-como-jogar-bocha-conheca-as-regras.html>

Imagens de referência



Projeto de campo

Projeto executado pela equipe do Educativo, referente ao campo que será produzido para a prática do Futebocha.



Dimensões do alvo



Diâmetro:

100 pontos – 0,4m
50 pontos – 1,3m
25 pontos – 2,5m

Distância entre as
margens: 0,5m

Inspirado com os aprendizados do projeto "Museu Amigo do Idoso", o "Futebocha" mescla dois populares esportes: o Futebol e a Bocha. Em uma quadra representando um campo de futebol os participantes devem lançar a bola com os pés, com o intuito de alcançar a máxima pontuação em um alvo.

Registros da criação



Nas imagens, os educadores Cláudia Stocco, Ana Friedman e Diego Sales pensando no formato da atividade com o residente Joge Exposito. Na sequência, a coordenadora Ialê Cardoso e os educadores Ana Friedman e Diego Sales realizam a pintura das marcações na grama sintética.

Registros da inauguração



No fechamento do projeto Museu Amigo do Idoso, foi realizada a inauguração da atividade Futebocha com a equipe do museu

Anexo II

MUSEU DE MIM	
Tipo de ação	
	Projeto que visa promover a integração entre grupos de idosos e a Ação Educativa presente no Museu do Futebol, isto através da associação entre memórias pessoais e o acervo existente no Museu do Futebol.
Proponentes	
	Suzana Cardoso
Apresentação	
	<p>O Museu de Mim é uma atividade com foco na memória e na identidade e utiliza de conceitos como museologia, acervo, expografia para propor a criação de uma coleção que conte a trajetória do participante – seja através de narrativas, imagens ou objetos. Através da elaboração deste museu pessoal se discute os significados afetivos que este acervo adquire ao longo do tempo através de sua relação com aquele que o possui.</p> <p>Para dar forma a este museu o participante é estimulado a refletir sobre dois principais aspectos: o formato e o conteúdo. No primeiro abrangem-se questões mais externas: “O que estará exposto neste museu?”, “Como estará exposto?”, “Qual história este museu conta?”, “Quais assuntos dentro do tema ‘Minha história’ eu gostaria de expor?”. Por estas questões, o educador pode desvelar assuntos inerentes a qualquer museu, principalmente ao Museu do Futebol, de maneira que um participante que talvez não tenha frequência em instituições desta natureza possa fazer reflexões sobre tal.</p> <p>O segundo aspecto volta-se de maneira mais introspectiva ao conteúdo deste museu, ou seja, a História e as Memórias do participante. O trabalho com idosos no projeto Museu Amigo do Idoso evidenciou a potencialidade do trabalho de resgate de memórias como ativador de diálogos e interpretações sobre o mundo que nos cerca. O museu produzido pelo participante com sua própria história é exposto ao grupo enquanto discute-se o porquê do valor de sua pequena coleção, resultando assim em uma experiência tanto de autoconhecimento como de compreensão do outro.</p> <p>Em suma, o projeto faz parte de um processo de autoconhecimento e de valorização de suas vivências através da memória, e mostra que cada um de nós tem um museu particular, onde colecionamos nossos objetos, desejos, emoções e lembranças. Além de resgatar as memórias do público o participante pode vir a reconhecer o Museu também como um local de memórias sociais que podem estar atreladas às nossas experiências de vida.</p>
Palavras-chave	
	Museu, Educadores, Idosos, Memória, Autoconhecimento, Inclusão

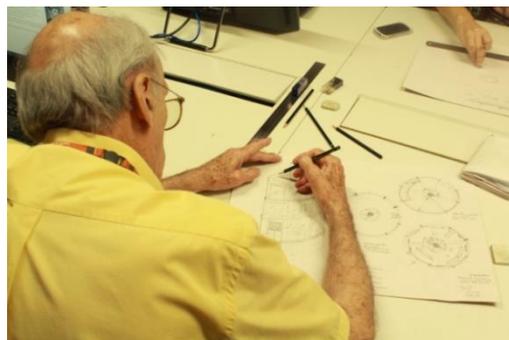
Justificativa
<p>O Museu do Futebol, como espaço referência dedicado ao futebol, percebe a carência de atividades educativas envolvendo esta proposta em espaços semelhantes. A possibilidade de estender o atendimento cultural a grupos de idosos que, de alguma forma, vivem a experiência da exclusão, e que nem sempre encontram um ambiente propício para tal troca de experiências, foi o mote para desenvolver este projeto. Apesar do Educativo do Museu do Futebol já realizar atendimento a idosos, não havia até então sido elaborada uma ação continuada dirigida aos mesmos que estimulasse sua convivência tanto dentro como fora do equipamento.</p> <p>Cientes de que o público alvo deste projeto é composto por pessoas que também procuram ampliar seu acesso a bens culturais, é pertinente o desenvolvimento de ações que minimizem os obstáculos que dificultam tal acesso a informação e cultura. Desta forma, o Museu do Futebol, como instituição cultural, apresenta-se como fomentador do diálogo, partindo de ações pedagógicas que visam o intercâmbio com grupos variados contando sempre com a mediação de um educador.</p>
Objetivo
<p>O objetivo do projeto é ampliar o potencial de inclusão do Museu do Futebol ao promover a integração entre grupos de idosos e a ação educativa presente no museu, isto por meio de uma atividade que reúna uma coleção de narrativas, imagens e objetos importantes nas vidas das pessoas envolvidas. Tal coleção será formada não apenas sobre os significados afetivos de cada acervo pessoal, mas também mediante uma abordagem multidisciplinar do acervo existente no Museu do Futebol, estabelecendo assim uma relação que proporcione maior autoconhecimento e compreensão do outro para os grupos participantes.</p>
Metodologia
<p>O projeto se fará em duas etapas: Primeiramente, os educadores irão até o local de reunião do grupo para um encontro com 1h de duração, no qual haverá a exposição do projeto e preparo para a próxima fase. Posteriormente, o grupo de idosos virá ao museu para uma visita mediada com 1h30min de duração, onde o acervo do museu será exposto, discutido, e então a proposta será concluída.</p>
Público-alvo
<p>Grupos de pessoas com mais de 60 anos que, de alguma forma, vivem a experiência da exclusão.</p>
Custo e transporte
<p>Para este projeto a entrada no Museu do Futebol é gratuita, cabendo às partes envolvidas a resolução quanto ao transporte dos grupos até o museu, mais especificamente, será necessário o transporte de um a três educadores à instituição parceira, e um ônibus para trazer os idosos para o museu.</p>
Número de participantes
<p>Proposta inicial para a participação de grupos com no máximo 20 pessoas.</p>

