RELATÓRIO DO 3º TRIMESTRE DE 2016

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 2016, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 01 de julho a 31 de outubro, 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**, destacamos as inscrições de dois Planos Anuais para captação de recursos junto à iniciativa privada por meio das Lei Federal de Incentivo à Cultura (PRONAC) e Lei Estadual de Incentivo à Cultura (PROAC). O resultado das receitas de captação de recursos no período foi de R$ 369.466,00, perfazendo 49,6% da meta prevista no semestre. Foi dada sequencia à pesquisa de público por meio de totem eletrônico, que trouxe resultados positivos da avaliação do público.

Realizamos no mês de setembro a publicação do Edital de chamamento público para a Cafeteria e Restaurante do Museu do Futebol. Inicialmente a previsão de abertura dos envelopes com as propostas seria dia 13 de outubro, porém, em razão da complexidade das exigências do edital, a direção do IDBRASIL ponderou ser melhor alongar o prazo de apresentação das propostas para o dia 27 do mesmo mês. Recebemos até o a primeira dezena do mês de outubro a visita de três interessados com potencial para atender as exigências do edital. A administração do IDBRASIL vem envidando esforços de divulgação do edital nos canais de comunicação do Museu do Futebol para que possamos receber o maior número possível de propostas.

O Núcleo Educativo realizou dois encontros do Programa de Consciência Funcional – Projeto Conviver, atendendo a 18 pessoas. A superação da meta ocorreu devido à adesão completa dos colaboradores do Serviço de limpeza.

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, destaca-se o empenho na continuidade dos trabalhos de desenvolvimento da Política de Acervo da instituição, que tem sido feito entre os integrantes do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro juntamente com a Diretoria Técnica. No período, ainda foi elaborado dois formulários de pesquisa de satisfação de público para a Biblioteca do CRFB, além do cálculo da amostragem para a aplicação desses formulários em fase de estes, a qual começará a partir do próximo trimestre. Por fim, foi produzido e publicado no site do Museu um artigo sobre uma das pesquisas realizadas pelo CRFB no interior do Estado de São Paulo, no âmbito da exposição itinerante Museu do Futebol na Área, que foi até a casa das Irmãs Ramalho: quatro mulheres que na década de 1970 fundaram a primeira torcida organizada do Esporte Clube São Bento de Sorocaba.

As atividades do **Programa de Exposições e Programação Cultural** contemplaram 19 atividades gratuitas ao público, em 42 dias, atraindo ao Museu do Futebol 7.318 pessoas, sendo 7.068 contabilizadas no público total de 85.978 visitantes. Destacamos as ações de grande repercussão em mídia e boa avaliação de público, como o Programa Férias no Museu com temática especial dos Jogos Olímpicos (que atraiu mais de 5 mil participantes em 20 dias), o Simpósio Balanco dos Jogos Olímpicos no Brasil, que em dois dias reuniu mais de 120 pesquisadores e jornalistas esportivos e exibições de filmes documentários, como o "Adeus Geral", com duas sessões que reuniram 200 pessoas e o celebrado festival CINEFOOT, em edição especial sobre Olimpíadas.

O **Programa Educativo** promoveu visitas ao público escolar e a os públicos especiais (pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade, turistas, etc), além de atividades ao público espontâneo, em especial a famílias, como as visitas ao Estádio do Pacaembu, visitas mediadas às exposições e jogos. No conjunto de atividades, o Educativo atendeu a 11.691 pessoas, representando 13,6% do público total de visitantes recebido no período. Foi dada continuidade ao projeto Museu Amigo do Idoso, com a entrada do segundo residente, Sr. Jorge

Exposito. Tanto ele quanto a primeira residente, Sra. Maria Eliza, conviveram em diferentes atividades com as equipes de orientadores e educadores.

Dentro do **Programa de Integração ao SISEM-SP**, o Núcleo Educativo iniciou o projeto "Intercâmbio Educativo", realizando visita e ação de formação no Museu de Arte de Ribeirão Preto (MARP). A escolha do município deveu-se à realização da exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" em Ribeirão Preto, realizada como **Meta Condicionada** relacionada a esse Programa, entre os dias 27 de julho e 28 de agosto, na qual o Educativo atuou na formação da equipe de monitores responsáveis pelo atendimento ao público visitante da mostra.

Foi realizada uma mostra na Estação Paulista do Metrô (Linha 4 – Amarela), no período de 11 de agosto a 10 de outubro com conteúdos da Sala Números e Curiosidades. Como ação da Rede de Memória do Esporte, foi finalizado o Guia digital "Memória Esporte Clube", publicado na página da rede no Facebook e, em breve, no site do Museu e das demais instituições.

No **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, obteve-se como resultado no relacionamento com a imprensa 847 inserções em veículos de comunicação, com destaque para a programação cultural do Museu: Férias no Museu, Cinefoot, Encontro de Colecionadores de Camisas, Memofut, Simpósio "Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil" e Aniversário do Museu. O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o trimestre com 61.541 visitantes únicos (usuários), sendo 77% de novas visitas. No perfil do Museu no Facebook, ao final do 3º trimestre de 2016, havia o número de 41.494 seguidores, o que representou um crescimento de pouco mais de 3% (1.282 novos seguidores) em relação ao fechamento do 2º trimestre. Houve também o aumento do número de seguidores nas demais redes sociais do Museu, a saber: Canal do Museu no Youtube: 142 (total:790); Twitter: 800 (total: 20.4OO); Instagram: 321 (total: 2047). Junto aos veículos de comunicação atualmente parceiros, Jornal O Estado de S. Paulo e Revista Piauí, foram feitas 7 inserções de anúncios do Museu. Além disso, houve mais 02 anúncios fruto de 02 novas parcerias.

Dentro do **Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e Segurança** todas as rotinas e obrigações contratuais previstas para o período foram realizadas. O Museu do Futebol manteve as ações

de manutenção preventiva e corretiva conforme o previsto, assegurando a conservação das instalações e a segurança do edifício e de seus usuários.

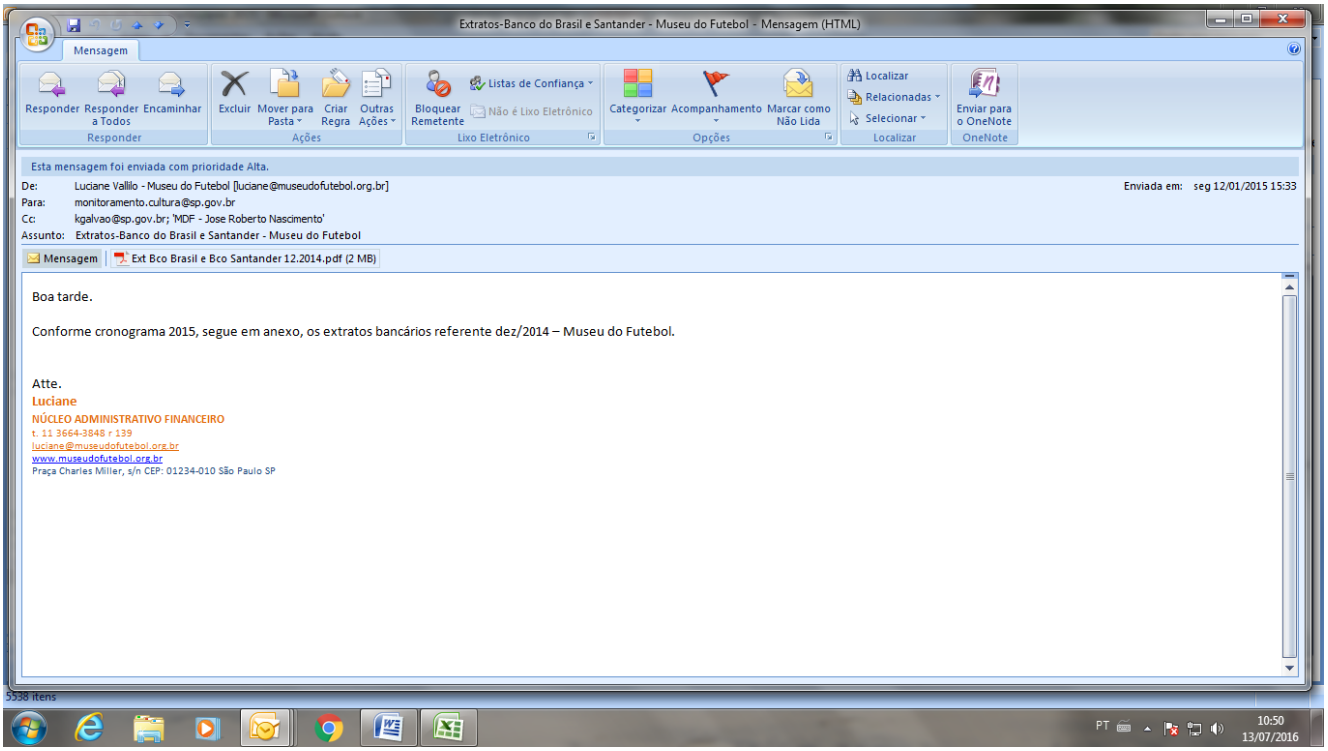
Por fim, destacamos o recebimento, pelo terceiro ano consecutivo, do Prêmio Traveller's Choice do site Trip Advisor! O Museu do Futebol foi eleito o 6º na colocação nacional e o 10º na América do Sul, segundo a avaliação dos visitantes de todo o mundo.

Manifestação em resposta ao Parecer Econômico-Financeiro Anual de Monitoramento e Avaliação da Prestação de Contas do Exercício de 2015 (PA-UM 18/2016) referente ao Contrato de Gestão 005/2011 do Museu do Futebol

I. DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO

Questão da UM pág 03:
Restou a dúvida sobre o item "d) outras (saldo do ano anterior)", uma vez que a OS apresentou no valor de repasse R$ 1.020 mil relativo ao exercício anterior e sua planilha orçamentária traz na linha "6 Saldo do exercício 2014" o montante R$ 289.366, conforme apresentado no quadro acima. Trata-se de outro saldo para além dos R$1.020 mil?

Resposta da Administração:
Conforme mensagens de *e-mail* enviadas à unidade gestora (UPPM) e à Unidade de Monitoramento (UM) no mês de janeiro de 2015, nas quais constavam a planilha de saldo financeiro, o saldo do exercício de 2014 foi R$ 1.836.122,30 de recursos de livre movimentação, dos quais, após entendimentos com a Pasta, a quantia de R$ 1.020.000,00 foi destinada a complementar o valor nominal do repasse para o exercício de 2015. Da quantia restante, na ordem de R$ 816.122,00, foi demonstrado na planilha Previsto X Realizado do exercício de 2015, o valor de R$ 289.366,00 apropriado em atividades constantes no Plano de Trabalho pactuado para 2015, em especial no desenvolvimento de ações do Programa de Exposições e Programação Cultural, previstas como Metas Condicionadas. Portanto, sim, o saldo de R$ 289.366,00 é além do saldo de R$ 1.020.000 destinado a compor o valor do repasse. Seguem abaixo as mensagens de e-mail com as informações relativas ao saldo orçamentário do exercício de 2014.



Extratos-Banco do Brasil e Santander - Museu do Futebol - Mensagem (HTML)

Esta mensagem foi enviada com prioridade Alta.

De: Luciane Vallilo - Museu do Futebol [luciane@museudofutebol.org.br]
Enviada em: seg 12/01/2015 15:33
Para: monitoramento.cultura@sp.gov.br
Cc: kgalvao@sp.gov.br; 'MDF - Jose Roberto Nascimento'
Assunto: Extratos-Banco do Brasil e Santander - Museu do Futebol

Ext Bco Brasil e Bco Santander 12.2014.pdf (2 MB)

Boa tarde.

Conforme cronograma 2015, segue em anexo, os extratos bancários referente dez/2014 – Museu do Futebol.

Atte.
Luciane
NÚCLEO ADMINISTRATIVO FINANCEIRO
t. 11 3664-3848 r 139
luciane@museudofutebol.org.br
www.museudofutebol.org.br
Praça Charles Miller, s/n CEP: 01234-010 São Paulo SP

ORGANIZAÇÃO SOCIAL: ID BRASIL CULTURA EDUCAÇÃO E ESPORTE

CG Nº 0005/2011

Mês: dezembro-14

Composição de saldos vinculados ao Contrato de Gestão UPPM - 2014

Dados Bancários			Saldo da Conta de Repasse do Contrato de Gestão			Saldo de Captação de Recursos Operacionais **(bilheteria, restaurante, cafeteria, loja, livraria, estacionamento, cessão onerosa de espaço)**				Saldo dos Fundos			Saldo de Captação de Recursos Adicionais (leis de incentivo, convênios, doações para o museu)
Banco	**Nº Agência**	**Nº Conta Corrente**	**Caixa e Bancos (a)**	**Saldo Aplicação (b)**	**Saldo 1 (a + b)**	**Caixa e Bancos (c)**	**Saldo Aplicação (d)**	**Saldo 2 (c + d)**	**Sub Total (S1 + S2)**	**Saldo Fundo de Reserva**	**Saldo Fundo de Contingência**	**Sub Total (F. Reserva. + F. Cont.)**	**Saldo de Captação de Leis Incentivo (Rouanet)**
Brasil	1531-8	339-5	0,00	150.031,04	150.031,04			0,00	150.031,04			0,00	
Brasil - Fundo Reserva	1531-8	190782-4			0,00			0,00	0,00	690.701,53		690.701,53	
Brasil - Fundo Contingencia	1531-8	16441-0			0,00			0,00	0,00		549.792,94	549.792,94	
Santander	2076	13000454-2			0,00	10,00	1.686.081,26	1.686.091,26	1.686.091,26			0,00	
TOTAIS			0,00	150.031,04	150.031,04	10,00	1.686.081,26	1.686.091,26	1.836.122,30	690.701,53	549.792,94	1.240.494,47	0,00

NOTA 1: Não deverão ser informados os recursos que não são destinados ao equipamento cultural. (exemplo: doações diretas para a Associação ou contribuição de associados, quando não vinculados ao museu, recusos de outros contratos de gestão)

NOTA 2: Todas as informações prestadas devem corresponder ao último dia útil do mês

Declaração

Declaro, na qualidade de responsável pelo.ID BRASIL CULTURA EDUCAÇÃO E ESPORTE,
sob penas da lei, que as informações acima relacionadas comprovam a exata aplicação dos recursos recebidos
para os fins a que se destinam, conforme instrumento de celebração assinado entre as partes.
São Paulo, 05 de Janeiro 2015.

Questão da UM pág 03:
"Quanto à meta de captação, cuja realização ficou 25% abaixo do previsto, devido à realização de apenas 10% de captação incentivada, não houve justificativa da OS para a não realização".

Resposta da Administração:
Conforme o Plano de Trabalho apresentado para o exercício de 2015, a Ação de nº 35 – "Captar recursos por meio da geração de receita de bilheteria, receita de cessão remunerara de uso de espaços; contratos de restaurante e loja, bem como projetos incentivados (Rouanet, PROAC), editais de fomento (FAPESP, FINEP, CNPq, etc) e doações" – estabelecia o percentual de 20% do valor do repasse do exercício, ou seja, valor de R$ 1.813.931,80. Foi pactuado com a Pasta que o total captado não teria metas diferenciadas entre as receitas operacionais de bilheteria, locações e aquelas oriundas de captação incentivada e doações. Alcançamos, naquele exercício, a quantia de R$ 1.950.242,00, perfazendo 102% em relação à quantia prevista na meta (R$ 1.813.931,80). Portanto, a meta foi cumprida.
Entretanto, após a leitura do Parecer UM-18/2016, a administração reconhece a falta de justificativa nas informações enviadas na planilha Previsto X Realizado, em especial para a linha de número 10, item 4 (Captação de recursos (patrocínio, leis de incentivo, convênios etc.), uma vez que o valor de R$ 906.965,00, referente a expectativa de captação incentivada foi, para controle interno, demonstrado em separado na planilha orçamentária; o valor serviu como referência na composição do orçamento naquele exercício e não como meta pactuada. Vale reforçar, ao encontro da análise do parecer, que o ano de 2015 foi impactado pela forte crise econômico-financeira, assim, ainda que a OS IDBrasil não tenha captado recursos incentivados junto à iniciativa privada, a gestão esforçou-se para cumprir a meta por meio de outras fontes de receita, igualmente importantes ao equilíbrio da gestão financeira. Ressaltamos, por fim, que a baixa captação por meio de patrocínios incentivados não comprometeu o cumprimento de meta da ação de nº 35, tampouco impactou negativamente no orçamento previsto para o ano.

Questão da U.M. pág 03:

RECOMENDAÇÕES:
Ainda que seja meritório o bom desempenho na captação operacional, ante a baixa performance de captação de recursos incentivada em relação às metas previstas, e tendo em vista o cenário de crise financeira, é fundamental que sejam delineadas novas estratégias para ampliar e diversificar as fontes de recursos para o contrato de gestão. Nessa direção, a OS deve empenhar-se para implementar um plano de desenvolvimento institucional, priorizando a ampliação e diversificação de fontes de receitas, não só por meio de patrocínio, mas também

mediante parcerias, doações de pessoas físicas e jurídicas e outras. Por sua vez, a previsão de receitas financeiras do repasse deverá ser alinhada à série histórica para esse tipo de receita do CG.

Resposta da Administração:
A administração acata a recomendação e vem envidando esforços para realizar mudanças estruturais importantes à melhoria da gestão, em especial na área de desenvolvimento institucional. É importante ressaltar que, em 2015, foi realizado um Planejamento Estratégico para o Museu do Futebol com foco nas atividades-fim, cujos resultados impactaram fortemente na reorganização do organograma da OS, de modo a espelhar as necessidades e desafios atuais da gestão. No final de 2015, houve também considerável redução do quadro de funcionários do IDBrasil, revisando funções e cargos. Em fevereiro de 2016, o Conselho de Administração aprovou a reestruturação do organograma que passou a contar com uma coordenadoria de Comunicação e Desenvolvimento Institucional (anteriormente a área encontrava-se separada em uma "Assessoria de Relações Institucionais", uma "Gerência de Comunicação" e um "Núcleo de Gestão de Eventos"). São objetivos do novo Núcleo, dentre outros, elaborar e desenvolver o plano de desenvolvimento institucional por meio de parcerias, permutas e patrocínios, ampliando as possibilidades de fontes de receitas e a divulgação institucional. No Plano de Trabalho aprovado para a renovação do Contrato de Gestão do Museu do Futebol, para o período de 2016 a 2020, inclusive, a administração propôs metas mais claras para essa área, conforme expresso no edital elaborado pela Pasta para o chamamento de propostas para a gestão do equipamento. Sabemos que o contexto é de crise econômica, porém, almejamos, com a reestruturação da equipe de profissionais que se dedicam à área, retomar os índices de captação de recursos junto a iniciativa privada vigentes nos anos anteriores à 2014.

Questão da U.M. pág 04 :

RECOMENDAÇÕES:
Recomenda-se que o Conselho de Administração da OS verifique a pertinência de rever seu manual de recursos humanos, tendo em vista o mesmo já estar em utilização há 7 anos e de ter sido publicado em 2016 referencial de boas práticas sobre o tema pela Unidade de Monitoramento no Portal Transparência Cultura. Especialmente o plano de cargos e salários deverá estar atualizado e ajustado à nova conjuntura econômica e financeira.