Resultados esperados

O Museu do Futebol é um museu da história do Brasil. Uma história que atravessa o século XX e comemora a expressão cultural do futebol. Visitar o Museu é revisitar através do futebol a trajetória brasileira ao longo do século XX e perceber como nossos usos e costumes contam esta narrativa. Portanto, pode-se afirmar que o Museu do Futebol é hoje um espaço de história, emoção e diversão, consistindo assim em um verdadeiro centro de referência para o visitante.

Cientes de que o acesso ao acervo do museu, somado este aos significados afetivos pessoais, possa ampliar a noção de pertencimento de um indivíduo, e assim também elevar sua autoestima, observa-se ser pertinente o desenvolvimento de ações que minimizem os obstáculos que dificultam tal vivência e acesso. Com isso, espera-se com este projeto incentivar o resgate da memória, visto que este seja um importante aspecto educativo na construção e valorização do cidadão e do indivíduo.

Registros de Imagens



Os educadores Laís de Oliveira, Suzana Sanches e Débora de Oliveira com o residente Jorge Exposito durante o planejamento da atividade Museu de Mim



Finalização do piloto Museu de Mim, com apresentação dos museus criados pelos educadores Suzana Sanches, Débora de Oliveira, Rodrigo Luzzi, Laís de Oliveira e do residente Jorge Exposito

Ação: Desenvolver ações, projetos, programas para famílias

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

Detalhamento da meta 47

Tabela 5. Resumo das Ações

RESUMO DAS AÇÕES 47-53						
Tipos de atividades oferecidas às famílias	PRODUTOS			RESULTADOS		
	Previstas	Realizadas	ICM (trimestre)	Público mínimo previsto	Público atendido	ICM (trimestre)
Visitas ao Estádio do Pacaembu	20	20	100%	300 (15 pessoas por visita)	497	166%
Jogos, atividades e dinâmicas (área expositiva e/ou área externa)	25	55	220%	250 (10 pessoas por atividade)	1.709	684%
Visitas educativas às famílias – público espontâneo	24	26	108%	72 (3 pessoas por visita)	265	368%
Totais	69	101		622	2.471	

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

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

Detalhamento das metas 48-49

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes por mês

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Janeiro	7	40	1
	14	30	1
	21	112	4
	28	8	1
Fevereiro	4	50	2
	11	36	2
	18	30	1
	25	64	2
Março	4	45	2
	11	37	2
	18	20	1
	25	25	1
Total do trimestre		497	20

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

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

Detalhamento das metas 50-51

Tabela 7. Resumo dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos

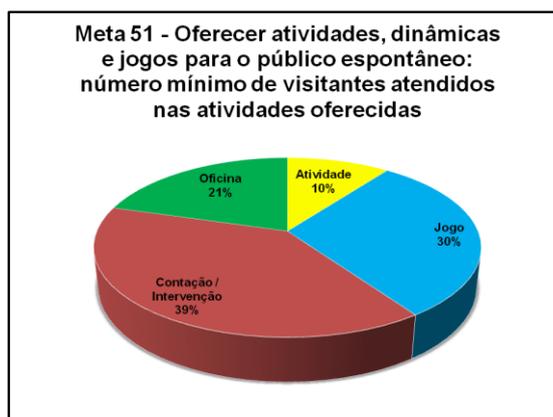
Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
07/01/2017	Mundo das Copas	Jogo	\	14
07/01/2017	Oficina de Escudos	Oficina	\	28
07/01/2017	Oficina de Papertoy	Oficina	\	80
07/01/2017	Baú da Memória	Atividade	\	70
07/01/2017	Jogo das Camisas	Jogo	\	27
08/01/2017	Cosmópolis	Jogo	\	7
08/01/2017	Quebra-Cabeça Charles	Jogo	\	2

	Miller			
08/01/2017	Réplica Jules Rimet e bola 1930	Contação/Intervenção	\	44
08/01/2017	Oficina Faça sua Pipa	Oficina	\	27
08/01/2017	Jogo das Camisas	Jogo	\	28
08/01/2017	Baú da Memória	Contação/Intervenção	\	9
12/01/2017	Kablan	Jogo	\	9
13/01/2017	Futebol de Tampinhas	Jogo	\	12
14/01/2017	Experimentando o Futebol de botão	Jogo	\	32
14/01/2017	Futebocha	Jogo	\	68
15/01/2017	Oficina de Paraquedas	Oficina	\	14
15/01/2017	Memoriball	Jogo	\	8
15/01/2017	Mundo das Copas	Jogo	\	60
18/01/2017	Bigodes Charles Miller	Contação/Intervenção	Museum Selfie Day	280
21/01/2017	São Paulo de Todos	Contação/Intervenção	Aniversário de São Paulo	50
21/01/2017	Futebol de Tampinhas	Jogo	\	14
25/01/2017	São Paulo de Todos	Contação/Intervenção	Aniversário de São Paulo	8
28/01/2017	Kablan	Jogo	\	12
28/01/2017	Oficina Camisas de Origami	Oficina	\	55
29/01/2017	Futebox	Jogo	\	7
29/01/2017	Leitura Animal	Atividade	\	30
29/01/2017	Um conto por nossa conta	Atividade	\	2
04/02/2017	Jogo das Camisas	Jogo	\	45
05/02/2017	Memoriball	Jogo	\	30
05/02/2017	Oficina de Flâmulas	Oficina	\	13
11/02/2017	Deuses Olímpicos	Jogo	Dia do Atleta Profissional	15
11/02/2017	Experimentando o Futebol de 5	Jogo	\	28
11/02/2017	Jogo das Camisas	Jogo	\	21
12/02/2017	Escalação Animal	Jogo	Dia do Atleta Profissional	20
18/02/2017	Mapa das Torcidas	Jogo	\	5
18/02/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	74
19/02/2017	Futevôlei Adaptado	Jogo	Dia do Esportista	5
19/02/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	24
25/02/2017	Oficina Lançador de Confetes	Oficina	Carnaval	32
26/02/2017	Oficina de Máscaras	Oficina	Carnaval	30
26/02/2017	Oficina Lançador de Confetes	Oficina	Carnaval	35
28/02/2017	Oficina de Balangandã	Oficina	Carnaval	35
28/02/2017	Mundo das Copas	Jogo	Carnaval	32

28/02/2017	Oficina de Máscaras	Oficina	Carnaval	28
28/02/2017	Baú da Memória	Atividade	Carnaval	18
04/03/2017	Respeita a Moça	Jogo	Dia Internacional da Mulher	10
05/03/2017	Mulheres de Ouro	Jogo	Dia Internacional da Mulher	18
11/03/2017	Sarau: Um conto por nossa conta	Contação/Intervenção	\	15
12/03/2017	Maratona de Quebra-Cabeças	Jogo	\	11
18/03/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	63
18/03/2017	Mulheres de Expressão	Atividade	\	17
19/03/2017	Espaço Dente de Leite	Atividade	\	47
19/03/2017	Qual é a história?	Jogo	Dia do Contador de História	7
25/03/2017	Malabaristas da Bola	Oficina	Dia do Circo	3
26/03/2017	Mapa das Torcidas	Jogo	\	31

Total de ações realizadas: 55

Total de público atendido: 1.709



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

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

Detalhamento das metas 52-53

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

Tabela 8. Relação das visitas ao museu e número de participantes			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Janeiro	5	5	1
	6	15	2
	8	21	1
	12	4	1
	14	3	1
	15	9	1
	22	15	1
	29	9	2
	31	3	1
Fevereiro	5	32	2
	19	15	1
	26	28	2
	28	11	2
Março	5	3	1
	12	37	2
	19	23	2
	26	28	2
	31	4	1
Total do trimestre		265	26

Observação: por se tratar de uma visita ao público de famílias, com visitantes espontâneos, não há a restrição de 20 pessoas por grupo. Ocorre, em muitos casos, de pessoas não concluírem todo o percurso e/ou juntarem-se ao educador no meio do percurso da exposição principal. Além disso, aproveitando o ensejo da diminuição da procura do agendamento por parte de instituições, as visitas mediadas para famílias foram oferecidas também durante a semana.

5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM

No primeiro trimestre de 2017, foi realizado um novo encontro da Rede Memória e Esporte, no dia 16 de fevereiro, no Museu do Futebol. O encontro foi aberto ao público (e não direcionado apenas aos integrantes da rede) e, por esse motivo, foi descrito dentro das atividades do Programa de Exposições e Programação Cultural.

Como resultados diretos da articulação da Rede, tivemos a atualização do Guia de Memória do Esporte, disponível pelo link: <http://online.fliphtml5.com/kush/otob/>.

Fruto da articulação do SISEM, a mostra itinerante “Visibilidade para o Futebol Feminino”, composta por oito painéis e um vídeo, foi exibida na cidade de Guararema, no período 07 de março a 30 de abril, na Estação Literária Profa. Maria de Lourdes Évora Camargo. Na sequência, a mostra seguirá para a cidade de Sorocaba, no Museu Histórico Sorocabano, de 19 de junho a 02 de julho. A mostra é uma iniciativa do Museu do Futebol e recebe apoio local para transporte e montagem. A mostra foi desenhada de modo a não demandar recursos incentivados para a sua realização e foi inscrita no banco de exposições do SISEM no ano de 2016. O relatório completo das duas montagens será apresentado no próximo período.

Por fim, cumprindo com as metas pactuadas para o período, a equipe da Diretoria Técnica do Museu do Futebol, composta pelas áreas educativa, de pesquisa e documentação (CRFB) e de exposições e programação cultural, reuniu-se para o mapeamento de produtos e ações possíveis de serem oferecidas ao Programa de Integração ao SISEM-SP.

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

Detalhamento da meta 55 - Elaborar mapeamento de ações potenciais para integração do SISEM-SP dentre as ações planejadas em diversas áreas técnicas da OS

A equipe técnica do Museu do Futebol mapeou dez ações para serem oferecidas ao SISEM-SP.

1- Ações na sede do Museu do Futebol – Praça Charles Miller, s/n Estádio do Pacaembu

1.1) Visitas Técnicas temáticas à exposição e áreas técnicas do Museu

Público-alvo: profissionais de museus

Duração das visitas: entre 1h30 a 3h

Objetivos: troca de conhecimentos entre profissionais de museus, com foco nas experiências de projetos e programas do Museu do Futebol.

Temas propostos para as visitas temáticas:

a) Curadoria coletiva: a experiência do projeto "Visibilidade para o Futebol Feminino"

Ementa: a visita tem como objetivo compartilhar a experiência sobre a pesquisa e seleção de acervos com vistas às alterações na exposição principal do Museu do Futebol para a inclusão da trajetória feminina, até então ausente no discurso curatorial.

Duração: 2h00

Capacidade: 20 pessoas por visita

Como fazer: mediante agendamento prévio e disponibilidade dos profissionais da equipe do Museu

Custos: sem custos (atividade na sede da instituição).

b) Implantação de Centros de Pesquisa e Referência: a experiência do Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB

Ementa: a visita técnica é focada no projeto de implantação do CRFB, com apresentação de como foi a elaboração do projeto, equipes, orçamentos e modelo de construção de um centro de referência dedicado à pesquisa e documentação de acervos. Apresentação do Banco de Dados e troca de experiências sobre processos semelhantes em museus.