Resposta da Administração:
Por ocasião da preparação da proposta de Plano de Trabalho para o processo convocatório da Secretaria da Cultura -SC-15/2016 para a gestão do Museu do Futebol pelo período de julho de 2016 a dezembro de 2020, houve a revisão do Manual de Recursos Humanos do IDBrasil, atentando para o atendimento ao referencial de boas práticas constante do Portal Transparência Cultura. O novo Manual foi aprovado pelo Conselho de Administração, conforme Ata de Reunião do dia 19 de abril de 2016, encaminhada à Unidade Gestora. O Manual encontra-se publicado no site do IDBrasil:

http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2014/07/MRH_IDBrasil.pdf

e no site do Museu do Futebol

http://www.museudofutebol.org.br/wp-content/uploads/2016/10/Manual-de-Recursos-Humanos-IDBRASIL-MRH.pdf

Questão da UM pág 05:

RECOMENDAÇÕES:
Que a UGE e a OS acordem possíveis ações visando à redução do consumo de água e energia, a serem descritas nas obrigações contratuais do próximo plano de trabalho, visando contribuir para a busca de sustentabilidade e reduzir as despesas correlatas, além de avançar no compromisso pactuado pelo Governo do Estado de São Paulo com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ONU).

Resposta da Administração:
A partir do exercício de 2016, a Administração tomou providências visando à busca de sustentabilidade e redução do consumo de água e energia, tais como:
a) fechamento de de 15 banheiros localizados no Auditório e primeiro pavimento, uma vez que há outros banheiros que atendem à demanda do público visitante e a iniciativa reduz o consumo de água e energia, além da diminuição dos suprimentos (papel e sabonete) e otimização do trabalho da limpeza, que também sofreu redução do número de postos no ano de 2015 e 2016.
b) alteração do horário de funcionamento do Museu, com redução em 1 hora diária (6 horas semanais e média de 156 horas/mês): pelas características das exposições do Museu do Futebol, que utiliza diferentes recursos audiovisuais, o equipamento apresenta alto consumo energético. Assim, a redução no horário de funcionamento (retornando a operar por oito horas diárias ao invés das nove horas diárias vigentes de 2010 a 2015) impactou diretamente na redução do consumo e na consequente diminuição dos gastos desse item orçamentário em 2016.

Questão da UM pág 05:

OBSERVAÇÕES:

Apesar de a UGE mencionar em seu parecer que ocorreu redução da programação cultural a OS ultrapassou duas ações neste programa, nº 8 em 200% e nº 11 em 380%, e a rubrica orçamentária teve variação em 236%.

Dentre as notas explicativas das despesas realizadas foi abordado a respeito desta grande elevação que "em 2015, finalizamos o vídeo do totem de 2014 da Sala das Copas do Mundo o qual exigiu além de pesquisa de imagens edição de material final" e "planejamos uma ação integrada, que uniu exposições, programação cultural, pesquisa, ações educativas e interação por meio de campanhas nas mídias sociais. O intuito do projeto foi tornar mais conhecida a participação feminina no esporte mais popular do Brasil, em razão da Copa do Mundo de futebol feminino FIFA, no Canadá".

RECOMENDAÇÕES:

É importante que OS e UGE acompanhem cuidadosamente as despesas em questão, visando a ajustar a previsão em caso de eventual sub ou superdimensionamento, bem como para evitar opções que comprometam a qualidade dos resultados previstos.

Resposta da Administração:

A administração informa que o motivo da superação dos gastos com a Programação Cultural e Exposições é devido à centralidade desse programa para a área fim do equipamento. São as ações culturais e exposições que dinamizam os conteúdos e permitem atrair públicos e a mídia. O projeto "Visibilidade para o futebol feminino", propiciou a realização de 8 ciclo de debates não previstos inicialmente, uma vez que quando do envio do Plano de Trabalho à UPPM, em setembro de 2014, tal ação ainda não se encontrava formatada. A realização foi de grande sucesso, fidelizando o público espectador e atraindo ao Museu pesquisadores sobre o tema, jornalista e atletas mulheres. Ainda que o orçamento do Programa de Exposições e Programação Cultural tenha superado o previsto, não houve prejuízo aos demais programas da instituição, com as metas cumpridas.

Questão da UM pág 06:

RECOMENDAÇÕES:
Recomenda-se que o Conselho de Administração da OS verifique a pertinência de rever seu regulamento de compras e contratações, tendo em vista o mesmo já estar em utilização há 5 anos e de ter sido publicado em 2016 referencial de boas práticas sobre o tema pela Unidade de Monitoramento no Portal Transparência Cultura. Eventual revisão deverá considerar a melhor maneira de colocar em prática estratégias para contribuir no alcance dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.

Resposta da Administração:
O IDBrasil foi criado em 2008 e seu regulamento de compras atende aos requisitos principais indicados no Manual de Boas Práticas. É certo tal manual indica a revisão periódica do regulamento. Contudo, a administração, após estudo realizado no primeiro semestre de 2016, entendeu que a revisão do documento deveria ser conduzida ao Conselho de Administração da OS em outro momento da instituição, que vem passando por mudanças institucionais – seja devido à renovação do Contrato de Gestão do Museu do Futebol, seja devido aos esforços de reconstrução do Museu da Língua Portuguesa. Por considerar que o Regulamento de Compras e Contratações vigente atende aos requisitos estabelecidos pela legislação, a revisão do mesmo ocorrerá em outro momento, em data a ser definida.

II. DESEMPENHO QUANTO À EXECUÇÃO DO PLANO DE TRABALHO

Questão da UM pág 07:

RECOMENDAÇÕES:
Tendo em vista a expressiva diminuição das metas de público em relação a 2014, com correspondente não cumprimento da meta de público in loco no Museu em 2015, é importante que, além de ajustes logísticos, a OS incremente as estratégias de comunicação e atratividade de público presencial, para garantir que o equipamento cultural continue cumprindo sua função maior da melhor maneira possível.

Resposta da Administração:
A administração acata a recomendação e informa que o ano de 2015 foi atípico, dentro da série histórica do Museu do Futebol. Contudo, ainda que a visitação

presencial tenha diminuído em relação aos anos anteriores (é importante lembrar que houve eventos esportivos de grande porte que propiciaram o aumento do interesse no tema futebol), 2015 foi um ano importante para o incremento de ações extra-muros, como a exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área", realizada, em 2015, em dois municípios do interior do Estado, Taubaté e Piracicaba. Nessas duas cidades, o público total foi de mais de 39 mil pessoas.
Para 2016, os resultados do primeiro semestre indicam a diminuição do público escolar, especialmente o não-agendado, afetando principalmente a visitação nos dias de semana. Contudo, durante os finais de semana e feriados a visitação permanece com a média superior a 1.500 pessoas. A exposição itinerante continuou em mais 3 municípios e houve a reestruturação da área de comunicação do IDBrasil, resultando no aumento do número de inserções em mídia.

Questão da UM pág 08:

RECOMENDAÇÕES:
A previsão e busca de realização de metas condicionadas, sobretudo em períodos de crise, é muito importante e necessário, na medida em que a redução dos recursos para as parcerias com Organizações Sociais tende a inviabilizar a adequada alocação de montantes para todas as realizações previstas. Ademais, essa previsão denota esforço meritório de planejamento e agilidade (já prever e deixar pré-aprovadas metas condicionadas a recursos adicionais) e de busca de sustentabilidade.

Resposta da Administração:
Os Planos de Trabalho do Museu do Futebol vem indicando as metas condicionadas relacionadas a todos os programas. Todas as metas incluídas nos Planos pactuados, por recomendação da Pasta, estão contempladas nos projetos inscritos em editais e/ou nas leis de incentivo à cultura e, no caso do Museu do Futebol, leis de incentivo ao esporte. São essas ações condicionadas que também norteiam as prospecções de captação de recursos e patrocínios e que são priorizadas em casos de possibilidade de realização em caso de recursos financeiros, permutas e parcerias.

Questão da UM pág 08:

RECOMENDAÇÕES:
Dada a importância das pesquisas de satisfação para a obtenção de parâmetros qualitativos de análise dos serviços culturais oferecidos à população, recomendamos que os próximos planos de trabalho prevejam a realização de pesquisa com metodologia previamente aprovada pela Unidade Gestora e com a apresentação dos indicadores de satisfação obtidos de forma estruturada e sistematizada. Registramos ainda a importância de que, nos próximos pareceres anuais, a Unidade Gestora se posicione explicitamente com relação a todos os pontos de verificação solicitados, para assegurar a correta e ágil análise dos resultados fins, de modo a que a UM possa ater-se à verificação da correlação destes com a execução orçamentária e financeira.

Resposta da Administração:
A administração acata a sugestão e informa que no Plano de Trabalho pactuado para o período de julho de 2016 a dezembro de 2020 (Contrato 04/2016) constam metas para realização de pesquisas quantitativas e qualitativas de avaliação da satisfação do público, bem como de perfil e avaliação das exposições e programas museológicos.

Questão da UM pág 09:

OBSERVAÇÕES:
Até 2014, o Índice de Transparência nos Sites era calculado com base na pontuação aferida no último trimestre do ano. A partir de 2015, passou a valer a média dos 4 trimestres, dada a importância de manter os requisitos de transparência ao longo de todo o exercício. No caso observado, o site do Museu do Futebol passou de "transparência satisfatória" a "transparência parcial", evidenciando a dificuldade da OS na viabilização de acesso à informação correspondente a esse contrato durante todo o ano.

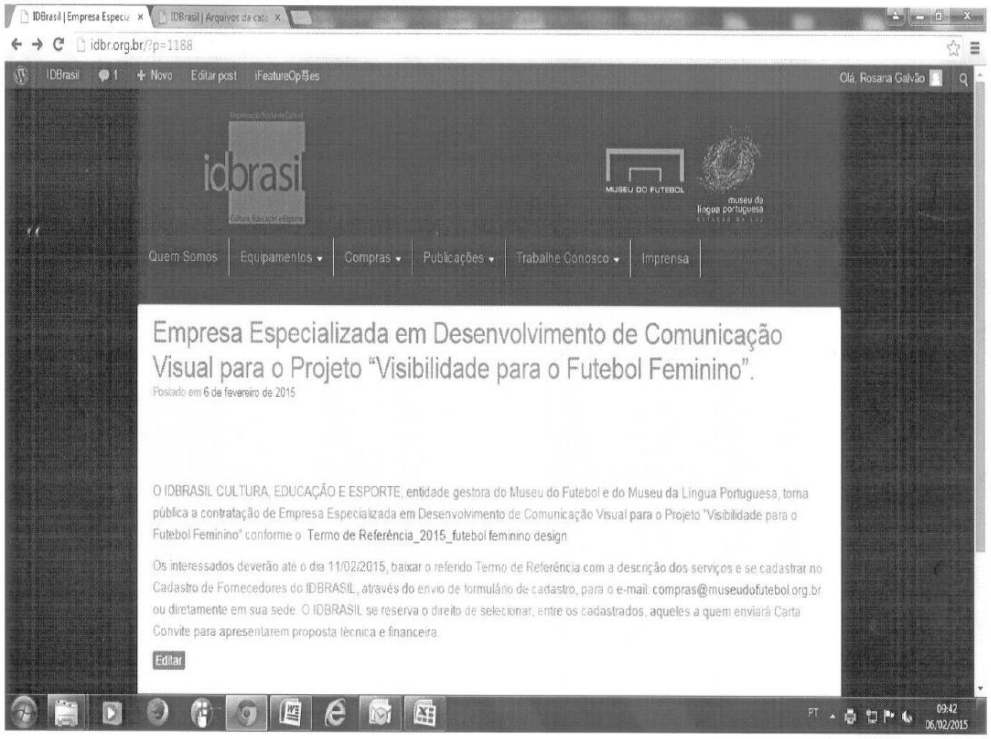
RECOMENDAÇÕES:
Que a OS envide esforços para assegurar a máxima transparência na disponibilização das informações requisitadas, a fim de atender o interesse público, o contrato e a legislação. Vale observar que, a depender dos itens que descumprir, à OS estará sujeita às sanções contratuais previstas, sem prejuízo de outras eventuais penalidades e consequências.

Resposta da Administração:
A administração acata a recomendação, ressaltando que a transparência é um dos pontos focais do Conselho de Administração do IDBrasil. Contudo, observa que informações sobre divulgação de vagas em aberto e divulgação de compras e contratações de serviços , apontadas como não encontradas no monitoramento da transparência relativos ao primeiro trimestre de 2015, sempre estiveram disponíveis no site do IDBrasil, com as devidas menções nos sites dos equipamentos geridos. Abaixo, os links de acesso que disponibilizam as informações e cópias de processos divulgados no site no primeiro trimestre.

MDF: http://www.museudofutebol.org.br/trabalhe-conosco/
IDBrasil: http://idbr.org.br/category/vagas-disponiveis/

e

MDF: http://www.museudofutebol.org.br/compras/licitacoes/
IDBrasil: http://idbr.org.br/category/compras/



000003

CONTRATO
00 06 2015

Processo de seleção – Educador

Postado em 7 de janeiro de 2015 (http://idbr.org.br/?p=1165) (http://idbr.org.br/?author=5)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade gestora do Museu do Futebol, informa que selecionará a partir de 07de Janeiro de 2015, profissionais para o cargo de Educador.

Os interessados deverão enviar seus currículos para o e-mail selecao@sinergiarh.com.br ou obter informações através do telefone 4508-9035.

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu - CEP: 01234-010 - São Paulo - SP Telefone: (+5511) 3664-3848

Aprovado no Processo de Seleção

Postado em 12 de fevereiro de 2015 (http://idbr.org.br/?p=1203) (http://idbr.org.br/?author=5)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade gestora do Museu do Futebol, informa que após processo de seleção para ocupação da vaga de Educador foi aprovado Gabriel Rossi Valentim.

Editar (http://idbr.org.br/wp-admin/post.php?post=1203&action=edit)

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu - CEP: 01234-010 - São Paulo - SP Telefone: (+5511) 3664-3848

Processo de seleção – Educador

Postado em 7 de janeiro de 2015 (http://idbr.org.br/?p=1165) (http://idbr.org.br/?author=5)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade gestora do Museu do Futebol, informa que selecionará a partir de 07de Janeiro de 2015, profissionais para o cargo de Educador.

Os interessados deverão enviar seus currículos para o e-mail selecao@sinergiarh.com.br ou obter informações através do telefone 4508-9035.

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu - CEP: 01234-010 - São Paulo - SP Telefone: (+5511) 3664-3848

Aprovado no Processo de Seleção

Postado em 3 de março de 2015 (http://idbr.org.br/?p=1235) (http://idbr.org.br/?author=5)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade gestora do Museu do Futebol, informa que após processo de seleção para ocupação da vaga do cargo de Educador foi aprovado Caio Amaral Santos.

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu - CEP: 01234-010 - São Paulo - SP Telefone: (+5511) 3664-3848

Processo de Seleção – Auxiliar de Serviços de Tecnologia

Postado em 2 de outubro de 2014 (http://idbr.org.br/?p=996) (http://idbr.org.br/?author=5)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade gestora do Museu do Futebol, informa que selecionará a partir de 02 de outubro de 2014, profissional para o cargo de Auxiliar de Serviços Gerais de Tecnologia.

Os interessados deverão enviar seus currículos para o e-mail selecao@sinergiarh.com.br ou obter informações através do telefone 4508-9035.

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu - CEP: 01234-010 - São Paulo - SP Telefone: (+5511) 3664-3848

idbrasil Organização Social de Cultura
MUSEU DO FUTEBOL
museu da língua portuguesa

Aprovado no Processo de Seleção

Postado em 19 de fevereiro de 2015 (http://idbr.org.br/?p=1217) (http://idbr.org.br/?author=5)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, entidade gestora do Museu do Futebol, informa que após processo de seleção para ocupação da vaga de Auxiliar de Serviços Gerais de Tecnologia foi aprovado Fábio da Silva Lima.

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu - CEP: 01234-010 - São Paulo - SP Telefone: (+5511) 3664-3848

III. AVALIAÇÃO DA UNIDADE DE MONITORAMENTO

Questão da UM pág 18:

Remuneração de recursos humanos - CLT

Destacamos que foi identificada compatibilidade na maioria dos salários da amostra em relação à pesquisa de mercado efetuada, tendo em vista que os mesmos estão entre os valores médios ou mínimos da pesquisa de mercado feita pelas organizações sociais. Não foram considerados compatíveis os salários acima dos salários médios indicados na mesma pesquisa, cabendo à Os apresentar esclarecimentos ou outras fontes a respeito.

...Chama a atenção, no caso da OS ID Brasil, que, além das diretorias executiva, administrativa financeira e de operações que atendem aos dois contratos de gestão geridos pela OS (Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa) há uma diretoria técnica em cada museu, constituindo uma das mais expressivas somas para remuneração de dirigentes dentre todas as OSs parceiras da SEC. Ante esse quadro, e dado o cenário de crise, é importante que OS e Unidade Gestora avaliem as melhores estratégias para assegurar o máximo cumprimento finalístico dos contratos de gestão a partir dos recursos disponíveis, ampliando a obtenção de recursos de outras fontes, para fazer frente às despesas existentes e operando eventuais ajustes, para garantir a máxima otimização e aproveitamento dos recursos, sem colocar em risco as ações de preservação, pesquisa e comunicação museológica desenvolvidas.

Resposta da Administração:

A amostra apontada no parecer indica que o IDBrasil apresenta compatibilidade e adequação parcial dos salários frente as médias de mercado indicadas. Os casos em que o salário do IDBrasil é superior ao valor médio ou mínimo, apontados no parecer, são: Coordenador administrativo-financeiro, Coordenador de RH, Coordenador Operacional e Coordenador de Tecnologia. Informamos esses profissionais atuam na OS desde 2008, na fase final de implantação do Museu do Futebol, conhecendo profundamente o equipamento, o modelo de gestão, colaborando para o bom desempenho nos resultados da gestão.

Há dois casos em que a remuneração atual é maior que o máximo indicado na pesquisa. Vale informar, que a consultoria Wiabiliza (uma das fontes usadas pela UM) quando atende o IDBrasil, verifica não somente o nome do cargo, mas suas funções e responsabilidades, enquadrando os cargos citados no parecer da UM, na categoria de Gerentes. Diante do exposto, o IDBrasil manifesta que, considerando

sua autonomia, sente-se amparado tecnicamente para manter os quadros atuais frente aos resultados apresentados.

Em relação às observações pertinentes ao número de Diretores da OS, ressaltamos que o Conselho de Administração tem esse tópico como um ponto de atenção e vem envidando esforços para analisar alternativas que não comprometam a gestão. Esclarecemos que para o exercício de 2016 houve redução de salários dos diretores estatutários, proposta pelos próprios diretores e acatada pelo Conselho de Administração da OS, devidamente registrada no sindicato da categoria, visando, no contexto de redução orçamentária, a manutenção de alguns quadros das equipes técnicas da área fim de modo a não prejudicar os resultados do equipamento.

Solicitação da Administração:

No contexto geral, a Administração acata as recomendações e solicitações desta Unidade de Monitoramento porém, solicita a revisão da pontuação demonstrada na página 23 do referido Parecer uma vez que, no nosso entender, equivocadamente não obtivemos pontuação na avaliação sobre o item Captação de Recursos o que, se tal solicitação for atendida, reverterá a pontuação de 'Regular com Ressalvas' para 'Regular'.

GESTÃO TÉCNICA-QUADRO DE METAS DO MUSEU DO FUTEBOL

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No trimestre, foram encaminhadas as inscrições de dois Planos Anuais para captação de recursos junto à iniciativa privada por meio das Lei Federal de Incentivo à Cultura (PRONAC) e Lei Estadual de Incentivo à Cultura (PROAC).

Os planos aguardam a aprovação final para abertura de captação. O resultado das receitas de captação de recursos no período foi de R$ 362.494,00, perfazendo 48,7% da meta prevista no semestre.

Foi dada sequencia à pesquisa de público por meio de totem eletrônico, que trouxe resultados positivos da avaliação do público. A licitação para instalação de novo restaurante e cafeteria foi publicada no mês de setembro, com abertura das propostas agendada para 27 de outubro.

O Núcleo Educativo realizou dois encontros do Programa de Consciência Funcional – Projeto Conviver, atendento a 18 pessoas. A superação da meta ocorreu devido à adesão completa dos colaboradores do Serviço de limpeza.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		**METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS**			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
			PERÍODO	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
1	Conceber e implantar Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc) (Eixo 3)	Plano entregue			
			3º tri	**-**	
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	
			ICM%	**100%**	
2	Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
		2 projetos inscritos			
			3º tri	**1**	**2**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**2**	**2**
			ICM%	**100%**	**100%**
3	Captar recursos financeiros (Eixo 3)	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Semestral**		
		17.18% de captação em relação ao repasse			
			3º tri	**372.150**	**369.466**
			4º tri	**372.150**	**-**
			META ANUAL	**744.300**	**369.466**
			ICM%	**100%**	**49,6%**

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA					
4	Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
		Nº de relatórios entregues			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**2**	**1**
			ICM%	**100%**	**50%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Índice de satisfação (= ou > 80%)			
			3º tri	**(= ou > 80%)**	**>80%**
			4º tri	**(= ou > 80%)**	
			META ANUAL	**(= ou > 80%)**	
			ICM%	**100%**	**100%**
5	Realizar licitação pública para locação do espaço para bar/lanchonete do Museu do Futebol (Eixo 3	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
		Licitação publicada	**PERÍODO**	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**-**	**-**
			META ANUAL	**1**	**1**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Bar/lanchonete em operação			
			3º tri	-	
			4º tri	1	
			META ANUAL	1	
			ICM%	**100%**	
6	Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional) (Eixo 2)	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
		Número de encontros oferecidos			
			3º tri	**2**	**2**
			4º tri	**2**	**-**
			META ANUAL	**4**	**2**
			ICM%	**100%**	**50%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Número de funcionários atendidos			
			3º tri	**10**	**18**
			4º tri	**10**	**-**
			META ANUAL	**20**	**18**
			ICM%	**100%**	**90%**

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA					
7	Realizar pesquisa quantitativa de perfil e satisfação do público de visitantes do Museu (Eixo 5)	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Semestral**		
		Pesquisa realizada			
			3º tri	**-**	
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	
			ICM%	**100%**	
		Indicativo de Resultados	**Previsão Semestral**		
		Índice de satisfação (= ou > 80%)			
			3º tri	**-**	
			4º tri	**(= ou > 80%**	
			META ANUAL	**(= ou > 80%**	
			ICM%	**100%**	

Ação 2 - Inscrever projetos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)
Meta de produto: 02 projetos inscritos

Foram inscritos dois Planos Anuais para o Museu do Futebol, sendo:

- Plano Anual no PROAC (Lei Estadual de Incentivo à Cultura). Valor solicitado: R$1.418.920,00
- Plano Anual no PRONAC (Lei Federal de Incentivo à Cultura). Valor solicitado: R$4.727.762,00

Ambos os processos aguardam análises e aprovações.

Ação 3: Captar recursos financeiros
Meta de resultado: 17.18% de captação em relação ao repasse

Modalidade / Fonte de Captação	3º TRIMESTRE (em R$)	TOTAL até a data (em R$)
Receitas de Bilheteria	204.478	204.478
Gestão de Espaços/Aluguéis/Reembolsos	60.000	60.000
Cessão Onerosa de Espaço	74.381	74.381
Doações	21.666	21.666
Patrocínios	7.092	7.092
Outras Receitas	1.849	1.849
TOTAL Captação	**369.466**	**369.466**
% captado sobre o valor do repasse anual (= R$ 4.331.177,00)	**8,5%**	**8,5%**
Meta (17,18% sobre o valor do repasse)		**744.300**
Índice de cumprimento da meta	**49,6%**	**49,6%**

Com relação à captação de recursos junto a pessoas jurídicas, foram realizados centenas de contatos, realizadas reuniões e enviadas propostas para patrocínio ao Museu e ao projeto "Se Joga na Praça", aprovado na Lei de Incentivo ao Esporte da Secretaria de Estado do Esporte. Foram aportados R$ 138.000,00 no projeto "Se Joga na Praça" pela empresa Torra-Torra, que manifestou interesse em fazer novo aporte para a implementação do projeto. Entretanto, os recursos da Secretaria esgotaram-se impossibilitando a continuidade da captação, a não ser em caso de abertura de saldo residual. O relatório consolidado de empresas contatas e dos retornos obtidos será apresentado no 4º trimestre.

Como ação para impulsionar a receita advinda de cessão onerosa de espaços para eventos, patrocinou-se post no facebook do Museu, que alcançou mais de 22 mil pessoas e obteve engajamento: 46 compartilhamentos e 529 curtidas.

Museu do Futebol adicionou 3 novas fotos.
Publicado por Daniela Nunes [?] · 20 de setembro às 16:38 ·

Museu do Futebol sedia eventos corporativos!

Localizado no Estádio do Pacaembu – patrimônio histórico e arquitetônico de São Paulo, o Museu conta com espaços que comportam diversos formatos de eventos.
Visitas exclusivas à exposição podem fazer parte do roteiro.

Orçamentos e Visitas Técnicas:
eventos@museudofutebol.org.br T 11-3664-3855.
Mais informações: museudofutebol.org.br

22.634 pessoas alcançadas
Ver resultados
Curtir Comentar Compartilhar
529
Ordem cronológica
46 compartilhamentos
Ver mais 8 comentários

Ação 4 - Realizar pesquisa de satisfação de público geral a partir de totem eletrônico e enviar relatório conforme orientações da SEC (Eixo 5)

Meta de produto: relatório da pesquisa
Meta de resultado: Índice de satisfação (= ou > 80%)

Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol
Filtros:

- avaliações entre 01/07 e 30/09

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

a) Sim, quero falar sobre a visita.	1684	80,1%
b) Não, quero apenas deixar um comentário	419	19,9%

2103 respostas

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

a) Sim	1406	85,1%
b) Não (Quantas vezes já nos visitou?)	246	14,9%

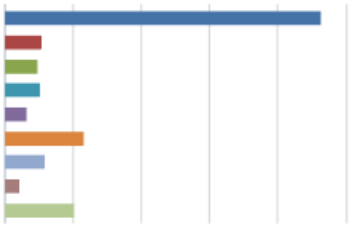
1652 respostas

3. Como você nos conheceu?

a) Indicação de amigo / familiar	665	48,8%
b) Site do Museu	161	11,8%
c) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)	141	10,3%
d) Jornal/Revistas	92	6,7%
e) TV	224	16,4%
f) Rádio	47	3,4%
g) Guias e sites de turismo	85	6,2%
h) Agências de viagem	23	1,7%
i) Outros	211	15,5%

4. Qual(is)?

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



a) Conhecer o Museu	1157	75,0%
b) Conhecer a exposição temporária	128	8,3%
c) Rever ou complementar uma visita anterior	114	7,4%
d) Pesquisar/estudar algum tema / fazer trabalho escolar	125	8,1%
e) Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.)	74	4,8%
f) Trazer ou acompanhar os filhos(as)/família/amigos(as)/namorado(a)	284	18,4%
g) Entrada gratuita/baixo valor do ingresso	142	9,2%
h) Estava próximo e resolveu entrar/mora perto/trabalha perto	49	3,2%
i) Sou aficionado(a) por futebol / adoro futebol	250	16,2%

Seleção múltipla permitida — *1543 respostas*

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

a) Ótima	1182	77,1%
b) Boa	256	16,7%
c) Regular	43	2,8%
d) Ruim	12	0,8%
e) Péssima	40	2,6%

1533 respostas

Média 4,65

7. O que achou a Exposição temporária "O Futebol nas Olimpíadas"

a) Ótima	884	58,1%
b) Boa	460	30,2%
c) Regular	102	6,7%
d) Ruim	20	1,3%
e) Péssima	55	3,6%

1521 respostas

Média 4,38

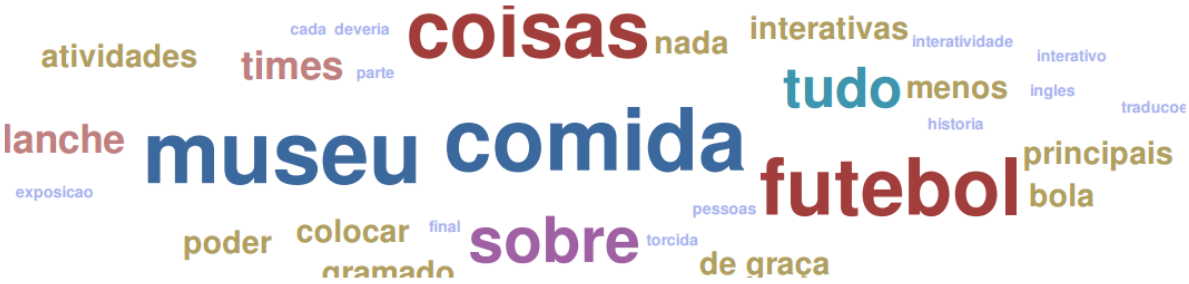
8. Qual a probabilidade de você recomendar o Museu do Futebol?

Promotores	1191	78,7%
Neutros	206	13,6%
Detratores	116	7,7%

1513 respostas

NPS 71

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

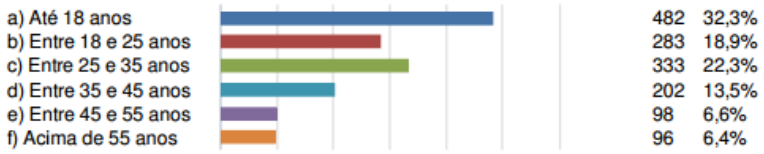


10. Você é:

a) Homem	805	53,6%
b) Mulher	696	46,4%

1501 respostas

11. Qual a sua idade?



a) Até 18 anos	482	32,3%
b) Entre 18 e 25 anos	283	18,9%
c) Entre 25 e 35 anos	333	22,3%
d) Entre 35 e 45 anos	202	13,5%
e) Entre 45 e 55 anos	98	6,6%
f) Acima de 55 anos	96	6,4%

1494 respostas

12. Onde você mora?

a) Município de São Paulo	633	42,6%
b) Outro município do Estado de São Paulo (Qual?)	323	21,8%
c) Outro Estado (Qual?)	416	28,0%
d) Outro país (Qual?)	113	7,6%

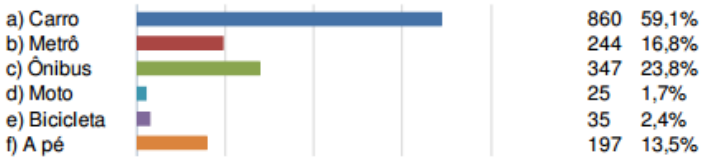
1485 respostas

13. Qual a sua escolaridade?

a) Fundamental (completo ou incompleto)	387	26,3%
b) Médio incompleto (completo ou incompleto)	235	16,0%
c) Superior incompleto (completo ou incompleto)	496	33,7%
d) Pós-graduação/Mestrado/Doutorado	355	24,1%

1473 respostas

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



a) Carro	860	59,1%
b) Metrô	244	16,8%
c) Ônibus	347	23,8%
d) Moto	25	1,7%
e) Bicicleta	35	2,4%
f) A pé	197	13,5%

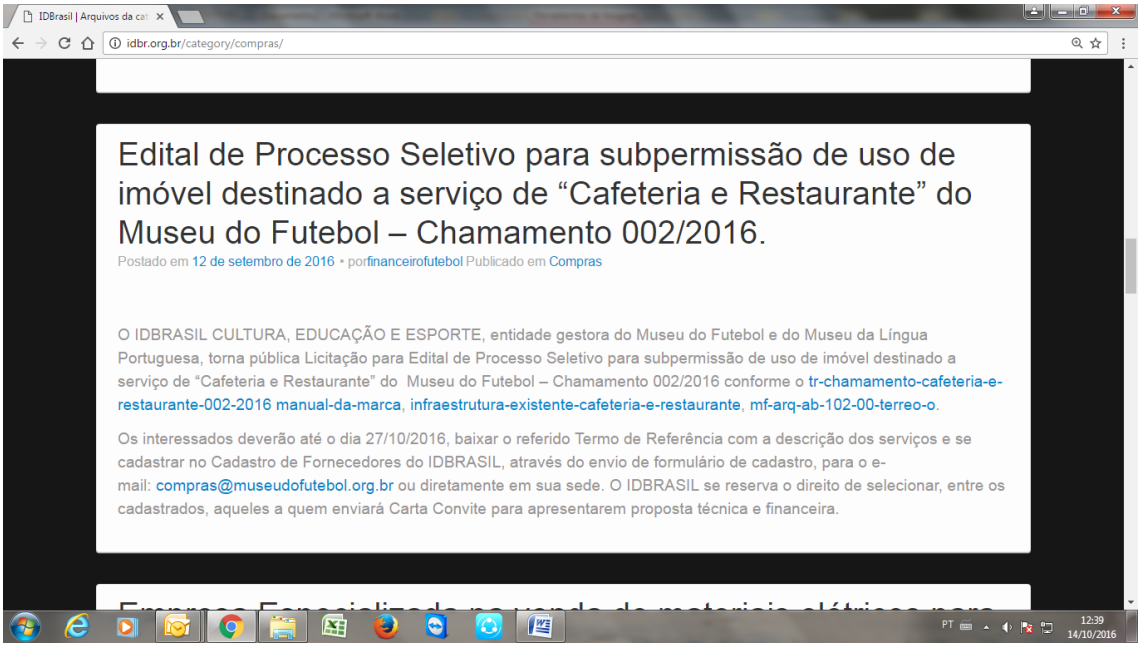
Seleção múltipla permitida — *1456 respostas*

15. Deixe seu comentário/sugestão/crítica:

A análise das sugestões de conteúdo e pontos críticos será feita no próximo trimestre, referente ao período de julho a dezembro de 2016.

Ação 5 - Realizar licitação pública para locação do espaço para bar/lanchonete do Museu do Futebol (Eixo 3)
Meta de produto: licitação publicada

Realizamos no mês de setembro a publicação do Edital de chamamento público para a Cafeteria e Restaurante do Museu do Futebol, publicado no site do IDBrasil: http://idbr.org.br/category/compras/



Inicialmente a previsão de abertura dos envelopes com as propostas seria dia 13 de outubro, porém, em razão da complexidade do edital, primando pela qualidade do serviço e objetivando o maior número possível de participantes, a direção do IDBRASIL ponderou ser melhor alongar o prazo de apresentação das propostas para o dia 27 de outubro. Recebemos, até o dia 10 de Outubro a visita de três interessados com potencial para atender as exigências do edital. A administração do IDBRASIL vem envidando esforços de divulgação do edital nos canais de comunicação do Museu do Futebol para que possamos receber o maior número de propostas possíveis.

Ação 6: Realizar projeto Conviver (Programa de Consciência Funcional)

Meta de produto: Número de encontros oferecidos
Meta de resultado: Número de funcionários atendidos

O projeto Conviver – Programa de Consciência Funcional, é uma iniciativa inovadora, com base na demanda apontada no Planejamento estratégico realizado em 2015, idealizado pelo Núcleo Educativo para o público interno de funcionários e equipes terceirizadas do Museu do Futebol. O Programa tem o objetivo de estabelecer um diálogo constante com os funcionários de diferentes núcleos, promovendo uma maior integração, com vivências de auto-conhecimento, empatia e pertencimento do seu espaço de trabalho onde possam estreitar laços, partilhar interesses e conviver harmonicamente na busca do desenvolvimento de suas habilidades, de novas atitudes e conhecimentos compartilhados e aplicáveis em suas rotinas.

Os encontros ocorreram nos dias 27 de setembro, em dois horários. No primeiro com a equipe do Núcleo Administrativo e financeiro e no outro com a equipe terceirizada da limpeza. O total de participantes foi 18 pessoas.

O encontro foi conduzido pela educadora Bruna Colucci, numa ação de vivência lúdico-educativa, que no primeiro momento procurou estabelecer um contato com a equipe com o intuito de traçar um perfil básico dos funcionários participantes apresentando o programa e reforçando a intenção de despertar em cada funcionário o sentimento de pertencimento do seu espaço de trabalho.

Os participantes da equipe de Auxiliares de Limpeza foram: Letícia, Maria da Graça, Tânia, Jarede, Célia, Luzinete, Socorro, Maria José, Ana Paula. Já dos Núcleos de Gestão Administrativo-financeiro e Núcleo de Gestão de Pessoas participaram: Manuel, Everton, Thiago, Amanda, Laura, Elaine, Margarete, Luciane, Talita. Os encontros foram no Auditório do Museu.

Abaixo, o relato da educadora responsável pela condução dos encontros.

Em termos gerais, os encontros ocorreram dentro do esperado. No primeiro encontro (10h – 11h) recebi a equipe de auxiliares de limpeza, o segundo foi com a equipe de Rh, Contábil e Financeiro (11h – 12h).
Em virtude de que já havíamos estabelecido um primeiro contato com boa parte da equipe de auxiliares de limpeza, ocorrido em fevereiro, senti que esta equipe estava mais a vontade e tranquila para participar das atividades propostas. "Ah, mas tinha que ser coisa da Bruna!" – brincou dona Célia, ao chegar ao auditório.

Já nos primeiros momentos junto à equipe do administrativo, senti certa apreensão, principalmente por parte das pessoas as quais tenho (ou tive) menor contato. Porém, apesar disso, o clima estava agradável e bem humorado.

Conforme relatado e especificado no projeto, foram propostas três atividades. Vou buscar aprofundar um pouco mais como as mesmas ocorreram, quais foram as principais reações destes dois grupos distintos e quais foram os principais feedbacks.

Atividade 1: reconhecer o outro, sem falar:
Ambas as equipes participaram desta atividade e todos compreenderam bem a proposta. Com a equipe da limpeza senti uma entrega maior, e se houve algum tipo de constrangimento uns com os outros, não me foi notado.
Já com a equipe do administrativo houve certo receio, principalmente no ponto alto da atividade, que consistia em tocar o rosto e/ou as mãos do colega para reconhecê-lo.

Atividade 2: reconhecendo-me no outro
A reação dos dois grupos foi completamente diferente nessa proposta.
Senti que a equipe da limpeza compreendeu melhor a proposta e levou com bastante seriedade, mesmo que tenham se sentido um pouco constrangidos, o que é bastante natural.
"É estranho olhar o outro nos olhos, dá muita vergonha. Mas é bom para saber como a pessoa está e o que está sentindo" – disse Tânia.
Com a equipe de administrativo, precisei intervir algumas vezes, pois alguns deles não conseguiam se concentrar, caindo na risada muitas vezes. Por fim, percebi que alguns conseguiram compreender e entrar, de fato, na proposta, mas que talvez ela não tenha sido muito efetiva para todos (o que não é um problema, mas pode servir para identificação e reconhecimento do perfil das pessoas).
"O sentimento que me vem é que estou sendo exposta, de que as pessoas sabem o que estou pensando e sentindo" – Eliane.

Atividade 3: descobrindo-me
Nessa proposta, os dois grupos tiveram reações parecidas.
Em termos gerais, os pontos de maior dificuldade foram comuns: o momento de decidir o que eles deixariam e com o que ficariam. Com a equipe da limpeza, uma das participantes sugeriu ao grupo que falassem com o que cada um decidiu ficar, e todos falaram, ao término do exercício. Já com a equipe administrativa, não houve interesse em falar (percebi que alguns ficaram até com certo receio de que eu propusesse que falassem), alguns integrantes sentiram bem o exercício e quase não conseguiram deixar as bexigas irem embora.
O comentário geral dos participantes foi de que escolher apenas uma coisa para ficar é muito difícil, mas que é também interessante para identificar o que é mais essencial na vida de cada um.
Com a equipe administrativa, como as propostas aconteceram de maneira mais rápida (creio que devido ao perfil dos participantes), propus um último exercício, o "túnel de elogios". Que consiste em formar duas filas, uma em frente a outra, e colocar uma pessoa com os olhos vendados para passar por esta fila. Conforme a pessoa passa pelo túnel, os

integrantes devem dizer uma coisa que gostam nela, um elogio. Assim, todos passaram pelo túnel, percebi que esse exercício foi o mais transformador de todos os três.