Capacidade: até 10 pessoas

Como fazer: mediante agendamento prévio e disponibilidade dos profissionais da equipe do Museu

Custos: sem custos (atividade na sede da instituição).

c) Acessibilidade nas exposições e ações educativas: a experiência do Programa Educativo do Museu do Futebol

Ementa: a visita técnica tem o foco nos recursos lúdico-pedagógicos voltados à acessibilidade comunicacional ao público de pessoas com deficiência. Pontua-se também qual o conceito de acessibilidade e como se dá a formação das equipes de orientadores e educadores para o atendimento a todos os públicos. Durante a visita, são mostrados os jogos e recursos criados dentro do Programa de Acessibilidade do Museu.

Capacidade: até 20 pessoas

Como fazer: mediante agendamento prévio e disponibilidade dos profissionais da equipe do Museu

Custos: sem custos (atividade na sede da instituição).

2. Ações fora da sede do Museu do Futebol

2.1 Ações de formação e palestras

As ações de formação e palestras podem ser realizadas na localidade de interesse da instituição solicitante. No ano de 2017, em razão do contexto orçamentário reduzido, caso seja de interesse da instituição parceira, os custos de transporte e hospedagem dos profissionais do Museu do Futebol deverá ser por conta de terceiros e a depender de disponibilidade de datas.

Essas ações de formação e palestras também podem ser oferecidas na sede do Museu do Futebol, sem custos.

Temas:

a) Futebol Feminino

Ementa: O que sabemos sobre a participação das mulheres na história do futebol brasileiro? O intuito desse encontro é proporcionar uma imersão no tema através de imagens raras, vídeos e matérias da imprensa esportiva publicadas desde as primeiras décadas do século XX até os momentos atuais. Conhecer a história de torcedoras, jogadoras, árbitras e jornalistas é o primeiro passo para reconhecer o pioneirismo e protagonismo das mulheres nesse esporte nacional.

Duração: 2h00

Capacidade: sujeito a lotação do local

Público alvo: pessoas interessadas no tema (estudantes, jornalistas, pesquisadores e profissionais da área esportiva)

b) Mapeamento de referências: estratégia de identificação de lugares, atores e eventos para preservação da memória.

Ementa: A partir da experiência de registro de práticas relacionadas ao futebol em São Paulo, vivenciada durante a implantação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro do Museu do Futebol, entre 2011 e 2013, o encontro tem como objetivo compartilhar o processo de construção das ferramentas de pesquisa, de inspiração etnográfica, que permitiram ao

museu identificar, conhecer, dialogar e catalogar uma parte considerável de atores, lugares e eventos responsáveis pela preservação da memória sobre o futebol na cidade, e pela manutenção das diferentes formas de apropriação desse esporte em São Paulo. O mapeamento permitiu a constituição de um acervo digital composto por fotos, vídeos e entrevistas, além de relatos de campos e registros de como os acervos materiais são preservados nesses locais.

Duração: 3h00

Capacidade: sujeito a lotação do local

Público alvo: estudantes, pesquisadores, trabalhadores de equipamentos culturais, museus e terceiro setor.

c) Digitalização de Acervos: pesquisar, preservar e divulgar a memória

Ementa: Essa formação visa compartilhar a experiência do Centro de Referência do Museu do Futebol nas ações de digitalização de acervos pessoais e institucionais. Tal iniciativa tem sido fundamental para a ampliação dos acervos digitais da instituição, assim como no aprofundamento das linhas de pesquisa e na ampliação do acesso público aos documentos relacionados à memória desse esporte. O encontro tem como intuito o debate sobre os processos e metodologias adotadas, contrapartidas e formas de utilização do conteúdo organizado.

Duração: 2h00

Capacidade: estudantes, trabalhadores de equipamentos culturais, museus e instituições de memória.

Público alvo: não especificado

d) Formação para ações educativas

Ementa: Encontros para formação de profissionais interessados em educação e acessibilidade, partindo da experiência do Museu do e com possibilidade de abordagem dos seguintes temas:

- Como lidar dentro da educação com pessoas com deficiência?
- Como mediar com acervo de patrimônio imaterial?
- Como bem utilizar a tecnologia e a educação?
- Como realizar avaliações qualitativas de ações educativas?
- Como estabelecer relações do ensino não formal com o ensino formal?
- Como implementar e gerir uma equipe educativa dentro de um espaço cultural?

Duração: 2h00

Capacidade: sujeito a lotação do local

Público alvo: Professores, educadores, guias de turismo e pessoas interessadas em geral

Essa ação pode ser realizada de modo on-line, a depender da estrutura local.

3. Exposições itinerantes

Dispomos de duas exposições itinerantes já inscritas no Banco de Exposições do SISEM-SP. São elas: “Museu do Futebol Na Área” e “Visibilidade para o Futebol Feminino”.

Para realização das mostras é necessário aporte específico de patrocínio e/ou cobertura de custos de transporte, montagem e desmontagem.

4. Intercâmbio Educativo

O projeto teve início no segundo semestre de 2016 e tem o objetivo de promoção de intercâmbio entre equipes educativas de instituições museais. Em linhas gerais, educadores e orientadores e supervisores e coordenação realizarão visitas técnicas em espaços de educação não formal. Estas visitas resultarão em relatórios que apontarão elementos e ações positivas que a outra instituição pode absorver para refletir em melhorias de atendimento ao público, bem como ações que a nossa equipe pode agregar em seu cotidiano com este mesmo objetivo.

Essa ação está condicionada a recursos adicionais ao orçamento do Museu para o ano de 2017. Poderá ser realizada mediante parcerias com outras instituições, que custeiem transporte e hospedagem da equipe.

6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ao longo do 1º trimestre de 2017, as redes sociais do Museu do Futebol foram alimentadas constantemente a fim de divulgar os programas e ações desenvolvidas pela instituição. No final do período, constatou-se **2.452 novos seguidores nas redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e Youtube**, superando, assim, a marca alcançada no último trimestre de 2016, quando se conquistou 2.192 novos seguidores. Para reforçar a divulgação das atividades do Museu foram enviados nove **e-mails marketing** para um total de 29.575 endereços eletrônicos e inseridos banners na página do Facebook e no videowall, ambos do Museu.

Anúncios institucionais foram inseridos nos veículos de mídia parceiros, a saber, Revista Piauí (edições de janeiro, fevereiro e março) e jornal O Estado de São Paulo (dia 10/02 no Divirta-se e dia 10/03 no Caderno 2). Também houve inserção de anúncio do Museu no site Torcedores.com e na Revista Brasileiros. Os anúncios no site Torcedores.com foram viabilizados por meio de parceria envolvendo o recebimento de volume de mídia de 10 matérias patrocinadas e 2.8MM de impressões de banner do Museu do Futebol no referido site como contrapartida à cessão do auditório do Museu do Futebol para a realização de evento do Site. Já o anúncio na Revista Brasileiros, na edição de fevereiro, foi um oferecimento do veículo com o qual se mantém relacionamento para a realização de ações em parceria sempre que oportunas - como foi o caso da viabilização do anúncio.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa **574 inserções em veículos de comunicação**, com destaque para a programação de férias no Museu, homenagem ao São Paulo Futebol Clube, inauguração do Espaço Dente de Leite, atividades em comemoração ao Dia da Mulher (08/03) e Museum Selfie Day (18/03).

No fechamento do trimestre, constatou-se o recebimento de **55.036 visitantes únicos no site institucional**, havendo, portando, a superação da meta estipulada de 16.000.

Como resultados dos esforços para a **realização de parcerias**, renovou-se o contrato com Fundação Abrinq e firmou-se parceria para o ano de 2017 com as instituições: Universidade do Futebol, FCBEscola e Spotify.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
No.	Ação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
56	Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu	Nº de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube	1º tri	5	5
			2º tri		
			3º tri		
			4º tri		
			META ANUAL	5	5
			ICM%	100%	25%
57		Indicativo de Produtos Nº de parcerias/projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação	1º tri	No mínimo:1	1
			2º tri	No mínimo:1	
			3º tri	No mínimo:1	
			4º tri	No mínimo:1	
			META ANUAL	No mínimo:4	1
			ICM%	100%	25%

58	Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º tri	3	3
			2º tri	3	
			3º tri	3	
			4º tri	3	
			META ANUAL	12	3
		ICM%	100%	25%	
59	Elaborar e implantar Plano de Comunicação exclusivo ao CRFB – 1 plano entregue	Indicativo de Produtos	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º tri	-	-
			2º tri	1	
			3º tri	-	
			4º tri	-	
			META ANUAL	1	-
		ICM%	100%	-	
60	Nº mínimo de inserções na mídia	Indicativo de Resultados	Previsão Trimestral		
		Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º tri	No mínimo: 200	574
			2º tri	No mínimo: 200	
			3º tri	No mínimo: 200	
			4º tri	No mínimo: 200	
		META ANUAL	No mínimo: 800	574	
		ICM%	100%	100%	
61	Monitorar nº de visitantes virtuais no website	Indicativo de Resultados	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
			1º tri	No mínimo: 16.000	55.036
			2º tri	No mínimo: 16.000	
			3º tri	No mínimo: 16.000	
			4º tri	No mínimo: 16.000	
			META ANUAL	No mínimo: 48.000	55.036
		ICM%	100%	100%	

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

Ação Desenvolver e implantar o Plano de Comunicação para articular e se comunicar com os diversos públicos da instituição, valorizar a marca e aumentar a visibilidade do museu

Detalhamento da Meta 56

Nº de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube

Nos canais de comunicação digital da instituição trabalhou-se na divulgação do Museu, sua programação educativa e cultural e ações desenvolvidas nos três primeiros meses do ano. Como parte da rotina, elaboraram-se as artes e textos para as postagens programadas para as redes sociais e site e foram feitos e disparados informativos eletrônicos (e-mail marketing), elaborados anúncios para o videowall do Museu, localizado acima das cabines de Bilheteria, e outros materiais de comunicação de acordo com a necessidade. Foram tiradas fotos e feitos vídeos de eventos da programação para serem usados na comunicação e também para integrarem o arquivo institucional. Em "Rotinas" encontram-se as artes elaboradas no período.

Destaca-se nesse 1º trimestre o trabalho de elaboração dos textos e artes, bem como a realização de testes de navegação para o lançamento do novo site do Museu do Futebol, colocado no ar domingo, dia 02/04.

Alguns conteúdos trabalhados no trimestre foram: espaço de férias no Museu que contou com brincadeiras de rua no universo da Turma da Mônica; a ação em homenagem ao aniversário do São Paulo Futebol Clube - durante o mês de janeiro, os Sócios Torcedores tinham meia entrada para visitar o Museu e os visitantes podiam acessar um roteiro sobre as referências ao time de futebol presentes na exposição -; a participação do Museu na ação Museum Selfie Day; a divulgação do projeto "Memórias do Pacaembu" - com início no ano passado, o Museu busca, por meio de projeto de pesquisa de campo e campanha para recebimento de documentos para digitalização sobre o bairro do Pacaembu, dialogar com os seus vizinhos, como o Cemitério do Araça, para levantar dados sobre a região onde o Museu está inserido; a programação de atividades educativas como as oficinas durante o feriado de carnaval e a divulgação do campeonato de futebol de botão e da palestra com o sociólogo inglês David Wood sobre futebol feminino, além de postagens sobre a participação das mulheres no futebol, ao longo de março. Seguem exemplos das postagens feitas no perfil do Facebook do Museu:

Museu do Futebol compartilhou o próprio evento.
Publicado por Carolina Bianchi (7) · 5 de janeiro

Daqui a pouco abriremos as portas do espaço do Férias no Museu do Futebol!

Dê uma olhada nos detalhes do evento para conferir o que programamos para o verão de 2017. Vale registrar que nos sábados, dias 07 e 21/01, a Mônica e o Cebolinha estarão conosco. O Cebolinha pediu para dizer que espela vocês no férias no Museu 😊



JAN 5 Férias no Museu do Futebol 2017
5 de janeiro - 18 de janeiro · Museu do Futebol...
Daniela, Ximera e 8 amigos

346 pessoas alcançadas

Curtir Comentar

Camilla Miele Ghingaro, Ademir Takara e outras 15 pessoas

Museu do Futebol
Publicado por Carolina Bianchi (7) · 5 de janeiro

Ao longo de janeiro, os são-paulinos e curiosos pelo esporte poderão visitar o Museu de um modo especial!