Apontamentos e considerações finais:
No decorrer das atividades, integrantes de ambas as equipes saíram, para atender o celular ou para fazer alguma tarefa urgente, os que eram da equipe limpeza, não voltaram a tempo de terminar as atividades iniciadas.
Senti e percebi a equipe da limpeza com muito mais entrega e liberdade nos exercícios. Tudo com eles ocorreu de forma muito verdadeira e intensa. Com a equipe do administrativo, senti que em certos momentos a proposta se perdia para alguns, que começavam a rir (não sei se o riso era propriamente de timidez ou de não levar a proposta com verdade).
Por sim, são impressões pessoais e é tudo um experimento. O intuito do projeto e dos encontros é tornar tudo prazeroso e confortável para todos, da maneira mais humana possível.

A educadora Bruna Colucci conduz as ações do projeto Conviver

Anexo – Projeto Conviver – proposta pedagógica

Introdução
"Aquele que transforma as palavras em versos transforma-se em poeta; aquele que transforma o barro em estátua transforma-se em escultor; ao transformar as relações sociais e humanas apresentadas em uma cena de teatro, transforma-se em cidadão". (Augusto Boal)

O teatro do oprimido baseia-se na idéia de que todos são teatro, mesmo que não façam teatro. Ser teatro é ser humano, pois todo ser humano carrega em si o ator e o espectador de si mesmo. Você também é seu figurinista, seu escritor/dramaturgo, seu próprio diretor. Cada um de nós é tudo que existe dentro do teatro.

A diferença entre nós e uma pessoa que está no palco atuando, é a consciência.
O ator em exercício de sua função tem consciência de suas ações, do tom específico de sua voz, de seus gestos. Nós, na vida cotidiana, não fazemos esse estudo.

O teatro do oprimido propõe a auto percepção a partir da representação do real, para,

entre outras coisas, desenvolver suas maneiras de comunicação, empatia e troca. O Teatro do Oprimido busca a transformação do espectador, ser passivo, em protagonista da ação dramática, sujeito, criador, transformador.
É um método lúdico e pedagógico, um instrumento eficaz de comunicação e de busca de alternativas concretas para problemas reais.

Palavras-chave contato, relação, vivência, experiência.

Objetivos:
- promover uma integração diferente entre os funcionários, saindo do âmbito do trabalho e entrando num universo lúdico e prazeroso para uma experiência de auto-conhecimento, empatia e pertencimento do seu espaço de trabalho
- estimulá-los de modo que se desprendam internamente da rigidez de suas tarefas e rotinas e possam viver uma experiência reverberante.

Público-Alvo Equipe do setor administrativo do Museu do Futebol (Rh/financeiro/contábil).

Metodologia
Como previsto, quatro encontros acontecerão, sendo dois no mês de setembro, e outros dois no mês seguinte, com as ações acima propostas. Levando em consideração a dificuldade de estabelecer o primeiro contato de forma fluida e natural e repetindo a primeira proposta ocorrida com a equipe da limpeza, antes que ocorra o primeiro encontro para vivência e exercícios haverá um pré-encontro, com intuito de que a proponente consiga estabelecer o primeiro contato para traçar um perfil básico dos funcionários participantes.
Na apresentação, é importante colocar que as atividades não tem pretensão avaliativa ou de observação do outro, e sim de uma observação pessoal e do todo. E que tudo que fizermos, por mais singelo que pareça ser, diz muito sobre nós mesmos e sobre o ambiente em que vivemos.
Propostas de atividades (1º dia):
Reconhecer o outro, sem falar:
Duas filas. Faz-se uma fila de pessoas com os olhos vendados e outra de pessoas sem vendas. Os vendados aproximam das videntes e procuram sentir, com as mãos, o rosto e as mãos das pessoas da outra fila (que estarão de olhos abertos). Para fechar o momento, quando o participante vendado reconhece o outro, eles se abraçam. Depois é feita a inversão, quem foi vidente vira cego e vice-versa. A atividade acontece no silêncio, para estimular a calma e a sensibilidade dos participantes.

(perguntas norteadoras para reflexão pós atividade: é fácil reconhecer o outro utilizando o tato? Ao tocar, você percebeu algo no outro que não havia percebido? O que foi mais difícil? Por que?)

Reconhecendo-me no outro:
Em roda, todos os participantes trocarão olhares durante alguns segundos (ou minutos). A ideia é que todos troquem olhar com todos que estiverem na roda. Após, conversaremos sobre como foi esta experiência.

(Perguntas norteadoras: Como você se sentiu? É difícil olhar alguém por tanto tempo nos olhos? Por que? Quais foram as suas principais dificuldades e por que você acha que teve?).

Descobrindo-me:
Cada participante receberá 3 bexigas. Uma de cada vez. Cada bexiga que o participante receber representará uma coisa significativa em sua vida. Cada participante irá definir o que sua bexiga representa, e dirá para si.

A proponente irá conduzir o exercício de modo a estimular os participantes a criarem algum vínculo com sua bexiga, brincar com ela, jogá-la para cima, cuidar dela etc. O auge do exercício é quando cada participante ficará com as 3 bexigas ao mesmo tempo.
Após, a proponente irá pedir que o participante fique apenas com 2 bexigas, tendo, então, que se desfazer de uma, mas antes, irá escrever seu nome nela. O mesmo acontecerá novamente, e o participante ficará apenas com uma bexiga.

Na seguida, cada participante ficará com sua única bexiga, e jogaremos as bexigas que descartamos pela praça.

Ao final, abriremos uma conversa para que cada um se expresse, fale de seus sentimentos e dificuldades.
(Perguntas e falas norteadoras: crie um vínculo com essa bexiga, ela não é necessariamente uma bexiga, ela é algo/alguém importante pra você!)

Recursos Materiais:
equipamento básico para som ambiente (a proponente irá levar).
canetões.
bexigas.

Referências Bibliográficas

BOAL, Augusto. Teatro do Oprimido, O.

SPOLIN, Viola. Jogos Teatrais na Sala de Aula

https://www.youtube.com/watch?v=QIfxc-k_brA
http://www.revistafenix.pro.br/PDF15/Artigo_03_ABRIL-MAIO-JUNHO_2008_Felipe_Campo_Dall_Orto.pdf
http://ctorio.org.br/novosite/

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Destaca-se o empenho na continuidade dos trabalhos de desenvolvimento da Política de Acervo da instituição, que tem sido feito entre os integrantes do Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro juntamente com a Diretoria Técnica. No período, ainda foi elaborado dois formulários de pesquisa de satisfação de público usuário da Biblioteca do CRFB, além do cálculo da amostragem para a aplicação desses formulários em fase de testes, com início previsto em novembro de 2016.

Por fim, foi produzido e publicado no site do Museu um artigo sobre uma das pesquisas realizadas pelo CRFB no interior do Estado de São Paulo, no âmbito da exposição itinerante Museu do Futebol na Área. O artigo trata das Irmãs Ramalho: quatro mulheres que na década de 1970 fundaram a primeira torcida organizada do Esporte Clube São Bento de Sorocaba.

Vale destacar que, em função do novo formato das metas do Plano de Trabalho e, portanto, dos relatórios referentes ao novo contrato de gestão, o Programa de Acervo não possui mais metas específicas de pesquisa de referências e realização de entrevistas de história oral, o que será relatado semestralmente dentre as rotinas técnicas do programa. Nesse sentido, as pesquisas realizadas pelo CRFB em Sorocaba e em Ribeirão Preto, que contou com a digitalização de acervos e com a gravação de entrevistas em história oral, serão informadas no relatório do 4º Trimestre juntamente com as outras ações realizadas pelo CRFB, tais como atendimentos, catalogações, acessos ao banco de dados, participação dos grupos de trabalho do Comitê de Política de Acervo e cursos que a equipe fez ao longo do período.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		**METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS**			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
			PERÍODO	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
8	Finalizar a Política de Acervo do Museu do Futebol	Política de Acervo (1ª versão) entregue			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**-**	**-**
			META ANUAL	**1**	**1**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Política de acervo apresentada a UPPM (apresentação formal em reunião específica)			
			3º tri	**-**	-
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**

PROGRAMA DE ACERVO: DOCUMENTAÇÃO, CONSERVAÇÃO E PESQUISA

9	Publicar artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo no site do Museu do Futebol	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Trimestral**		
		Número de artigos publicados			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**2**	**1**
			ICM%	**100%**	**50%**
10	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**	**Previsão Trimestral**		
		Número de artigos submetidos à publicação			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
11	Criar formulário para pesquisa de perfil e satisfação de público do CRFB	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
		Formulário de pesquisa entregue			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**-**	**-**
			META ANUAL	**1**	**1**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Relatório de análise dos testes aplicados			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
12	Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências e outras ações)	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Semestral**		
		Número de referências mapeadas/ações realizadas			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**3**	**-**
			META ANUAL	**3**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
			Previsão Anual		

PROGRAMA DE ACERVO: DOCUMENTAÇÃO, CONSERVAÇÃO E PESQUISA					
13	Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Anual**		
		Número mínimo de itens coletados Campanha "Memórias do Pacaembu			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**50**	**-**
			META ANUAL	**50**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
14	Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Anual**		
		Número de parcerias formalizadas			
			3º tri	**-**	
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	
			ICM%	**100%**	
			Previsão Anual		
15	Dar continuidade à elaboração do Plano de Gestão da Informação do CRFB – PGI	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Anual**		
		1 Plano entregue e apresentado à UPPM (apresentação em reunião formal específica)			
			3º tri	**-**	
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	
			ICM%	**100%**	

Ação 8: Finalizar a Política de Acervo do Museu do Futebol
Meta de produto: Política de Acervo – 1ª versão

Durante este ano de 2016, foi retomada a elaboração da Política de Acervo do Museu do Futebol, impulsionada pelos resultados do Planejamento Estratégico realizado na instituição em 2015. Assim, a equipe tem se dedicado a pensar o formato e o conteúdo desse documento, buscando referências de Políticas realizadas por outras instituições e refletindo sobre as características únicas e particulares à realidade patrimonial do Museu do Futebol – as quais estão sendo detalhadas na Política. Foram também revisitados os documentos enviados à Secretaria em outras ocasiões, bem como o material que havia sido produzido, em meados de 2013, juntamente a uma consultoria contratada para dar assistência na construção dessa Política.

Ademais, a equipe realizou algumas reuniões direcionadas a pensar nos conceitos utilizados pelo Museu, como o de *referência*, bem como na formalização de alguns procedimentos. Vale destacar que, nesse sentido, as discussões em torno do Plano de Gestão da Informação e as conversas realizadas com a equipe técnica da UPPM, foram bastante agregadoras para definir tópicos importantes a desenvolver na Política de Acervo.

Desse processo, estão participando todos os integrantes da equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, atuando também na escrita do documento. A orientação geral da Política de Acervo está a cargo da Diretoria Técnica.
O documento, ainda preliminar, seguirá anexo a este relatório e já delineia uma estruturação de maneira a contemplar todos os eixos da Política de Acervo.
Pretende-se, após a entrega desta primeira versão, agendar uma reunião com representantes da UGE afim de discutir o documento e dar encaminhamento à versão final.

Ação 9: Publicar artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo no site do Museu do Futebol
Meta de resultado: 01 artigo publicado

A elaboração e publicação de artigos pela equipe do CRFB objetiva dar mais visibilidade às ações realizadas pelo Centro de Referência, ao acervo e conteúdos produzidos pelo Museu. Faz parte também de uma estratégia de divulgar histórias de pessoas, instituições e eventos referenciados que fazem do futebol um patrimônio cultural digno de preservação.

Uma dessas ações, realizada neste ano, foi o mapeamento da Torcida Uniformizada Tira-Prosa, criada na década de 1970 por quatro irmãs torcedoras do Esporte Clube São Bento de Sorocaba. Durante os dias 15 e 16 de julho, a pesquisadora Aira Bonfim e a assistente de documentação da Biblioteca Dóris Régis entrevistaram e digitalizaram parte da coleção de fotografias, cartas e recortes de jornal, somando ao todo 61 itens. Vale destacar que essa torcida havia sido indicada como referência para pesquisa no mapeamento realizado previamente na referida cidade, no segundo trimestre, como parte da produção de conteúdo para a exposição itinerante Museu do Futebol na Área.

O artigo publicado neste trimestre, no site do Museu do Futebol, trata sobre essa pesquisa, discorrendo sobre as personagens entrevistadas e mostrando em imagens um pouco do universo delas.
Link: http://www.museudofutebol.org.br/centro-de-referencia/bate-bola/tutps/

O texto foi replicado também no site Ludopédio:
http://www.ludopedio.com.br/arquibancada/torcida-uniformizada-tira-prosa-de-sorocaba-tutps/

Segue abaixo o texto da publicação:

Torcida Uniformizada Tira-Prosa de Sorocaba (TUTPS)

(As irmãs Ramalho: Rosa Maria, Maria José, Marina e Maria Helena)

Em julho deste ano, a equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB foi a Sorocaba pesquisar um pouco mais da história desse esporte no interior do Estado São Paulo. Dentre as indicações de pesquisa levantadas previamente sobre o futebol sorocabano, a torcida Tira-Prosa foi uma das mapeadas e escolhida para ser divulgada aqui não apenas pela história marcante das irmãs fundadoras da agremiação, mas também pela intersecção com outro projeto do Museu do Futebol iniciado em 2015 e que busca dar voz às experiências protagonizadas por mulheres, seja no campo ou na arquibancada: *o Visibilidade para o Futebol Feminino*. O acervo da torcida foi digitalizado e suas histórias de vida foram gravadas e estão disponíveis para consulta no museu. A realização da pesquisa em Sorocaba ocorreu no âmbito do projeto Museu do Futebol Na Área, que prevê a itinerância da exposição de longa duração do Museu a municípios do Estado de São Paulo.

(Destaque para o adesivo da TUTPS durante a digitalização dos acervos)

Por estímulo da mãe, Lelé, as irmãs Ramalho (Rosa, Maria Helena, Marina, Maria José e Paula – já falecida) tiveram a ideia de inaugurar uma torcida que marcasse presença nos estádios paulistas com personalidade própria, oferecendo incentivo e apoio nos bons e maus momentos de seu clube predileto de futebol. O mascote oficial do Esporte Clube São Bento, o pássaro azul Tira Prosa, acabou por se tornar a principal inspiração para nomear a primeira torcida organizada do clube sorocabano, e, quiçá, uma

das primeiras torcidas formadas por mulheres do Brasil.

Fundada em 21 de Setembro de 1975, durante uma partida do São Bento contra a Portuguesa Santista no estádio Humberto Reale, com aproximadamente 50 torcedores, a **Torcida Uniformizada Tira-Prosa de Sorocaba (TUTPS)** foi pioneira numa época em que a presença feminina nos espaços dedicados ao futebol era por vezes mal vista. A torcida alvi-celeste se manteve ativa por 11 anos e era frequentada tanto por mulheres, quanto por homens, muito embora fosse considerada, por muitos, como sendo uma "torcida de mulher".

(Detalhe da camisa usada pelas torcedoras nos dias de jogos)

Em 2016, com participação ativa na diretoria do clube, as irmãs permaneciam atuantes no E.C. São Bento. Rosa Maria, por exemplo, foi uma das principais articuladoras do movimento "Vamos Subir, Bento!", momento em que o time voltou a figurar entre os grandes do Estado de São Paulo. A casa, as roupas, as unhas ou mesmo a timeline do facebook de cada uma das irmãs Ramalho, não negam o tom de azul em homenagem ao amor pela equipe de Sorocaba. Maridos e filhas respondem pelas responsabilidades da casa, enquanto juntas, as irmãs, vestem o uniforme azul e vão empolgadas torcer para o São Bento de Sorocaba dentro do estádio.

Rosa Maria Ramalho, a costureira.

Rosa, Lígia e Maria Helena Ramalho: hoje não haverá espaço para o Corinthians em seus corações

Com origem corintiana, irmãs Ramalho vestem azul à noite

Dentre as Irmãs Ramalho, Rosa Maria é considerada a "mais esportiva" e, também, a "mais corintiana". Além de ser aquela que herdou, de forma mais marcada, o corintianismo no pai, José Ramalho, Rosa também assumiu seu gosto por qualquer modalidade esportiva. Sempre que podia acompanhava os canais televisivos voltados à temática.

A família se mudou da cidade de Piedade quando o pai abriu uma mercearia em

Sorocaba, justamente durante um jogo do azulão. Mas se com o pai aprendeu a gostar dos esportes, foi da mãe que Rosa herdou as técnicas de costura. Ela foi a responsável pela costura do primeiro bandeirão do São Bento, que finalizou em apenas três dias. E foi justamente pela sua intenção em produzir uma bandeira para torcer pela equipe que surgiu a ideia de as irmãs não somente costurarem um apetrecho, mas montarem uma torcida uniformizada, a Tira-Prosa, da qual se tornou presidente oficial. É Rosa, aliás, quem fazia, até a data da pesquisa do Museu do Futebol (2016), todas as flâmulas que os jogadores trocavam no início das partidas.

Rosa articulou, junto com as irmãs, a viagem da família para o Estádio do Maracanã, em 1976, na famosa "Invasão Corintiana" na cidade carioca. Personalizaram o uniforme azul com o brasão corintiano e entraram com uma faixa "O São Bento torce pelo Corinthians". A torcida alvi-negra desatou a gritar o nome do clube sorocabano em coro. Contam ter chorado e até os dias atuais se arrepiam ao lembrar de tal episódio. Rosa é a que mais sofre quando assiste o confronto entre o E.C. São Bento e o S.C. Corinthians, mas não tem dúvidas: seu coração sempre bateu mais forte pela equipe sorocabana.

(Maria Ramalho durante a invasão Corintiana)

Foi na várzea da região que Rosa declarou datar o início do seu interesse pelo futebol: o pai a levava para assistir aos jogos do Princesa Isabel. Com 21 anos já atuava no departamento do clube São Bento e anos mais tarde fez o curso de arbitragem na Associação Sorocabana e apitou dezenas de jogos no ano de 1979 ao lado de Maria Helena e Marina. Rosa Maria também esteve ao lado das irmãs na final do campeonato paulista de 1977, que marcou o fim do jejum de 23 anos da equipe alvi-celeste.

Maria Helena, bateria e arbitragem.

(Marina, Maria Helena e Rosa Maria como trio de arbitragem)

A mais nova das Irmãs Ramalho é, também, a principal liderança do grupo. Maria Helena foi ainda muito nova para Sorocaba: tinha somente três anos quando seu pai resolveu abrir a mercearia na cidade, trazendo toda a família junto. Maria Helena contou que aprendeu com o pai a "prestigiar as coisas da sua cidade" e, também por causa disso, sempre teve muito apego pela principal equipe sorocabana da época, o São Bento.

Mas, como ela mesma disse, acabou herdando, junto de suas irmãs, o modo de torcer "corintianista" do pai. Não ia aos jogos somente para assistir, mas principalmente para apoiar a equipe, atuando sempre ativamente. Por isso acabou fundando, junto de suas irmãs, a Tira-Prosa. Elas coletaram dinheiro com os comerciantes locais, encomendaram as camisas oficiais da torcida, organizaram a carreata, picaram papel e foram ao jogo contra a Portuguesa Santista, que terminaria em empate. Maria Helena foi quem assumiu a bateria e, durante a existência da Tira-Prosa, foi a principal responsável por "fazer barulho" nos jogos do São Bento.

Desde pequena Maria Helena jogava bola na rua com os amigos e, já nessa época, tinha espírito de liderança: era ela, junto da irmã Marina, que escolhia os times que disputariam as partidas ali na rua. Mais tarde formou-se árbitra e, acompanhada de Rosa e Marina, suas auxiliares, apitou algumas partidas de futebol amador pelo Estado. O trio das Irmãs Ramalho acabava sendo uma grande atração pelas cidades em que circulavam, servindo até como chamariz para essas partidas, em grandes cartazes que anunciavam a "arbitragem a cargo do trio de belíssimas moças".

(Torcida Tira Prosa durante excursão no interior de São Paulo)

Ela era também a mais apegada ao pai, o qual considera ter sido detentor de uma postura extremamente avançada para a época. Ele e a mãe permitiam sua ida ao estádio junto das irmãs, assim como a excursões para shows em São Paulo, a participação nos blocos de carnaval da cidade, entre tantas outras experiências. As meninas faziam, em suas palavras, "tudo o que todo mundo queria fazer, mas ninguém podia" - mesmo que, nestas experiências, sofressem frequentemente com o assédio violento dos homens presentes nesses locais.

As maiores emoções vividas por Maria Helena foram no estádio de futebol. "É inexplicável" – diz ela – "eu já fui mãe, eu fui avó e nenhuma emoção é maior do que essa, de conquistar um campeonato (...) é uma alegria que é reconfortante. Você volta pra casa, deita na cama e pensa 'meu deus, eu não vivi tudo isso'". É também por essa razão que a mais nova das Ramalho não conseguiu aceitar a situação extremamente precária do clube e ajudou na fundação da associação "Vamos Subir, Bento!", onde, em 2016, fez parte do conselho gestor e teve papel fundamental na organização e atuação da diretoria.

Marina Ramalho, a poeta.

(As irmãs Maria Helena e Marina Ramalho)

Assim como suas irmãs, Marina nasceu em Piedade e foi, ainda criança, para Sorocaba. Teve no pai a principal referência no gosto pelo futebol e logo cedo já ia aos jogos do São Bento, equipe que escolheu para torcer. Marina Maria esteve junto das irmãs Rosa e Maria Helena em todas as aventuras que viveram na Torcida Uniformizada Tira-Prosa. Foi uma das fundadoras da torcida, realizou curso de arbitragem e frequentou as arquibancadas do estádio Humberto Reale até a equipe passar a sediar os jogos no C.I.C. (Centro de Integração Comunitário Walter Ribeiro). Foi também uma das articuladoras do movimento "Vamos Subir, Bento!" e em 2016, ocupava posição na direção do clube.

De perfil questionador e combativo, Marina se destacou, dentre as irmãs, por ser muito ligada à literatura, compondo poesias cujo principal tema, como não poderia deixar de ser, sempre foi o futebol. Por vezes escrevia mensagens aos torcedores da cidade ou mesmo traduzia letras de música com mensagens positivas no Diário de Sorocaba, dentre elas a letra de Imagine, de John Lennon. Trabalhou como operária e ligou-se ao Partido dos Trabalhadores, atuando politicamente por meio do Sindicato dos Metalúrgicos. Sua formação política se fez, portanto, desde cedo. Aos 19 anos já compreendia o mundo a partir de um olhar crítico, o que faz com que, em 2016, entendesse, com profundidade, a atuação política da Tira-Prosa por meio do futebol: tiveram de lidar com o machismo presente no ambiente futebolístico, sofrendo todos os tipos de preconceitos e injúrias no Estádio. "Até hoje eu sinto uma coisa [ruim] quando chego no estádio", diz Marina, que rememora ter de ser, em sua juventude, junto das irmãs, sempre "a primeira a chegar e a última a sair", por conta dos perigos que poderia viver, enquanto mulher, naquele ambiente absolutamente masculino. Assim como Maria José e Rosa, Marina se formou em filosofia. Sente-se feminista por ter sempre buscado uma posição respeitosa às mulheres no mundo do futebol.

Maria José, a irmã mais velha.

(folhetim de comemoração dos cinco anos da Torcida Tira Prosa)

A irmã mais velha das Ramalho trabalha desde cedo como professora. Por esta razão, não pôde acompanhar as irmãs em algumas de suas aventuras – como na final do campeonato paulista de 1977. Adora artesanato e futebol, ocupando grande parte de seu tempo desfrutando de partidas futebolísticas na televisão.

Maria viu o São Bento no auge e pôde presenciar partidas importantes da equipe contra o Santos de Pelé, o Palmeiras de Ademir da Guia e o Corinthians de Rivelino. Seu marido, vizinho e amigo de infância, não frequentava os estádios – assim como todos os outros homens da família –, mas é são-bentista e gravava todos os jogos da equipe para que ela pudesse assistir aos melhores momentos quando chega em casa.

Ação 11: Criar formulário para pesquisa de perfil e satisfação de público do CRFB
Meta de produto: Formulário de pesquisa entregue

Conforme as estratégias de ação delineadas para o conhecimento do perfil e para o engajamento de novos públicos, bem como a fidelização dos visitantes, foi estabelecida a meta de criação de formulário e realização de testes para pesquisa do público usuário da biblioteca do CRFB.

Como objetivo específico dessa pesquisa, está a qualificação dos dados já monitorados que versam sobre os atendimentos feitos presencialmente na Biblioteca e de maneira remota, através de e-mail e telefone. Dentre o conjunto de pessoas atendidas, podemos definir dois grupos distintos que interessa ao CRFB aprofundar seu conhecimento:

Visitantes: é constituída pelos visitantes do Museu do Futebol que, ao final da visita, permanecem na biblioteca, seja para conhecer o espaço, seja para consultas pontuais ao acervo.
Pesquisadores: é constituída por pessoas que vêem à biblioteca com a intenção específica de realizar seu trabalho de pesquisa, sem ter visitado o Museu do Futebol. A entrada desses pesquisadores é realizada por uma entrada exclusiva de acesso à biblioteca e eles recebem identificação (crachá) específica para essa

circulação. Vale destacar que é possível, neste grupo, que o atendimento se dê de maneira remota, com a disponibilização de artigos e materiais via e-mail e acompanhamento feito por um funcionário da biblioteca.

A pesquisa terá como foco principal esses dois grupos de usuários, e para cada um terá um tipo específico de formulário e uma aplicação diferente, conforme abaixo descrito.

Para os Visitantes, a aplicação será feita presencialmente em formulário impresso e/ou por meio eletrônico a partir de um *tablet*, por meio da plataforma GoogleForms. O teste será aplicado no mês de novembro de 2016, a partir de uma amostra calculada com base no total de visitantes que passaram pela biblioteca em novembro de 2015: 200 pessoas. A partir do cálculo de uma amostra probabilística simples, serão aplicados 180 questionários para um nível de confiança de 95%. Serão aplicados, em média, 7 questionários/dia.
A pesquisa permitirá coletar os seguintes dados:
- compreender como a pessoa soube do CRFB;
- mapear seus interesses de pesquisa, indicando as ausências no acervo e dificuldades no processo de consulta;
- levantar perfil básico (gênero, área de atuação, faixa etária, etc);
- formar mailing.

Já para os Pesquisadores, será realizada pesquisa de tipo censo, com o envio de questionário a todos os pesquisadores que frequentarem o CRFB, dada a especificidade desse público e seu baixo número. Os formulários serão enviados via e-mail para os pesquisadores, após a sua visita ao CRFB. Será usada a plataforma GoogleForms.
Além dos dados auferidos por meio do formulário aplicado aos Visitantes, somam-se a esse grupo questões como:
- mapear qual a pesquisa que está sendo desenvolvida e a que tipo de projeto ela está ligada;
- entender se, para tal tipo de pesquisa, o acervo foi útil e em que medida.

Assim sendo, conforme já indicado acima, a meta é realizar testes de aplicação desses formulários a partir de Novembro, para implantá-la a partir de 2017; apresentando à SEC relatórios semestrais de acompanhamento. O documento foi feito pela assistente de documentação da biblioteca Dóris Régis e a coordenadora Camila Aderaldo, com o apoio e orientação da diretora Daniela Alfonsi e que pode ser acessado através deste link temporário feito para teste: https://goo.gl/Oz8Fwt.

Segue abaixo os dois modelos de formulários.

Visitantes

Obrigado pela sua presença em nosso Centro de Referência do Futebol Brasileiro! Visando melhorar nosso trabalho e conhecer melhor nosso público solicitamos sua gentileza de responder a esse questionário.

Data: _____/___/_____

1) Avalie sua experiência em relação a:

Acervo da biblioteca: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei
Atendimento dos funcionários: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei
Infraestrutura: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei
Acesso ao Wifi: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei

O que poderia ser melhor?

_____
_____
_____

2) Como ficou sabendo do CRFB?

☐Indicação de amigo/familiar
☐Redes Sociais (Facebook, Twitter, Instagram)
☐Convite eletrônico/e-mail marketing
☐Jornais/Revistas
☐Guias e sites de turismo
☐Meio acadêmico (Universidade, grupos de pesquisa)
☐Visitando o Museu
☐Site do Museu
☐TV
☐Rádio
☐Outros(s): _____

3) Gostaria de indicar algum item para o acervo da Biblioteca/Midiateca

_____
_____
_____

4) Você é: ☐Homem ☐Mulher

5) Onde você mora?

☐Município de São Paulo.
Qual?_____
☐Outro município do Estado de São Paulo.
Qual?_____
☐Outro Estado.
☐Outro País.

6) Qual sua escolaridade?

☐Ensino Fundamental
☐Ensino Médio
☐Superior completo
☐Pós graduação

7) Qual sua idade?

_____

8) Deixe seu e-mail:

_____

Pesquisadores

Obrigado pela sua presença em nosso Centro de Referência do Futebol Brasileiro! Visando melhorar nosso trabalho e conhecer melhor nosso público solicitamos sua gentileza de responder a esse questionário.

Data: _____/___/_____

1) Avalie sua experiência em relação a:

Acervo da biblioteca: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei

Atendimento dos funcionários: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei

Infraestrutura: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei

Acesso ao Wifi: ☐Ótimo ☐Bom ☐Regular ☐Ruim ☐ Não usei

O que poderia ser melhor?

_____

_____

_____

2) Como ficou sabendo do CRFB?

☐Indicação de amigo/familiar

☐Redes Sociais (Facebook, Twitter, Instagram)

☐Convite eletrônico/e-mail marketing

☐Jornais/Revistas

☐Guias e sites de turismo

☐Meio acadêmico (Universidade, grupos de pesquisa)

☐Outros(s): _____

☐Visitando o Museu

☐Site do Museu

☐TV

☐Rádio

3) Qual o tema da sua pesquisa?

_____

_____

4) Sua pesquisa (assinale uma opção):

☐faz parte de um trabalho relacionado a alguma disciplina cursada.

☐é um projeto próprio (pesquisas pessoais, tese de conclusão de curso, mestrado etc.)
☐faz parte do desenvolvimento de matéria/artigo jornalístico.
☐Outro:_____

5) O acervo disponível na Biblioteca/Midiateca colaborou para os seus estudos?
☐Sim ☐Não

Comente.
_____
_____
_____

6) Gostaria de indicar algum item para o acervo da Biblioteca/Midiateca?
_____
_____
_____

7) Você utilizou o Banco de Dados do CRFB?
☐Sim ☐Não

8) O Banco de Dados colaborou para os seus estudos?
☐Sim ☐Não ☐Não se aplica

Comente.
_____
_____
_____

9) **Você é:** ☐Homem ☐Mulher

10) Qual sua idade?
_____

11) Onde você mora?
☐Município de São Paulo.
Qual?_____
☐Outro município do Estado de São Paulo.
Qual?_____
☐Outro Estado.
☐Outro País.

12) Qual sua escolaridade?
☐Ensino Fundamental (cursando) ☐Ensino Fundamental (completo)
☐Ensino Médio (cursando) ☐Ensino Médio (completo)
☐Ensino Superior (cursando) ☐Ensino Superior (completo)
☐Pós graduação (cursando) ☐Pós graduação (completo)
☐Outro_____

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

No terceiro trimestre de 2016, público total presencial foi de 85.978, em 78 dias de funcionamento. Houve um domingo sem funcionamento (18/09) devido à realização de dois jogos no Estádio do Pacaembu.

O público visitante no trimestre apresentou sensível melhora em relação a trimestres anteriores, fruto, sobretudo, do empenho na divulgação do equipamento, como está detalhado no Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

Foram realizadas, conforme a Política de Exposições e Programação Cultural pactuada no Contrato de Gestão, 19 atividades gratuitas ao público, em 43 dias, atraindo ao Museu do Futebol 7.318 pessoas, das quais 7.068 contabilizadas no público total visitante e 250 público de ação extra-muros. A Programação Cultural é responsável por 8,2% do público visitante no período.

A superação da meta prevista, conforme justificativa abaixo, 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. Após entendimentos das propostas e das avaliações sobre suas pertinências ao perfil do Museu, optamos por realiza-las, a maior parte foram lançamentos de documentários e livros, seguidos por debates.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
			PERÍODO	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
16	Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol - 2016"	Número mínimo de eventos realizados			
			3º tri	**8**	**19**
			4º tri	**4**	**-**
			META ANUAL	**12**	**19**
			ICM%	**100%**	**160%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Público mínimo recebido nos eventos			
			3º tri	**500**	**7.318**
			4º tri	**500**	
			META ANUAL	**1.000**	**7.318**
			ICM%	**100%**	**728%**

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL					
17	Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Trimestral**		
		1 exposição virtual publicada			
			3º tri	**-**	
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	
			ICM%	**100%**	
18	Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Semestral**		
		Número de visitantes recebidos			
			3º tri	**75.000**	**85.978**
			4º tri	**75.000**	**-**
			META ANUAL	**150.000**	**85.978**
			ICM%	**100%**	**57,3%**

Ação 16: Desenvolver e executar programação cultural e de exposições temporárias a partir da "Política de exposições e Programação Cultural do Museu do Futebol - 2016"

Meta de produto: número mínimo de eventos realizados – 08 eventos
Meta de resultado: Público mínimo recebido nos eventos – 500 pessoas

Justificativa da superação das metas (produto e resultado)

A meta previa a realização de um número mínimo de ações culturais (eventos), sendo desejável, portanto, sua superação uma vez que essas atividades são estratégicas para a divulgação do equipamento, engajamento de novos públicos e comunicação do acervo da instituição. Os eventos que estavam previamente previstos quando da elaboração da meta foram:
- Programa Férias no Museu – edição especial Olimpíadas;
- 03 encontros do Grupo Memofut
- 01 encontro de Colecionadores
- 03 palestras e/ou bate-papos (que foram revertidas no Simpósio "Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil – pesquisas e debates", Palestra "O Brasil visto da França",).

Os eventos realizados após a negociação com terceiros, no período, foram:
- exibição dos filmes "Adeus Geral"; "Geraldinos"; "Democracia Corintiana" e "Miller & Fried"
- edição extraordinária do festival de cinema Cinefoot;

- lançamento dos livros "Gol da Alemanha" e "Punho Cerrado – a história do Rei", seguidos de debates;
- edição do evento Risadaria (com exibição de filmes e debates)
- debate "O Mito da Democradia Racial no Futebol"

Os eventos não previstos e que foram promovidos pela importância estratégica de divulgar o Museu do Futebol foram:
- Jornada do Patrimônio – promovido pela Secretaria Municipal de Cultura
- 3ª Mostra de Museus – promovido pela UPPM/SEC

O quadro abaixo sintetiza o número de ações realizadas no trimestre.

Mês	**Número de eventos**	**Número de Dias de programação**	**Público total**
Julho	7	26	6.179
Agosto	5	9	659
Setembro	7	7	480 *(230 presencial e 250 extra-muros)*
Total	**19**	**42**	**7.318**

Detalhamento dos eventos realizados

No.	**Data** **Total de dias** **Público final**	**Descrição**
1	De 09/7 a 31/07 20 dias 5.456 participantes	**Programa Férias no Museu – Especial Olimpíadas** A programação de férias do Museu do Futebol foi um convite às crianças brincarem de ser um atletas olímpico. O público vivenciou alguns esportes olímpicos como o tênis de mesa, boxe, futebol, vôlei, basquete, badminton, ginástica ritmica, judô e até conhecer melhor uma bola de Rugby. O espaço contou com monitores para auxiliar o pequeno atleta a entender melhor o esporte, seja vestindo um kimono, ou interagindo na modalidade.

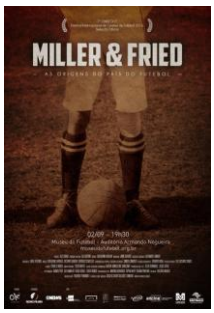
2	16/07 60 participantes	**Reuniões do Grupo Memofut – Edição 79ª.** Palestra - "Clube Atlético Ypiranga - 110 Anos de Vida, 52 Anos de Futebol", com Celso Unzelte e Sérgio Miranda Paz. Palestra - "Holanda", com Max Gehringer. Debate com Cesar Oliveira, Ricardo Mazone e Rafael Silva sobre a Obra de Thomaz Mazzoni Lançamento da segunda edição, remasterizada, do Livro "Flô - o Goleiro Melhor do Mundo", escrito por Mazzoni e lançado originalmente em 1941.
3	22/7 e 29/7 2 dias 85 participantes (1ª sessão) 120 participantes (2ª sessão)	**Exibição de filme documentário – "Adeus, Geral", seguido de debate com os diretores, mediado pela pesquisadora do Museu, Aira Bonfim.** <u>Sinopse do filme:</u> Entendendo que o futebol é uma representação fiel de nossa realidade, surge o documentário "Adeus, Geral", que teve seu início a partir de um trabalho escolar de Geografia sobre "muros sociais" e que, dessa maneira, busca explorar a elitização do futebol brasileiro , que exclui dos estádios as camadas mais pobres da população. Produzido por 5 alunos do Ensino Médio, movidos pelo sentimento de expor as injustiças que esse muro social representa, deu voz a torcedores, jornalistas, técnicos e ex-jogadores para entender o que significa essa elitização. Participam, com depoimentos, nomes como os jornalistas Juca Kfouri e Mauro Cezar Pereira, o técnico do Corinthians, Tite, o presidente do Palmeiras, Paulo Nobre, o ex-jogador Alex e membros das principais torcidas organizadas de São Paulo. Duração: 42 minutos

4	23/07 100 participantes	**Lançamento de livro "Gol da Alemanha", seguido de debate.** Sinopse do livro: Os coautores do livro, o espanhol Axel Torres e o alemão André Schön, partem de um extenso processo investigativo para responder as perguntas que todo o mundo do futebol vinha se fazendo: como, por quê e pelas mãos de quem o futebol alemão se reergueu? Gol da Alemanha conta o pedaço mais fascinante dessa história e traz uma viagem no tempo para entender as transformações do Futebol alemão até a conquista da copa de 2014. Debate com: Rodrigo Capelo_mediador (revista Época) Gustavo Vieira (gerente de futebol do São Paulo FC) Eduardo Conde Tega (CEO da Universidade do Futebol) Mesa 2 André Kfouri_mediador (Espn) Mauro Beting (Fox Sports) Gerd Wenzel (Espn) João Paulo Medina (fundador da Universidade do Futebol Parceria: Editora Grande Área. A editora promoveu o convite aos debatedores, organizou a logística e ofereceu coquetel aos convidados.
5	26/7 10 participantes	**Palestra "O Brasil visto da França"** O sociólogo francês Michel Raspaud, autor do livro autor de "Histoire du football au Brésil" (2010), em visita ao Brasil foi convidado a falar sobre sua pesquisa sobre a história do futebol brasileiro. Mediador: Prof. Bernardo Buarque de Hollanda. Apoio: CPDOC - FGV