Um roteiro disponível para smartphones especialmente preparado para essa homenagem destaca as referências aos ídolos e à história do Clube. Chegando ao Museu, solicite o QR Code para acessar o roteiro.

A loja Futebol Super Store, do Pacaembu, localizada dentro do Museu, também homenageia o São Paulo neste mês oferecendo aos sócios torcedores gratuidade para a customização de camisetas compradas na loja.

O Museu não abre às segundas-feiras e tem entrada gratuita aos sábados. O valor do ingresso é R\$ 10,00.

Ao longo do ano homenagearemos os quatro maiores Clubes de São Paulo em seus meses de aniversário, aguardem!

#MuseuParaTodos



NO MÊS DE ANIVERSÁRIO DO TRICOLOR PAULISTA OS SÓCIOS-TORCEDORES TÊM 50% DE DESCONTO PARA VISITAR O MUSEU DO NOSSO ESPORTE FAVORITO.

Apresente sua carteirinha na bilheteria do Museu.



142.874 pessoas alcançadas

Impulsionar publicação

Curtir Comentar Compartilhar

Nilton Almeida, Leandro Soares e outras 40 pessoas

43 compartilhamentos

Museu do Futebol
Publicado por Carolina Bianchi (7) · 17 de janeiro

Olha os São-Paulinos comemorando o mês de aniversário do Clube com uma clássica selfie do campo do Pacaembu a partir do nosso Museu! Amanhã, 18/01, é o **Amus-eu-mesemsi** - o dia Internacional da selfie nos museus. Prepare a sua folhinha e poste com a hashtag para participar ativamente da divulgação dos museus do mundo todo.

#mus-eu-do-futebol #culturasp #mus-eu-sp



580 pessoas alcançadas

Impulsionar publicação

Curtir Comentar Compartilhar

Suzane Freitas, Leandro Soares e outras 74 pessoas

Escreva um comentário...

Museu do Futebol compartilhou a publicação de Serviço Funerário do Município de São Paulo.
Publicado por Carolina Bianchi (7) · 18 de fevereiro

Agradecemos a equipe do Cemitério do Araçá por compartilhar conosco suas histórias na nossa empreitada de reunir registros do bairro onde estamos.

Serviço Funerário do Município de São Paulo
18 de fevereiro

O Museu do Futebol saiu pelas cercanias do bairro Pacaembu para compreender melhor suas histórias, conhecer seus edifícios e ruas. E com isso, descobriu um vizinho...

Ver mais



Cemitério do Araçá: histórias sobre a cidade, o futebol e a morte - Museu do Futebol

O dia 20 de janeiro de 1994 marca o processo de São Paulo, muito diferente do que os paulistas hoje veem na cidade do país. Compreender como...

MUSEU DO FUTEBOL, ONG - SP

931 pessoas alcançadas

Impulsionar publicação

Curtir Comentar Compartilhar

Ademir Takara, Nita Chalut e outras 10 pessoas

Detalhamento da Meta 57

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

Embora outras parcerias firmadas ao longo do 1º trimestre envolvam a divulgação do Museu do Futebol, registra-se, para fim da comprovação do alcance da meta, a viabilização de anúncio de página inteira na Revista Brasileiros, edição de fevereiro de 2017.

No período, houve a inserção de anúncios institucionais nos veículos de mídia parceiros, Revista Piauí e jornal O Estado de São Paulo, e também a impressão de banners do Museu no site Torcedores.com, todos frutos de parcerias firmadas em 2016.

ANÚNCIOS DO MUSEU DO FUTEBOL EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

Período: janeiro a março/2017

Veículo	Data veiculação	Assunto	Imagem
Revista Piauí	Edição de janeiro	Anúncio Institucional	
Revista Piauí	Edição de fevereiro	Anúncio Institucional	
Site Torcedor.com	Fevereiro e março	Anúncio Institucional	

Revista Brasileiros	Edição de fevereiro	Anúncio Institucional	
O Estado de S. Paulo	10/02/2017	Anúncio Institucional Divirta-se	
Revista Piauí	Edição de março	Anúncio Institucional	
O Estado de S. Paulo	10/03/2017	Anúncio Institucional Caderno 2	

Detalhamento da Meta 58

Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação.

Novos conteúdos para os canais de comunicação são produzidos constantemente para a alimentação das redes sociais, atualização do site institucional e inserção de anúncios do Museu em veículos de terceiros, mas, para a finalidade de comprovação da meta, destacam-se os seguintes conteúdos preparados ao longo do 1º trimestre deste ano:

- 1) **Participação do Museu do Futebol na ação mundial *Museum Selfie Day***: para a ação deste ano elegeram-se o Charles Miller como personagem. O Dia da Selfie no Museu foi anunciado por meio de postagem nas redes sociais explicando do que se tratava juntamente com uma arte especialmente criada para a ocasião, ilustrada abaixo. Na sala Origens da exposição de longa duração, que retrata a sociedade brasileira no começo do século XX, preparou-se um informativo aos visitantes sobre quem foi Charles Miller e sobre a ação. Educadores do Museu permaneceram no espaço fazendo a mediação com o acervo e distribuindo adesivos no formato de bigodes para que os visitantes brincassem de ser Charles Miller e tirassem suas fotos. Durante o Dia Selfie no Museu, 18/01, foram postadas *selfies* dos visitantes do dia participando da iniciativa.



- 2) **Postagens realizadas ao longo do mês de março sobre as mulheres do universo do futebol:** aproveitando o significado do dia 08 março, Dia das Mulheres, preparou-se uma série de conteúdos que resultaram do projeto Visibilidade para o Futebol Feminino realizado pelo Museu, em 2015. Por meio das postagens, no Facebook e no Instagram, foram contadas histórias da participação de mulheres, dentro e fora do gramado, que abriram caminho para tantas outras se profissionalizarem e ganharem espaço. Foi realizada uma postagem por dia e divulgado o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) do Museu do Futebol como fonte de dados sobre futebol feminino do país, cujo acesso é público e gratuito. Abaixo segue o post final da sequência de postagens sobre o tema - um GIF com imagens que ilustraram os textos.