6	30/7 178 participantes	**Cine Risadaria: exibição de "Boleiros"** Sinopse: Com direção de Ugo Giorgetti, o filme faz um retrato dos chamados ''Boleiros'', veteranos do esporte. Em um bar de São Paulo, como acontece em quase todas as tardes estão reunidos um grupo de ex-jogadores de futebol, que se encontram para relembrar antigas glórias e histórias curiosas do tempo em que ainda eram jogadores profissionais. Duração: 93 minutos
7	30/7 150 participantes	**Bate Papo Risadaria - Tema: Boleiros: Cinema e Futebol** Convidados: Robson Nunes, Marilia Ruiz, Ale Oliveira, Fred (Desimpedidos) e Benjamin Back
8	13/08 450 participantes	**20º Encontro de Colecionadores de Camisas** Encontro para troca de itens de colecionadores. Tema: camisas de seleções olímpicas <u>Parceria de divulgação</u>: Site Minhas Camisas

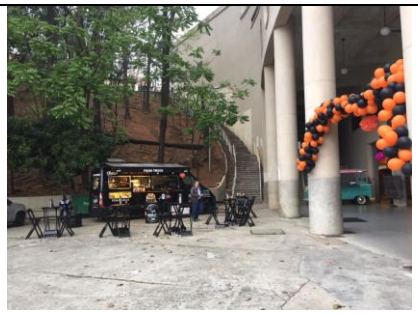
9	13/08 36 participantes	**Reuniões do Grupo Memofut – Edição 80ª.** Palestra "Campeonato Brasileiro de Seleções (Parte 2)", com Rodrigo Saturnino Braga. Palestra: "Os Primórdios do Futebol de Campinas", com André Martins. Palestra: "Foot Ball: o Início no Interior Paulista (Parte 1)", com José Roberto Fornazza.
10	16, 17, 18 e 19/08 4 dias 50 participantes	**Festival CINEFOOT – Especial Olimpíadas** "Sessão Dente de Leite", uma programação composta por filmes sobre futebol voltados para o público infantojuvenil. Foram nove curtas-metragens com abordagens diversas do esporte mais popular do planeta. Programação: A RUA É PÚBLICA / ZIMBÚ / GAÚCHOS CANARINHOS / O PRIMEIRO JOÃO / DENTRO, FORA / FUTEBOL É PAI / PROMESSAS DO FUTEBOL-O MENINO DE 3 MILHÕES DE REAIS / RONALDO / TAPETE VERDE
11	26 e 27/08 2 dias 112	**Simpósio "Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil – pesquisas e debates** <u>Programação - Dia 1 - Sexta (26/08)</u>

	participantes	Palestra de abertura: Os Jogos Olímpicos e a produção/veiculação de investigações/informações sobre o esporte: avaliação e desafios com Prof. Dr. Victor Andrade de Melo (UFRJ) 10h15-12h15 - Esporte olímpico e Imprensa com Mediador: Prof. Dr. Plínio Labriola / - Ms. Fausto Amaro Ribeiro Picoreli (UFRJ) / Dr. João Manuel Casquinha Malaia Santos 14h-16h - Esporte olímpico, Política e nacionalismo com Mediador: Prof. Dr. José Paulo Florenzano (PUC-SP) / Prof. Dr. Sérgio Settani Giglio (UNICAMP/Ludopédio) / Profa. Dra. Silvia Cristina Franco Amaral (UNICAMP) / Ms. Tiago Del Tedesco Guioti (FCA/UNICAMP) 16h30-18h30 - Exibição do filme México 1968: a última olimpíada livre Conversa com o diretor Ugo Giorgetti Mediador: Prof. Dr. Flavio de Campos (USP) 19h - Lançamento de livros e revistas temáticas de futebol e Olimpíadas <u>Programação - Dia 2 - Sábado (27/08)</u> 8h30-10h - Outras experiências olímpicas com Mediador: Victor de Leonardo Figols (UNIFESP/Ludopédio) / Dr. Wagner Xavier Camargo (UFSCAR) / Ms. Giancarlo Marques Carraro Machado (USP) 10h30-12h00 - Jornalismo investigativo em tempos de megaeventos com Mediador: Ms. Marco Lourenço (Ludopédio) / José Trajano (ESPN-Brasil) / Conrado Corsalette (Nexo) / Natalia Viana (Agência Pública) 14h-16h30 - Esporte Olímpico e mídia com Mediador: Prof. Dr. Ary Rocco Jr. (USP) - Dr. Martin Curi (UFF) / Prof. Dr. José Carlos Marques (UNESP) 17h-18h30 - Palestra de Encerramento: Balanço dos Jogos Olímpicos: o debate sobre o legado com Prof. Dr. Marcelo Weishaupt Proni (UNICAMP) <u>Parceria:</u> Portal Ludopédio – divulgação, filmagens, registro fotográfico e apoio logístico para os convidados

12	28/08 15 participantes	**2ª. Jornada do Patrimônio – roteiro educativo pelo bairro do Pacaembu** Foi realizado um percurso pelas ruas do bairro do Pacaembu, que mostram edificios residenciais tombados pelo CONDEPHAAT/COMPRESP e outros edificios que revelam diferentes estilos arquitetônicos. Foi utilizado material educativo impresso para as visitas, em especial, fotografias constantes no Acervo do Museu da Cidade, pertencente à Secretaria Municipal da Cultura de SP. Apoio: Secretaria Municipal de Cultura (cessão de van para deslocamento dos participantes pelo bairro)
13	02/09 15 participantes	**Exibição do filme "Miller e Fried"** Exibição do filme e bate papo com o diretor do filme Luiz Ferraz e Luis Carlos Rodrigues Duarte. O documentário retrata o final do século XIX no Brasil: o fim da escravidão, a chegada de imigrantes e a urbanização do país, quando o futebol é trazido da Inglaterra por Charles Miller e sofre uma revolução nos pés de Arthur Friedenreich. O filme teve cenas gravadas no Museu do Futebol e parte da pesquisa de conteúdo foi feita no acervo do Museu. 
14	10/9 38 participantes	**Reuniões do Grupo Memofut – Edição 81ª.** Bate-papo com Hélio Maffia e Gustavo Longhi de Carvalho, autor do livro "Hélio Maffia - à sua maneira", que retrata as memórias e a trajetória profissional de um dos maiores preparadores físicos do futebol brasileiro.

15	17/09 250 participantes* **contabilizados como "Ação Extra-Muros"*	**3ª Mostra de Museus** Local: Parque da Água Branca Iniciativa da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico da Secretaria de Cultura, com o objetivo de divulgar a rede de museus estaduais. Cada equipamento teve um stand para Ação: Relacionamento com o público, ações e projetos educativos, PAMF e mediação com materiais de acessibilidade.
16	20/09 32 participantes	**Debate: "O Mito da Democracia Racial no Futebol"** A democratização do futebol assumiu um caráter universal e se transformou em um dos mais conhecidos símbolos culturais brasileiros. Mas, como podemos observar as relações raciais dentro do campo? O futebol é realmente um espaço para todos? Debate com José Paulo Florenzano (PUC-SP) / Juarez Tadeu de Paula Xavier (UNESP) / Aline Pellegrino (Federação Paulista de Futebol) Mediador: Jorge Monteiro (Respeito F.C.)

17	23/09 70 participantes	**Lançamento do livro "Punho cerrado – a história do Rei", seguido de debate com a presença do jogador Reinaldo (Atletico Mineiro)** O livro é a biografia do jogador Reinaldo, ídolo do Atletico Mineiro, escrito pelo seu filho Philipe Moraes. A biografia usou como uma de suas fontes a entrevista que Reinaldo concedeu ao Museu do Futebol.
18	24/09 15 participantes	**Exibição dupla de filme: "Democracia em Preto e Branco" e "Geraldinos", de Pedro Asbeg**
19	29/09 60 participantes	**Baile do Museu do Futebol** Comemoração do 8º aniversário do Museu do Futebol com um baile com aula de dança, comidas e um espaço de convivência para idosos. O mote da atividade foi o Projeto Museu Amigo do Idoso.

Ação 18: Receber visitantes presencialmente no Museu do Futebol
Meta de resultado: número de visitantes recebidos

Justificativa da superação da meta

Houve superação da meta em razão da boa adesão do público às ações de programação cultural que são tradicionais no Museu, como o Programa de Férias (que atraiu mais de 5 mil participantes), da boa inserção de mídia no período (mais de 800 inserções) e por ser o mês de julho o de maior visitação histórica nos museus de modo geral. A superação é desejável uma vez que o público visitante é um dos principais indicadores de resultado da instituição.

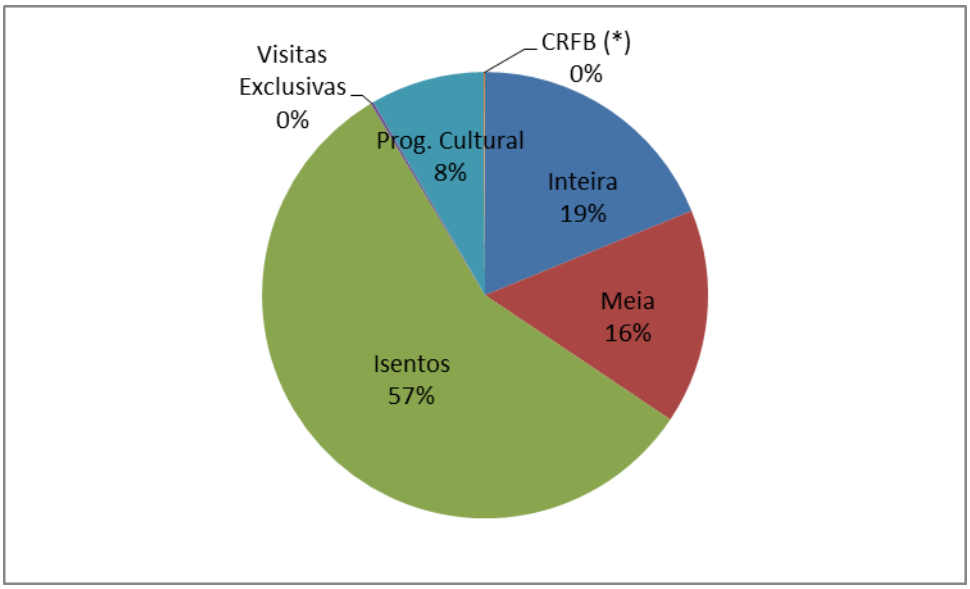
A seguir, o detalhamento do público presencial no período

Detalhamento do público visitante

Tabela 1 – Visitantes presenciais por tipo de entrada

mês	Bilheteria			Demais visitações presenciais			**Total presencial**	Dias abertos
	Inteira	Meia	Isentos	Visitas Exclusivas	Prog. Cultural	CRFB (*)		
julho	8.528	7.388	22.694	0	6.179	37	44.826	27
agosto	4.297	3.180	12.198	60	659	41	20.435	26
setembro	3.371	2.824	14.134	150	230	8	20.717	25
Total	**16.196**	**13.392**	**49.026**	**210**	**7.088**	**86**	**85.978**	**78**

Considerando que o público da Programação Cultural e do CRFB tem entrada gratuita, no terceiro trimestre a gratuidade no Museu do Futebol ultrapassou 60% do total de visitantes recebidos, conforme o gráfico abaixo.



A tabela abaixo demonstra os visitantes por categoria, contabilizado no momento de entrada na bilheteria.

Tabela 2 – Visitantes por categoria

	Categorias	JUL	AGO	SET	Total
1	Individual	19.445	8.414	8.823	**36.682**
2	Individual Estrangeiro	1.890	1.058	584	**3.532**
3	Estudante Estrangeiro	214	191	39	**444**
4	Estudante Pagante	5.820	1.461	1.301	**8.582**
5	Idoso	1.297	575	585	**2.457**
6	Aposentado	21	38	8	**67**
7	Escola Privada	837	1.136	1.186	**3.159**
8	Escola Pública Agendada	3.182	4.829	5.875	**13.886**
9	Professor de Rede Pública	160	20	38	**218**
10	Professor da rede Particular	79	80	113	**272**
11	Deficientes	131	63	19	**213**
12	Convidados	1.441	858	854	**3.153**
13	Sec. Segurança Pública	-	-	-	**-**
14	Menores de 07 anos	3.303	794	712	**4.809**
15	Parceiros	120	-	-	**120**
16	Funcionários de Instituições Museológicas	5	2	1	**8**
17	Acompanhantes	665	156	191	**1.012**

Total Visitantes - Bilheteria		38.610	19.675	20.329	78.614
Visitas Exclusivas		-	60	150	210
Programação Cultural		6.179	659	230	7.068
Visitas CRFB		37	41	8	86
TOTAL META		44.826	20.435	20.717	85.978
Extra Muros		-	-	4.673	4.673
SISEM		9.429	3.252	-	12.681
TOTAL GERAL		54.255	23.667	25.410	103.332

Embora não seja contabilizado na meta de visitantes presenciais, destacamos no período o público das ações extra-muros e o público SISEM, que somam, no trimestre, 17.354 visitantes.

O público total do Museu do Futebol, presencial e extra-muros, portanto, somou 103.332 visitantes.

PROGRAMA EDUCATIVO

Nesse trimestre, o Núcleo educativo realizou visitas ao público escolar e a os públicos especiais (pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade, turistas, etc), além de atividades ao público espontâneo, em especial a famílias, como as visitas ao Estádio do Pacaembu, visitas mediadas às exposições e jogos. No conjunto de atividades, o Educativo atendeu a 11.691 pessoas, representando 13,6% do público total de visitantes recebido no período.

Foi dada continuidade ao projeto Museu Amigo do Idoso, com a entrada do segundo residente, Sr. Jorge Exposito. Tanto ele quanto a primeira residente, Sra. Maria Eliza, conviveram em diferentes atividades com as equipes de orientadores e educadores.

No âmbito da gestão do Núcleo, foram realizadas alterações no atendimento do serviço de agendamento, visando otimizá-lo. A principal mudança foi a não obrigatoriedade de agendar horários a grupos que não requerem o educador. Tal agendamento vinha ocorrendo desde 2010, em razão da necessidade de organização de fluxo de visitantes que chegavam em horários muito próximos, gerando filas e transtornos ao longo do percurso do Museu, em especial nas salas menores, elevadores e escadas rolantes. Com a diminuição da demanda, verificou-se que não há mais a necessidade de tal agendamento, pois o mesmo poderia, inclusive, estar engessando a visita espontânea desses grupos. Mantivemos, entretanto, o acolhimento feito pelos orientadores de público aos grupos não agendados, pois essa ação visa à propiciar aos visitantes uma experiência de mais qualidade no Museu.

Outra ação importante é o início da participação do Museu do Futebol no projeto "Eficiência e Inovação no relacionamento dos museus com seus públicos", financiado pelo PIPE/FAPESP e concebido pela empresa Mais Museu (em conjunto com a Percebe Educa consultoria). O projeto irá desenvolver um software que integre os dados de atendimento aos públicos de Museus, indo do agendamento à avaliação da satisfação. O Museu do Futebol foi escolhido com uma das instituições que balizarão os testes do novo produto. Não terá custos ao Museu e poderemos, quando finalizado o projeto, sermos contemplados com um sistema que aprimore nosso atendimento.

idbrasil Organização Social de Cultura

MUSEU DO FUTEBOL

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO

PROGRAMA EDUCATIVO

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
19	Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	Capacidade de atendimento por trimestre de estudantes de escolas públicas e privadas em visitas educativas	**PERÍODO**	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
			3º tri	**10.857**	**10.857**
			4º tri	**7.239**	**-**
			META ANUAL	**18.096**	**10.857**
			ICM%	**100%**	**60%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas (mínimo = 36% da capacidade de atendimento)			
			3º tri	**No. Mínimo: 4.300**	**5.750**
			4º tri	**No. Mínimo: 2.300**	**-**
			META ANUAL	**No. Mínimo: 6.600**	**5.750**
			ICM%	**100%**	**87,1%**
20	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 Museu Amigo do Idoso/Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol e Visitas educativas agendadas	**PERÍODO**	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
			3º tri	**2**	**2**
			4º tri		**-**
			META ANUAL	**2**	**2**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Produtos	**Previsão Trimestral**		
		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			
			3º tri	**4.143**	**3.967**
			4º tri	**7.921**	**-**
			META ANUAL	**12.064**	**3.967**
			ICM%	**100%**	**32,4%**

PROGRAMA EDUCATIVO					
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Trimestral**		
20	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.	Número mínimo de público especial atendido em visitas educativas (mínimo de 37% da capacidade de atendimento)	**PERÍODO**	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
			3º tri	**No. Mínimo: 3.100**	**3.967**
			4º tri	**No. Mínimo: 1.400**	**-**
			META ANUAL	**No. Mínimo: 4.500**	**3.967**
			ICM%	**100%**	**88,1%**
		Indicativo de Produtos	**Previsão Trimestral**		
		Dar continuidade ao Projeto Museu Amigo do Idoso: receber 1 residente idoso por 3 meses			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**-**	**-**
			META ANUAL	**1**	**1**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Projeto Museu Amigo do Idoso: relatório com indicação de melhorias/adaptações nos espaços do Museu			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Projeto Museu Amigo do Idoso: criação de 02 atividades/jogos			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**2**	**-**
			META ANUAL	**2**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**

PROGRAMA EDUCATIVO					
AÇÕES A SEREM REALIZADAS		**METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS**			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
21	Realizar pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação	Número de relatórios entregues	**PERÍODO**	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
			3º tri	**1**	**-**
			4º tri	**-**	**-**
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral e/ou Anual**		
		Índice de satisfação (> ou = 80%)			
			3º tri	-	**-**
			4º tri	**>= 80%**	**-**
			META ANUAL	**>= 80%**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
22	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Semestral**		
		No. de ações desenvolvidas: visitas mediadas; visitas ao Estádio e oferecimento de jogos/atividades/ dinâmicas ao público			
			3º tri	**3**	**3**
			4º tri		**-**
			META ANUAL	**3**	**3**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Produtos	**Previsão Trimestral**		
		Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: número de visitas oferecidas			
			3º tri	**20**	**36**
			4º tri	**20**	**-**
			META ANUAL	**40**	**36**
			ICM%	**100%**	**132%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Oferecer visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu: Número mínimo de visitantes atendidos			
			3º tri	**No. Mínimo: 300**	**695**
			4º tri	**No. Mínimo: 300**	**-**
			META ANUAL	**No. Mínimo: 600**	**695**
			ICM%	**100%**	**115,8%**

PROGRAMA EDUCATIVO

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
22	Desenvolver ações/ programas/ projetos para famílias	Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: Quantidade de atividades oferecidas	**PERÍODO**	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
			3º tri	**24**	**53**
			4º tri	**24**	**-**
			META ANUAL	**48**	**53**
			ICM%	**100%**	**75%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Oferecer atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo: número mínio de visitantes atendidos nas atividades oferecidas			
			3º tri	**No. Mínimo: 240**	**981**
			4º tri	**No. Mínimo: 240**	**-**
			META ANUAL	**No. Mínimo: 480**	**981**
			ICM%	**100%**	**204,3%**
		Indicativo de Produtos	**Previsão Trimestral**		
		Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados: número de visitas oferecidas			
			3º tri	**10**	**14**
			4º tri	**10**	**-**
			META ANUAL	**20**	**14**
			ICM%	**100%**	**140%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Oferecer visitas mediadas para famílias aos finais de semana: número mínimo de visitantes atendidos			
			3º tri	**No. Mínimo: 30**	**298**
			4º tri	**No. Mínimo: 30**	**-**
			META ANUAL	**No. Mínimo: 60**	**298**
			ICM%	**100%**	**490%**

Ação 19 - Realizar visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Ação 20: 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.

Metas de Produtos: Capacidade de atendimento por trimestre
Metas de Resultado: Número mínimo de atendimentos. Ação 19 = 36% da capacidade; Ação 20 = 37% da capacidade.

Justificativas para cumprimento parcial e/ou superação

Ação 20 - Meta de Produto

A diferença de capacidade prevista (4.143) e realizada (3.967) é de 176 pessoas, perfazendo 9 horários/grupos. Esses não foram abertos devido a contingências pontuais ocorridas no trimestre, tais como: necessidade da realização de exames médicos periódicos, que ocorrem dentro do horário de trabalho, impactando na disponibilidade do agendamento e ocorrências de faltas e/ou período de licença médica de educadores por razões de saúde. A meta de capacidade de atendimento será equilibrada no próximo trimestre.

Ações 19 e 20 – Metas de Resultado

A meta previa o percentual mínimo de atendimento em relação à capacidade do Museu para grupos agendados. Assim, a superação é desejável, uma vez que, demonstrada a capacidade, trabalhamos para sua completa realização. A meta mínima seguiu a média história anual, mas, sabemos que a demanda por grupos agendados oscila ao longo dos trimestres, sendo o terceiro trimestre o de maior demanda. Outro fator que corrobora para a superação da meta, em especial a meta da ação 20 (outros grupos) é o estabelecimento de parcerias com programas e instituições sociais que provém transporte aos grupos, tal como o caso do Programa Recreio nas Férias,

Detalhamento das metas – produto e resultado

Tabela 1 – Demonstração de vagas abertas x vagas ocupadas

AÇÃO	VAGAS PREVISTAS	VAGAS ABERTAS	VAGAS OCUPADAS = público atendido	% de ocupação
19	10.847	10.847	5.750	53%
20	4.143	3.967	3.967	100%
Total (ação 19 + 20)	14.990	14.814	9.717	66%

Tabela 2 – Demonstração da ocupação das vagas por perfil de público

Ação 19	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Federais	Escolas Particulares	Universidades	**Total** mensal
Julho	553	0	0	116	13	**682**
Agosto	1874	536	0	240	45	**2.695**
Setembro	1621	494	0	152	106	**2.376**
Total realizado	**4048**	**1030**	**0**	**508**	**164**	
Resultado Realizado	**5.750**					
Resultado mínimo previsto	**4.300**					
ICM (trimestre)	**134%**					

Ação 20	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
Julho	145	106	13	1545	32	0	60	0	20	0	181	**2.102**
Agosto	196	27	24	475	42	0	52	0	0	0	38	**854**
Setembro	228	0	67	696	0	0	17	0	0	3	0	**1.011**
Total realizado	**569**	**133**	**104**	**2716**	**74**	**0**	**129**	**0**	**20**	**3**	**219**	
Resultado Realizado	**3.967**											
Resultado mínimo previsto	**3.100**											
ICM (trimestre)	**128%**											

Comentários

Ação 19 – Público escolar

Na tabela acima, verifica-se que o maior número de público escolar foi oriundo de escolas municipais, representando 41% do atendimento total do Educativo neste trimestre, fruto sobretudo, da parceria com a Secretaria Municipal de Educação. Os alunos das escolas estaduais representam o segundo maior número de estudantes recebidos, seguidos dos estudantes de escolas particulares e univesidades. Não recebemos alunos oriundos de escolas federais neste período.

No total, o público escolar compõe 57% do público geral do Educativo atendido no período e 53,1% da capacidade de atendimento no período. Cumprimos, portanto, a estratégia de priorizar o atendimento a estudantes (cerca de 60% do total do público agendado).

Ação 20: Outros públicos

Na tabela acima, verifica-se que o maior número de público especial foi o infanto-juvenil, representando 28% do atendimento total do Educativo neste trimestre, considerando público especial e outros perfis. Em segundo lugar, os visitantes em situação de vulnerabilidade social representam o segundo maior número, seguidos dos visitantes oriundos de escolas de futebol. No total, o público especial compõe 41% do público geral do Educativo atendido no período, completando a capacidade de atendimento no período.

Ação 20: 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 de Produto: **Dar continuidade ao projeto Museu Amigo do Idoso: receber 1 residente idoso por 3 meses**

Neste trimestre, em continuidade às ações do projeto Museu Amigo do Idoso, os educadores e orientadores seguiram realizando atividades com a residente Maria Elisa e, agora, com o residente Jorge Expósito. A participação de Elisa não se encerrou neste trimestre. O cronograma previsto indica ainda mais dois encontros em que os dois residentes participarão juntos para realizar o fechamento do projeto.

A primeira atividade realizada pelo residente Jorge Expósito foi a escrita de sua biografia, para apresentação à equipe. Segue abaixo o texto por ele produzido.

Breve biografia

São Paulo, 05 de agosto de 2016

Parágrafo resumo

Respeitadas todas as orientações espirituais dos leitores deste, quem rije nossos destinos sinalizou minha chegada como Jorge Raúl em Buenos Aires, República Argentina na distante primeira metade do século passado.

O crescimento num larcomposto pelos pais e um Hermano,seguiu a evolução própria do padrão da época, os estudos em escola pública desde alfabetização, primeiro grau, curso de técnico em mecânica até o inconcluso de engenharia.
Todas as etapas infante-estudantis e da fase adulta estiveram intercaladas vivencias do cotidiano, divididas com a família, vizinhos e amigos.

Estimo que as vivências dos leitores deste não divirjam em muito com o cotidiano descrito.

A migração ao Brasil, São Paulo, foi em 1974, família jovem com dois filhos, hoje três e dois netos.

A carreira profissional na área de projetos me fezrodar pelo Brasil, conhecer e vivenciar outros estados,Pará, Paraíba, Pernambuco, Rio de Janeiro, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul além do receptivo São Paulo. Conhecimentos e experiências continuam no presente na assídua frequênciaao Espaço de Leitura, do Parque Dr. Fernando Costa (Agua Branca).

No Museu do Futebol empenho em atender as expectativas é um objetivo.

Cronograma de participação dos residentes

Por conta de remanejamentos nos dias de Elisa que ficou conosco até o começo de agosto, o início do Sr. Jorge se deu somente em meados de agosto. Assim sendo, apresentamos aqui o cronograma de participação do Sr. Jorge bem como os relatórios de ambos os residentes e da equipe.

Abaixo, o calendário de participação do segundo residente.

Agosto	Semana 1	16/ago
		18/ago
	Semana 2	23/ago
		25/ago
	Semana 3	30/ago
Setembro		01/set
	Semana 4	06/set
		08/set
	Semana 5	13/set
		15/set
	Semana 6	20/set
		22/set
	Semana 7	27/set
		29/set
Outubro		01/out
	Semana 8	04/out
		06/out
	Semana 9	11/out
		13/out
	Semana 10	18/out
		20/out
	Semana 11	25/out
		27/out
Novembro	Semana 12	01/nov
		03/nov
	Semana 13	08/nov
		10/nov
	Semana 14	17/nov
		22/nov
	Semana 15	24/nov
		29/nov
Dezembro	Fechamento	02/dez

Nas três últimas datas do mês de novembro, teremos ambos os residentes atuando conosco para encaminhar o fechamento do projeto, previsto para o dia 02/12. Ao final do ano, apresentaremos a consolidação dos apontamentos de melhorias e adaptações no espaço do museu.

Relatório da residente Maria Elisa

Considerando que a participação mais extensiva de Elisa se deu no segundo trimestre, apresentamos aqui apenas um relatório, reflexo do último mês de participação da residente.

19/07/2016
Hoje de manhã fiquei na grande área e ajudei os visitantes no espaço a subir os carrinhos de bebê e os idosos pela plataforma, passei informações sobre a maquete para um grupo de estudantes de arquitetura, falei sobre o gramado, que o Pacaembu planta uma sementinha que faz crescer uma grama que se adapta a temperatura do ambiente, e percebi que essas pequenas coisas deixam as pessoas surpresas e encantadas ao saber, aproveitando falei sobre a acessibilidade dentro do museu, aquela maquete foi pensada para um público com deficiência visual, pedi para algumas pessoas deixar os pertences como sacolas e bolsas no guarda volumes.

Aconteceu um evento muito engraçado comigo na grande área, um garotinho de mais ou menos 10 anos estava com uma caderneta nas mãos dizendo que precisava anotar tudo sobre o museu para um trabalho da escola, eu perguntei a ele se ele queria que eu contasse algumas histórias do museu, ele dizendo que sim, eu falei sobre, a maquete, a ama de leite e a grama, ele anotou tudo o que eu falei na caderneta dele, anotou meu nome e disse que ia colocar no trabalho a ajuda que eu dei, eu achei muito gratificante.

Na parte da tarde na porta do Pacaembu, fiquei com o Ivo e acompanhei parte da visita da Débora no espaço e contei para o grupo dela sobre a grama do estádio e ai ela deu o complemento falando que existem estádios que possuem grama sintética e no caso do Pacaembu a grama era natural e dispõe de um gramado próprio para calor e frio dependendo das estações do ano, eu não sabia dessa informação. Dei entrevista para a jornalista Camila do Site Catraca Livre, ela me perguntou o que foi mudado aqui no museu referente à melhoria para idosos, a meu ver não há necessidade de muitas alterações.

A residente idosa Maria Elisa participa com a equipe das atividades do projeto

Relatórios do residente Jorge Raul Expósito

Diferentemente de Maria Elisa, Jorge tem familiaridade com computador, por conta de sua atividade profissional e formação técnica na área de engenharia mecânica. Para esta apresentação, selecionamos três relatórios do Jorge com a tentativa de contemplar o que tem sido a residência dele até então.

São Paulo, 23 de agosto de 2016

Residência Museu Do Futebol

Ações do dia

Período Matutino
Dia de céu cinza fechado inicialmente frio, no avanço das horas se converteu num céu azul intenso e temperatura amena. Após as saudações com os integrantes do núcleo tive encontro mais próximo com um grupo deles, conheci novo integrante. Em conversa dinâmica projetaram suas expectativas com minha presença, destacadas o intercambio de conhecimentos e melhorias a incorporar nos espaços do Museu. Quanto ao intercambio de conhecimentos expresso a reciprocidade da ação.

Guiado pela Coordenadora e seu assistente efetuei um completo recorrido pelas instalações do Museu,as apresentações se sucederam numa cordial recepção em cada uma das diretorias e núcleos correspondentes.

Ato seguido iniciei um roteiro de visita ao acervo -por motivos de agenda parcial a qual será concluída no futuro- junto com um grupo do Núcleo Orientação motivadora de observações e comentários, todo isto registrado em detalhe por um integrante do grupo, portanto não entrarei no mérito neste texto.

Período da Tarde
Retornando do almoço a Sra. Rosa estava aguardando por mim para dar inicio a atividade prevista para a segunda parte da jornada. A nos nuns primeiros momentos se incorporou o supervisor do grupo, estimo para dar uma implícita orientação.

O dialogo inicial levou à lembrança da Sra. Rosa ao fato gerador de sua chegada ao Museu do Futebol, posição que propiciou uma réplica da origem de minha presença no projeto.

Começamos numa caminhada pela Praça Charles Miller, seguiu um descanso à sombra das árvores que circundam a praça.Informalmente, não menos reverente, conheci a Sra. Vitoria, Diretora do Financeiro, logo as apresentações e formalidades, o dialogo com Rosa continuou vinculado a uma pergunta que me fizeram na parte da manha quanto ao sentimento do torcedor argentino, lembrei-me da presença de ídolos brasileiros 'adoptados'pelas torcidas de times de Bs As, citei uma dupla de minhas jornadas jovens. Nestes momentos o supervisor afastou-se, retornou a suas atividades.

Nossos passos –por eleição- nos levaram ao interior do estádio, a proximidade do gramado (em excelente estado) produz em mim uma grata sensação, indescritível neste momento, o dialogo espontâneo, fluido não cessou durante todo o percurso, concluído na Grande Área com a observação da maquete do estádio.
Retornando à coordenação concluo a jornada com a execução do presente relatório.

O residente idoso Jorge Expósito participa com a equipe das atividades do projeto

São Paulo, 13 de setembro de 2016

Residência Museu Do Futebol

Ações do dia

Período Matutino

A equipe de orientação programou para a data a exibição no auditório do museu a projeção do filme documentário, 'Envelhecencia'. Uma abordagem geral dos aspectos do envelhecimento foi exposta por profissionais da área de medicina, filosofia e sociologia intercaladas com as experiências de um grupo diverso de idosos que transmitiram próprias atitudes e reflexões frente ao avanço dos anos.

Destaque ao fato de a expectativa de vida nos últimos vinte e cinco anos se incrementou em uma media de trinta anos, incremento considerável ao qual deve somar-se qualidade nas condições no encarar esse fato concreto.

Uma menção que registrei foi a diferencia das palavras 'limite' e 'fronteira', definição quanto a aplicação no cotidiano de quem já avançou no tempo, o limite como equivalente de uma barreira e a fronteira um marco no qual é possível avançar.

Período da Tarde

Com revezamento no grupo de orientadores seguiu uma reunião / debate na 'Sala das Origens' sobre o filme. Na visão dos participantes prevaleceu o enfoque de na chegada desses dias em que a disponibilidade de tempo é palpável, procurar atividades afins com tudo aquilo que gratifique e estimule o corpo e o espirito, em síntese sustentar a qualidade de vida.

Concluindo a atividade programada apresentei um objeto relevante de uma passagem por outro local solicitado no encontro do 06/09. Um protetor ocular utilizado na assistência de montagem de uma planta de alumina na cidade de Barcarena, Para no inicio dos anos 2000. A relevância diz respeito ao meu contato com a Amazônia, um sinônimo do Brasil para observador externo.

Encerrando a tarefa completei com a imagem 'Representando um sentimento do presente', um livro, qualificado por alguns escritores como 'livro nacional dos argentinos','Martin Fierro'(obra literária de 1872), tradução ao português do poeta gaúcho, J.O. Nogueira Leiria de 1972. Associei essa publicação a um sentimentopessoal de integração.

Como esclarecimento uma breve análise pode-se achar em:
https://pt.wikipedia.org/wiki/Mart%C3%ADn_Fierro

São Paulo, 15 de setembro de 2016

Residência Museu Do Futebol

Ações do dia

Período Matutino
Com uma alteração espontânea da programação original demos inicio à atividade da jornada. O dialogo levou a uma coletânea de ideias a considerar no formato do roteiro a desenvolver no próximo dia 01/10, 'Dia do Idoso'. Tendo o tema 'futebol' como referencia propor uma comparação histórica do antanho com o hoje foi aventada como ponto de partida, incluindo aspectos do preconconceitos sejam de gênero, sociais ou outros.

No referente a sensações mereceu menção o futebol praticado por cegos e o futebol feminino questões de género, hoje atenuadas. Menção também sobre a pouca difusão destes eventos.

Além do descrito, evidentemente, temas diversos se incorporarão motivados pela visão das imagens do acervo do museu durante o recorrido das salas.

Período da Tarde
Jogo de botão orientou a temática motivadora á reavivar a memoria afetiva. Como surgiu e a origem da denominação chegou a mim nesse momento. Meu contato com futebol de botão aconteceu nos anos de 1980 onde após almoço e no tempo disponível colegas de trabalho improvisaram o 'campo' numa prancheta de desenho para a realização do 'campeonato', reconheço, no ter sido torcedor e não participante.

Hoje com o jogo na frente, logo uma breve instrução das regras pôs 'mão nos botões' numa partida de iniciação neste jogo onde habilidade manual, tática e raciocínio se integram.

Ate onde tenho conhecimento em Argentina o jogo de botão não e conhecido e praticado, nos meus anos de infância era com o 'metegol' , pebolim entre nos, que colocávamos nossas habilidades futebolísticas em pratica.

O residente idoso Jorge Expósito participa com a equipe das atividades do projeto

Considerações gerais dos relatórios do residente Jorge Expósito

Pontos fortes	Pontos a desenvolver
Ótima impressão da apresentação do museu	Percepção de escuridão pronunciada na sala "Anjos" que produz uma sensação de desorientação e dispersão
Sequência adequada da exposição de assuntos	Incorporar na atividade "Baú da Memória": um carrinho a fricção, uma boneca e bolinha de gude
Espírito de harmonia nos núcleos (Educação e Orientação)	Vista da sala "Copas" a partir da sala "Anjos" parece desconexa
Grata sensação de poder ir ao estádio (ao redor do gramado)	Na sala dos "Rádios" a iluminação é precária, não se pode enxergar os bancos, painel do dial em completa escuridão
Sala "Copas" suscita a memória e a afetividade	Sugestão para a sala "Rádios": um feixe de luz idêntico àquele do painel da sala "Gols" com iluminação tênue e sensor de aproximação para não interferir na ambientação
Na sala "Gols" a iluminação tênue complementa com eficiência o painel autoexplicativo	Escada rolante da "Exaltação" poderia ter uma tênue iluminação intermediária
Sala "Exaltação" com ambientação ótima e distribuição na área de movimentação confortável	Necessário um destaque na identificação do 'Catalogo de Legenda' na sala "Origens"
Sala "Origens" é um espaço aconchegante com ambientação lograda ótima e distribuição na área de movimentação confortável	Necessário um destaque e sonorização na frase de Vinícius de Moraes na sala "Rito"

Sala "Rito de Passagem" como lembrança de um momento 'vivo' que o tempo não dissipa	Vidros da sala "Copas" que permitem visão da sala "Anjos" causam distração ao visitante
Na sala "Copas", uma revisão de circulação anterior confirma o equilíbrio na apresentação do conjunto, na dinâmica, cor e temas apresentados	"Pelé e Garrincha" parece um preenchimento de um espaço vazio. A tendência é não deter-se nas imagens, o visitante circula na procura da passarela externa que leva à nova ala do museu
Na sala "Pelé e Garrincha" importante o destaque aos ídolos	Inclusão de um fechamento, do espaço livre entre o piso e o inicio parapeito de vidro, para evitar que atinjam ao térreo quaisquer objetos acidentalmente deixados cair durante manutenção ou por quem circula, a efeito de conservar a discrição do conjunto e utilização de material metálico com perfurações idêntico ao utilizado no lado oposto ao descrito é sugerido
Sobre a "Passarela" de interligação o destaque é harmonia e solidez do projeto e execução, o piso em ripas de madeira aporta calidez, a construção isenta de vibrações e ruídos transmite segurança	Na metade do percurso da visitação uma recomendação de descanso ao idoso contribuiria em concluir a segunda metade sem fadiga
O folder distribuído no início da visitação é eficaz guia na identificação dos locais motivadores onde concentrar atenção mais demorada	Em relação ao folder, a leitura remitente diminuída em detalhes daria rápido posicionamento melhorando o objetivo
Ótima proposta da oficina "Perceber a Cidade" onde ficou evidenciada a conexão do sentimento no momento com fatos anteriores que deixaram seu registro na nossa memória	Motivar o idoso a participar da atividade "Perceber a Cidade", mesmo sendo uma atividade convidativa
	A receptividade da equipe que realiza o acolhimento do público idoso não está explícita
	Para o sucesso do mencionado acima, necessária a distribuição adequada dos componentes no espaço
	Incorporações de sugestões de apreciação do espaço por texto, além do

	mencionado verbalmente pela equipe
	Dificuldade de leitura de textos descritivos (contraste de cores ou escrita em letras pequenas)
	Percepção do 'Museu' ficar dividido em dois blocos, um inicial rico em apresentação do acervo e detalhes e outro após a passarela menos 'vivo' e intenso na 'chamada' ao visitante
	Incorporação da figura do 'Assistente de visitação' funcionário exclusivamente dedicado ao acompanhamento durante todo o percurso do museu de pessoas com limitações acentuadas
	Na "Grande Área", uma estrutura que divide a sala em duas deixa oculta a área da maquete
	Sensação de frieza na "Grande Área" que corresponde à sua denominação
	Uma recepção estimulante contribuiria ao visitante como incentivo no percurso à frente
	Distribuição física, estratégica e adequada dos orientadores disponibilizados atualmente no espaço expositivo
	Realocação ou sinalização da presença da maquete da "Grande Área" para destaque
	Na atividade "Quiz Olimpismo", quando houver um grupo de idosos, fazer um convite para dividir o grupo em equipes para participar da atividade

Relatórios da equipe

Dia: 21/07/2016
Participantes: Débora, Laís, Neto e Tati
Residente: Dª Maria Elisa Franceschini
Sala: Auditório

Perguntas norteadoras para realização do relatório: Qual foi a dinâmica do dia? Como foi a dinâmica do dia? Quais foram os aprendizados do dia? Quais são as palavras-chaves?