3) Criação de playlists para o perfil do Museu do Futebol no Spotify:

para o lançamento do perfil do Museu na plataforma foram preparadas quatro playlists: "Balanço Futebol Clube", "O Futebol é Pop", "Vozes São Paulinas" e "Vozes Santistas". As duas primeiras playlists trazem o futebol como personagem de letras de músicas brasileiras. A terceira e quarta playlists são um conjunto de músicas cantadas por torcedores declarados do São Paulo e do Santos Futebol Clube, já que neste ano o Museu está homenageando os quatro maiores clubes paulista nos meses de seus aniversários para aproximar o torcedor da instituição museológica.

Como ilustração, abaixo segue o post que anunciou o perfil do Museu no Spotify e as playlists preparadas.



Detalhamento da Meta 60

Nº mínimo de inserções na mídia: 200 previsto; 574 realizados.

Para a diversificação da divulgação dos programas e ações da instituição, foram preparados e enviados releases para assessorias de imprensa. Os mesmos foram aprovados pela Secretaria da Cultura (SEC), conforme procedimento regular. Coube à equipe do Museu, como rotina, o fornecimento de informações para matérias, bem como o recebimento de equipes de reportagem no espaço para entrevistas e gravações. Os releases do período seguem anexos.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa 574 inserções em veículos de comunicação, havendo, portanto, a superação da meta mínima estipulada de 200 inserções. As inserções em mídia ocorrem por modo espontâneo, não onerando o orçamento previsto em Contrato de Gestão, fazendo-as sempre bem-vindas para a divulgação do equipamento. Seguem abaixo a quantidade de menções e/ou matérias sobre o Museu que saíram na mídia no primeiro trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Número de Inserções
Janeiro	324
Fevereiro	126
Março	124
Total	574
Tipo de mídia	Total de Inserções
Impressa	136
Online	381
Rádio	39
TV	18

Os destaques da imprensa estão demonstrados no item "Rotinas" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

Detalhamento da Meta 61

Monitorar nº de visitantes virtuais no website – mínimo 16.000

O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o trimestre com 55.036 visitantes únicos, contra 48.123 alcançados no último trimestre de 2016.

A meta estipulada de 16.000 trata-se de um número mínimo a ser alcançado e sua superação de modo nenhum onera a instituição e reflete, de certo modo, o interesse do público em obter informações, provavelmente

após repercussão positiva do trabalho de comunicação desenvolvido nas redes digitais.

O relatório do Analytics é apresentado no item Rotinas do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

Detalhamento da Meta 62

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

Abaixo seguem o número de novos seguidores das redes sociais Facebook, Twitter, Instagram e YouTube no 1º trimestre de 2017, bem como o número acumulado por canal.

Rede social	Novos seguidores (jan a mar /2016)	Total de seguidores
Facebook	1.565	45.194
Twitter	470	21.520
Instagram	306	2.759
Youtube	111	1.025
Total	2.452	70.498

Justificativa do não alcance do número mínimo de seguidores

A meta de 10.000 novos seguidores nas redes sociais foi projetada considerando a implantação de sistema de login social para acesso ao serviço de wifi do Museu do Futebol. Devido a questões técnicas, o sistema de login social não foi implantado como previsto para o 3º trimestre de 2016. O Núcleo de Tecnologia do IDBrasil, desde então, seguiu estudando possibilidades para se condicionar o uso do wifi do Museu ao curtir o perfil da instituição no Facebook, o que foi conseguido no final do 1º trimestra deste ano. Para o próximo trimestre acredita-se que se poderá medir a eficácia do sistema quanto ao aumento de número de seguidores naquela rede social.

Ação: Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios (pessoas físicas e jurídicas)

Meta 64

Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoas físicas

Como resultados dos esforços para a realização de parcerias, renovou-se o contrato com Fundação Abrinq e firmou-se parceria com as instituições Universidade do Futebol, FCBEscola e Spotify.

Abaixo segue, em linhas gerais, os acordos firmados com as instituições com as quais se estabeleceu parceria neste 1º trimestre de 2017:

- **Fundação Abrinq:** a parceria foi renovada por mais um ano e envolve o recebimento sistemático de grupos de jovens de associações e ONGs para visitas mediadas com educadores do Museu. As visitas acontecem às quintas-feiras para grupo de até quarenta pessoas.

- **Universidade do Futebol:** o acordo com a Universidade compreende a concessão de desconto para a realização de quatro eventos no auditório do Museu, ao longo de 2017, e, em contrapartida, a Universidade divulga o Museu junto ao seu público da seguinte forma: menção ao apoio do Museu, ou inserção das logomarcas oficiais, em todos os materiais de comunicação dos eventos realizados no auditório, sejam eles postagens em redes sociais, notas no site institucional, releases, cartazes, entre outros; compartilhamento de uma postagem do Facebook do Museu, a ser escolhida pela Universidade, sendo pelo menos um post a cada duas semanas; publicação de três textos produzidos pelo Museu no site da Universidade; divulgação na newsletter da Universidade dos textos do Museu; divulgação do Museu em cinco edições da newsletters da Universidade, em formato e conteúdo a serem definidos; inserção da logomarca do Museu no site da Universidade, sob o crédito de apoio; oito bolsas de estudo nos cursos ou 10% de desconto nos cursos da Universidade para colaboradores do IDBRASIL da Universidade; desenvolvimento de outras ações oportunas em conjunto, desde que estejam alinhadas aos objetivos tanto do Museu como da Universidade.

- **FCBEscola:** A FCBEscola é a escola de futebol do clube espanhol Barcelona. A tratativa estabelecida envolve, de forma geral, a cessão do

auditório do Museu para dois eventos da Escola e o recebimento de grupos de alunos para visitas mediadas ao Museu, em 2017, sendo o total de nove visitas para grupos formados por até 40 pessoas por visita. E, por parte da instituição, o Museu recebe as seguintes contrapartidas: divulgação do Museu junto ao público da Escola, incluindo a publicação de postagem no Facebook da Escola sobre as visitas educativas realizadas por seus alunos ao Museu ou, alternativamente, o compartilhamento de uma postagem do perfil no Facebook do Museu, sendo uma postagem por mês durante o período da vigência da parceria; a inserção da logomarca do Museu no site da Escola, sob o crédito de apoio; inserção da régua de Museu, sob o crédito de apoio, nas peças gráficas dos eventos a serem realizados no Museu; menção ao apoio do Museu em releases para assessoria de imprensa sobre os eventos a serem realizados no auditório; oferecimento ao Museu da possibilidade de realizar promoções aos seus visitantes, entre 6 e 15 anos, para que façam uma aula teste, sem custo, na Escola; a realização de palestra, no Museu, sem custo, por profissional da Escola sobre a identidade do Clube Barcelona, em data definida em comum acordo, e que integrará a programação cultural do Museu; e o desenvolvimento outras ações oportunas em conjunto, desde que estejam alinhadas aos objetivos tanto do Museu do Futebol como da FCB Escola e de acordo com a disponibilidade de ambas as instituições.

- **Spotify**: a plataforma de músicas está se popularizando no Brasil e algumas instituições culturais já contam com um perfil nessa rede. O Museu do Futebol se associou ao Spotify e agora conta com perfil oficial verificado, onde pode hospedar suas playlists para serem ouvidas pelos usuários da rede. O valor de tabela para que empresas contem com a verificação de seu perfil tem o custo de R\$100.000,00, mas com a parceria, o Museu foi isentado do pagamento. Além disso, o Spotify recomendará o perfil aos usuários, em mês a ser definido, e poderá incluir uma playlist para entrar na categoria Trending, bem como divulgar a parceria em seu Facebook. A parceria, portanto, divulga o Museu no canal e, ao mesmo tempo, é mais uma forma da instituição museológica expressar o futebol como manifestação cultural.

A superação da meta deve-se ao fato de oportunidade e representam ganho ao Museu do Futebol no que diz respeito à diversificação de sua divulgação e incremento de suas relações institucionais.

7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA (2017)

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

METAS CONDICIONADAS

No primeiro trimestre de 2017 não foram realizadas nenhuma meta condicionada prevista para o ano, em razão de não haver disponibilidade de recursos adicionais.

8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Gestão de Recursos Humanos - Treinamento para desenvolvimento técnico e competências diversas		R\$ 50.000
2	Atualização do Software de Gestão financeira para integração do sistema de bilheteria		R\$ 150.000
3	Pesquisa qualitativa: avaliação da exposição e da imagem do Museu do Futebol	Indicativo de Produto: Pesquisa realizada. Indicativo de resultado: Relatório com análise da percepção dos visitantes sobre a exposição de longa duração entregue	R\$ 30.000
8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Aprimoramentos no software de Banco de Dados do CRFB para melhorias nos processos de documentação, relatórios e interface de consulta pública.	Indicativo de produto: Banco de dados aprimorado. Indicativo de resultado: ampliação dos acessos para consulta pública (média mensal atual: 300 acessos únicos; projeção após reformulação: 1.000 acessos únicos)	R\$ 60.000

2	Ampliar capacidade de processamento de informações – contratação de catalogadores temporários (3 por ano, custo anual: R\$ 90.000,00)	Indicativo de resultados: 1.000 novas entidades registradas no Banco de Dados, incluindo todos os tipos de entrada (acervo, eventos, pessoas e instituições)	R\$ 90.000
---	---	--	------------

8. METAS CONDICIONADAS (2017)
Programa de Exposições e Programação Cultural

AÇÕES A SEREM REALIZADAS

Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Curso “Futebol no mundo das artes” – Série de 10 encontros com artistas plásticos, cineastas, escritores e compositores – condicionado à venda de ingressos especiais e/ou parcerias/patrocínio	Indicativo de produto: Curso realizado – 10 encontros; Indicativo de resultado: mínimo de 50 pessoas participantes por sessão	R\$ 30.000
2	Exposição itinerante “Museu do Futebol Na Área” –2 cidades, média de R\$ 300.000,00/cidade	Indicativo de produto: 02 exposições realizadas Indicativo de resultado: Mínimo de 5.000 visitantes/cidade	R\$ 600.000
3	Realizar o programa de Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo) 2 exposições	Indicativo de produto: mínimo de 01 exposição realizada	R\$ 1.400.000
4	Conceber e produzir projeto de mobiliário expositivo básico, para dinamizar as mostras temporárias do Museu do Futebol	Indicativo de produto: Mobiliário expositivo produzido	R\$ 200.000
5	Iniciar projeto de renovação da exposição de longa duração	Indicativo de produto: Elaboração de anteprojeto cenográfico de reformulação de uma sala	R\$ 50.000

8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa Educativo			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Provimento de ônibus e lanche a instituições da Região Metropolitana de São Paulo R\$ 50.000,00/ano para capacidade de até 1.200 visitantes de até 30 instituições	Indicativo de resultado: 1.200 pessoas atendidas/ano	R\$ 50.000
2	Aprimoramento de jogos e maquetes sensoriais do PAMF	Indicativo de produto: 02 novos jogos desenvolvidos	R\$ 12.500
3	Implantação de melhorias no agendamento (sistema informatizado para criação de banco de dados e relatórios gerenciais)	Indicativo de produto: sistema informatizado de agendamento implantado	R\$ 60.000
8. METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Contratação de serviço de assessor de imprensa R\$ 5.000,00/mês; R\$ 30.000,00 – 2016 e R\$ 60.000,00 nos demais anos.	Meta de resultado: ampliação da inserção do Museu na mídia – 100 inserções/mês	R\$ 60.000
2	Revisão de conteúdo e impressão de folder de visitantes: Português - 80 mil unidades; Inglês: - 40 mil unidades	Meta de produto: folder impresso	R\$ 20.000

METAS CONDICIONADAS (2017)			
Programa de Edificações e Manutenção Predial			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	Ação	METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS	VALOR
1	Projeto de Sustentabilidade ambiental		R\$ 50.000
2	Automação do grupo moto gerador		R\$ 20.000
3	Certificações LEED, PROCEL e outras para a nova exposição de longa duração		R\$ 200.000