Hoje a proposta com a Dona Maria Elisa foi conversar sobre atendimento, como atender alguém e qual a melhor forma de ser atendido, foi um bate papo onde questionamos sobre as experiências de vida que ela teve, não só relacionado ao museu, mas em outros lugares que ela visitou, em viagens, por exemplo, ou outros lugares que ela freqüentou, e sobre a experiência dela com o trabalho, em ser palhaço e visitar hospitais e casa de idosos.

Tivemos uma conversa muito proveitosa, e conseguimos tirar algumas lições, a Maria Elisa por ter essa experiência e esse contato com pessoas sempre está pronta a atender alguém, algo observado por ela em muitas ocasiões é que o atendimento que você recebe é um reflexo da situação que você se encontra, por exemplo, se você não está bem, teve um dia ruim, está estressado ou mal humorado, se você chega em busca de atendimento, possivelmente será mal atendido, pela energia que você transmite, pela forma como você se remete a alguém e a pessoa acaba reagindo da mesma forma, mas, se você estiver bem, alegre e disposto, possivelmente terá um bom atendimento, já chega com uma simpatia diferente, porém, quando se trata de um bom atendimento, esse reflexo não deve existir, ou seja, mesmo se a pessoa chegar de mau humor você tem que aprender a relevar e tratá-la da melhor forma possível.

Com idosos temos que perceber as necessidades e os limites de cada um, existem aqueles que fazem atividade física, que dançam, que são mais agitados, e tem alguns que tem uma mobilidade reduzida, dificuldades que percebemos quando temos contato, é possível fazer brincadeiras, e algumas atividades, porém temos que perceber essas necessidades.

Mas pra ela de forma alguma essas pessoas devem ser tratadas de maneiras diferentes, com todas as experiências de vida que ela teve com relação a acolher as pessoas, ela nunca deixou de ser solicita com alguém. Para ela é necessário tratar essas pessoas como se fossem únicas, mesmo que ela tenha contato com

essa pessoa uma única vez na sua vida. Pra Dª Maria Eliza é um diferencial tratar as pessoas como únicas, como exclusivas.

Em um dos seus relatos, ela conta que aprendeu muito sobre atendimento no curso da Pastoral da saúde, além de conhecimentos sobre a higiene e saúde do próximo.
No relato ela conta que sempre teve vontade de trabalhar com as crianças das Casas André Luiz, mas para isso seria necessário participar dos estudos espíritas que aconteciam lá. Durante os quatro anos de estudos, ela aprendeu mais ainda sobre o respeito ao próximo, e que cada dificuldade ou doença é apenas daquela pessoa. Por isso quando ela se caracteriza de seus personagens, tenta deixá-los mais confortáveis possíveis para que não pensem em outros problemas, que apenas aproveitem o agora, mesmo que sejam poucos minutos.

Palavras-chaves: atendimento; experiências; reflexão; idosos

Data: 30/08/2016
Nome (s): Ana Friedman, Diego Sales, José Rodrigues Neto
Orientador / Espectador: -
Residente: Sr. Jorge Expósito
Local: Estádio do Pacaembu / Praça Charles Miller e Lounge do Educativo
Redator: Ana Friedman

Perguntas norteadoras para realização do relatório: Qual foi a dinâmica do dia? Como foi a dinâmica do dia? Quais foram os aprendizados do dia? Quais são as palavras-chaves?

1º Momento:
Este foi o primeiro dia do novo residente do Projeto com a equipe dos Educadores, e para começar o dia de forma dinâmica e para que não fosse repetitivo com muitas apresentações que ainda iriam ocorrer, a equipe criou uma atividade para realizar neste primeiro momento. A proposta era que o Sr. Jorge andasse de forma livre no entorno do campo do Estádio do Pacaembu e depois uma volta na Praça Charles Miller, mas portando uma câmera digital para fazer registros durante o percurso. Para direcionar o olhar e utilizar a dinâmica para conhecermos um pouco mais do Sr. Jorge, propusemos três recortes para ele pensar nas fotografias, mas com a liberdade de que ele fizesse quantos mais quisesse. Esses recortes eram: uma fotografia totalmente livre, uma fotografia do que tivesse lhe chamado a atenção durante o percurso e uma fotografia que representasse a ele neste momento de vida em que se encontra.

O primeiro momento de encontro com Sr. Jorge foi tranquilo, de rápidas apresentações e pareceu muito aberto às propostas que viriam – nesta primeira hora, apenas a Educadora Ana Friedman estava presente. O Daniel, supervisor, se juntou a nós e fomos até a frente do portão principal do Estádio para explicar-lhe a proposta e entregar-lhe a câmera. Sr. Jorge pontuou a familiaridade que possuía com a câmera fotográfica analógica e com a modalidade da fotografia em si, mas pediu para que lhe ensinássemos como manusear a câmera digital que entregamos. Rapidamente compreendeu e saímos para dar início a atividade.

Durante o percurso perguntamos a ele sobre as vezes que havia estado no Estádio anteriormente, o que nos levou a conhecer mais sobre sua chegada ao Brasil e seus hábitos enquanto morador do bairro. Falou também sobre sua família (irmãos, filhos, neto) e onde moram. Contou um pouco sobre sua profissão, sua formação na Argentina e o trabalho que veio a realizar aqui no Brasil. Foi perceptível as características de Engenheiro / Projetista que ele possui, por meio de comentários que realizava sobre medidas, tamanho, estrutura e construções à nossa volta. Falando destas estruturas do Estádio também nos contou de outros Estádios de futebol que conhecia e que quando jovem na Argentina costumava ir aos jogos do San Lorenzo – não comentou sobre sua ida aos estádios e/ou ligação com o futebol na atualidade.

O percurso foi pontuado de momentos de parada para que o Sr. Jorge realizasse seus registros fotográficos. Ao término da volta no campo, estávamos quase em cima do horário de término da atividade, mas o Sr. Jorge fez questão de ir à Praça fazer seu último registro da fachada do Estádio. Conversamos um pouco sobre a arquitetura do Estádio e as mudanças na fachada. Quando voltávamos ao Educativo, Sr. Jorge comentou: "nota-se que vocês pertencem ao Núcleo Educativo.", no que lhe perguntamos o porque do comentário e ele nos respondeu que "pelas informações e pela maneira de falar.".

Voltando para o Educativo, fizemos uma pause de 5 minutos para a preparação da próxima proposta que ocorreria no Lounge do Educativo e para a chegada dos Educadores Diego Sales e José Rodrigues Neto que se juntariam a nós nesse segundo momento.

2º Momento:

No segundo momento da manhã, nos reunimos (Ana, Diego e Neto) com o Sr. Jorge no Lounge do Educativo, para realizarmos a segunda proposta – uma adaptação do nosso Baú da Memória. Nessa versão, cada Educador da equipe da manhã selecionou pelo menos dois objetos que tínhamos dentro das salas do Educativo que pudessem possivelmente ser um disparador de conversa e todos os objetos foram colocados em uma caixa branca e grande, de forma que era possível

visualizar tudo que estivesse dentro. Explicamos para o Sr. Jorge como funciona a atividade Baú da Memória que aplicamos geralmente no Espaço Expositivo ou com os grupos, como ela foi criada e com qual intuito, e apresentamos como faríamos naquele momento. A atividade seria divida em dois: na primeira parte, cada presente escolheria um objeto que tivesse alguma relação com ele e que trouxesse a ele alguma memória e/ou que falasse um pouco sobre sua personalidade e sua história, que gostaria de compartilhar com os outros. No segundo momento, cada um escolheria um objeto e passaria para uma outra pessoa falar sobre a sua relação (ou a inexistência de uma relação) com este.

No primeiro momento, o Sr. Jorge escolheu uma bola de meia para falar sobre suas memórias. Disse se recordar de brincar muito na rua na sua infância em Buenos Aires, principalmente de bolinha de gude, mas também de futebol com bolas como essa ou até mesmo bolas de couro. Contou como ele e seus amigos costumavam se organizar para jogar e sobre os vizinhos da rua, e em certo momento parou, refletiu e disse: "enquanto estou aqui contando essas histórias para vocês, me sinto como se estivesse sendo transportado para a minha rua nesse exato momento.". No segundo momento, o Educador Diego selecionou um tablet e entregou ao Sr. Jorge para que falasse sua relação com o objeto. Em um primeiro momento, o residente disse que não tinha relação nenhuma com este objeto pois não usava, não sabia usar e inclusive não possuía nem celular smartphone (tinha apenas um para fazer ligações); parando para refletir por um momento, disse que sua relação com este objeto era na verdade de observar a relação de seus netos com os aparatos tecnológicos, e como achava impressionante a facilidade que eles tinham em usá-lo, e como utilizavam com frequência. Com essa fala, contou-nos um pouco sobre sua família, especialmente os netos que vivem um no Brasil e um na Argentina.

Dia: 15/09/2016
Participantes: Bruna, Claudia, Daniel e Fernando.
Residente: Sr. Jorge Expósito.
Sala: Sala do Educativo (computadores)

Perguntas norteadoras para realização do relatório: Qual foi a dinâmica do dia? Como foi a dinâmica do dia? Quais foram os aprendizados do dia? Quais são as palavras-chaves?

Neste dia o foco da conversa com o Sr.Jorge foi nas visitas educativas, temas e salas do museu, o intuito era prepara-lo para a visita que será realizada dia 1 de outubro (2016), dia Dia do Idoso, que terá a participação dele.

A educadora Cláudia e o Supervisor Daniel, começaram esta conversa explicando o que é uma visita educativa, e como os educadores iniciam suas pesquisas para criar um roteiro. O Sr. Jorge, aparentemente, gostou muito da conversa, porque até o momento não tinha entendido e estava receoso, sobre o que iria falar, principalmente, pelo fato de ser de outro país. Com isso, a conversa ajudou na decisão, e disse, que iria abordar o tema histórico da chegada do futebol no Brasil e as diverenças socio-culturais que existia na época, inclusive, este é um tema que ele já esta abordando com pessoas em seus outros espaços de lazer.

O tema foi se estendendo sobre a diferença do futebol de hoje com o de antigamente, a comparação do futebol com outros esportes e a influencia da midia, o que resultou na conversa sobre o espaço do museu e sua expografia. Algo interessante de se destacar, durante esta conversa ocorreu um momento nostalgico para o Sr. Jorge, quando a educadora Cláudia pontuou sua opinião sobre a sala Grande Área, em que ela não acha apenas que é uma sala de objetos de colecionadores, mas também, uma sala que demonstra a participação do futebol na vida cotidiana do brasileiro, em que é muito dificil não ter algo de futebol em suas casas, o Sr. Jorge iria comentar sobre a casa dele não possuir, porém, ele se lembrou de uma festa de aniversário na sua infância em que seu bolo foi inspirado em seu time futebol e de em algum momento de sua vida possuir um cinto que era do seu pai, que tinha o símbolo de seu time também. Apesar de serem lembranças, aparentemente, normais, o Sr. Jorge demonstrou bastante satisfação e emoção por ter se lembrado e de alguma forma nos agradeceu por isso.

No segundo momento, em que os educadores Bruna e Fernando iniciaram sua participação, o Sr. Jorge estava fazendo um balanço de suas experiências e impressões no espaço expositivo do museu. A conversa foi ampla, e consideramos interessante ressaltar dois aspectos em especial:

- as coisas que ele gostaria de abordar em seu próprio roteiro;
- as avaliações que ele faz do espaço a partir de sua perspectiva.

Sobre o primeiro ponto, entre outras coisas, Sr. Jorge destacou as várias facetas que o futebol pode tomar dependendo do contexto em que o esporte está inserido. Os exemplos, utilizados por ele próprio, foram as duas "caras" do futebol no Brasil antes e depois da profissionalização do esporte; num primeiro momento ligado à elite e depois já bastante popularizado.

No segundo ponto, podemos dizer que ele avaliou em dois tipos, um com "olhar visitante" e o outro com olhar projetista. Enquanto visitante, ressaltou que a sala

Grande Área não estabelece uma relação com o museu, assim como na sala Homenagem ao Pacaembu, também comentou a respeito da sala Números e Curiosidades, que, para ele, tem outro caráter em relação às salas anteriores. Em suas próprias palavras "parece que você entra em outro museu".
Enquanto projetista, Sr. Jorge pontuou principalmente a sala das Copas, colocando que esta tem a mesmo tamanho da sala Anjos Barrocos, mas com muita informação (o que torna mais difícil a intervenção de um educador com o público). Disse também que percebe a sala Pelé e Garrincha como um espaço de passagem, pois é pouco atrativa ao olhar do visitante.

Nota do supervisor Daniel:
Considero dois apontamentos importantes que foram trazidos pelo Sr. Jorge: acolhimento e papel do educador no museu. Quando tratávamos sobre o acolhimento, em um dado momento, questionei como ele sugeriria que os educadores acolhessem o público espontâneo. Notei que o residente questionou se os educadores também atendiam o público espontâneo, pois havia entendido que apenas os orientadores faziam isso – ficaria a cargo dos educadores atender grupos agendados. Tal motivo levou-me a solicitar que o Assistente de Coordenação Marcelo, na reunião de feedback, esclarecesse melhor o papel de educadores e orientadores novamente com o Jorge.

Diante disso, os educadores Bruna e Fernando trouxeram algumas dificuldades e soluções. Bruna apresentou uma experiência que fez, ficando de frente para as pessoas na Grande Área em que, como resultado, as pessoas desviavam dela e evitavam o olhar. Fernando apresentou uma técnica sugerida pelo educador Neto em que, ao utilizar um material de apoio, como a taça, o visitante se sente mais interessado em ir de encontro ao educador. Nesse momento, o senhor Jorge sugeriu que, ainda que esteja com material de apoio, o educador se movimente pelo espaço expositivo.

O residente idoso Jorge Expósito participa com a equipe das atividades do projeto

Considerações Iniciais

De modo geral, foi possível notar a diferença do modo de lidar entre os dois residentes. Enquanto, para algumas coisas, Maria Elisa se mostrava fechada e resistente, Jorge foi aberto e sugestivo. Ambos contribuíram e continuam a contribuir significativamente, no entanto, faz-se necessário notar o quanto eles possuem características diferentes que, na alteridade, se complementam. Ao final da etapa com Maria Elisa, por iniciativa da Coordenação, foi realizada uma avaliação *in medio tempore* dos acertos e itens a melhorar antes do início da residência do Jorge. Isso foi fundamental para que a segunda etapa do projeto transcorresse de maneira mais fluida e assertiva. Jorge tem se mostrado extremamente disponível e propositivo em relação ao atendimento, às atividades educativas e à rotina como um todo.

Quando do próximo relatório, apresentaremos as considerações finais a respeito da participação deles como um todo.

Ação 21: Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitorar índices de satisfação.

Meta de Produto: Número de relatórios entregues.

Conforme ofício circular UPPM 418/2016, a entrega do relatório ficou para o 4º trimestre.

Ação 22: Desenvolver ações, projetos, programas para famílias.
Metas de produto e resultados

Justificativas da superação das metas – produto e resultado

As metas de produtos foram superadas, conforme detalhamento abaixo, devido a oportunidades possibilitadas por diferentes fatores, tais como: a) ausência de contingências externas às visitas ao Estádio (como tempo chuvoso e/ou bloqueio da área por parte da administração do estádio); b) engajamento da equipe para a oferta ampla de atividades às famílias aos finais de semana e feriados, ma vez que a avaliação do público é bastante positiva e a procura tem sido crescente; c) oportunidade de ampliar a oferta do oferencimento de visitas educativas, principalmente pela procura e interesse do público aos finais de semana. Como a oferta dessas atividades utilizam somente os recursos humanos já existentes na

instituição, a superação da meta não trouxe prejuízos ao orçamento pactuado com a Secretaria de Cultura.

As metas de resultados, por sua vez, estão intrinsecamente relacionadas à de produtos. Com a superação do mínimo de atividades previstas no trimestre, os resultados foram superados. Vale acrescentar a essa justificativa que a meta indica o mínimo previsto, sendo desejável a sua superação uma vez que há a capacidade de atendimento. Outro fato foi o interesse do público para as visitas ao Estádio e visitas educativas aos finais de semana, além das atividades, que têm atraindo um número cada vez maior de participantes, dentre outros fatores, pelo esforço de divulgação delas no site, redes sociais e release de imprensa.

Tabela 1. Detalhamento dos produtos e resultados – ação 22

Tipo de atividade oferecida às famílias	PRODUTOS		RESULTADOS	
	Previstas	Realizadas	Público mínimo previsto	Público atendido
Visitas ao Estádio do Pacaembu	20	36	300 (15 pessoas por visita)	695
Jogos, atividades e dinâmicas (área expositiva e/ou área externa)	24	53	240 (10 pessoas por atividade)	981
Visitas educativas às famílias – público espontâneo	10	14	30 (3 pessoas por visita)	298
Totais	**44**	**103**	**570**	**1.974**

Tabela 2. Relação das visitas ao estádio e número de participantes por mês

Data		Público atendido	Número de visitas realizadas
Julho	1	0	0
	8	56	3
	15	63	3
	22	28	2
	29	57	3
Total mensal		204	11
Agosto	5	47	2
	12	84	4
	19	72	4
	26	46	2
Total mensal		249	12
Setembro	2	72	4
	9	11	1
	16	44	2
	23	56	3
	30	59	3
Total mensal		242	9
Total do trimestre		**695**	**36**

Tabela 3. Detalhamento dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos por data, com suas respectivas participação de visitantes.

Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
02/07/2016	Jogo das Camisas	Atividade/Jogo	\	55
03/07/2016	Futevolei Adaptado	Atividade/Jogo	\	42
03/07/2016	Futebol de Botão	Atividade/Jogo	\	28
06/07/2016	Jogo das Camisas	Atividade/Jogo	\	16
08/07/2016	Mulheres de Ouro	Atividade/Jogo	\	8
09/07/2016	Pakayemby	Atividade/Jogo	\	19
10/07/2016	De frente com Futebol Feminino	Atividade/Jogo	\	10
10/07/2016	Papertoy	Oficina	\	10
16/07/2016	Oficina de Xequerê	Oficina	\	24

17/07/2016	Futebox	Atividade/Jogo	\	21
23/07/2016	Mulheres de Ouro	Atividade/Jogo	\	23
23/07/2016	Câmbio (Vôlei Adaptado)	Atividade/Jogo	\	35
23/07/2016	Futebox	Atividade/Jogo	\	11
28/07/2016	Jogo das Camisas	Atividade/Jogo	\	25
30/07/2016	Mulheres de Ouro	Atividade/Jogo	\	15
30/07/2016	Kablan	Atividade/Jogo	\	18
31/07/2016	Pakayemby	Atividade/Jogo	\	10
31/07/2016	Artilheiro Adaptado	Atividade/Jogo	\	7
06/08/2016	De frente com Futebol Feminino	Atividade/Jogo	\	13
07/08/2016	Mapa das Torcidas	Atividade/Jogo	\	7
07/08/2016	Mulheres de Expressão	Atividade/Jogo	\	2
13/08/2016	Mundo das Copas	Atividade/Jogo	\	42
14/08/2016	Câmbio (Vôlei Adaptado)	Atividade/Jogo	Dia dos Pais	12
14/08/2016	Futevolei Adaptado	Atividade/Jogo	\	4
14/08/2016	Experimentando o Futebol de Botão	Atividade/Jogo	Dia dos Pais	20
20/08/2016	Atletas de Ouro	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	20
21/08/2016	Quiz Olímpico	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	6
24/08/2016	Atletas de Ouro	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	10
27/08/2016	Quiz Olímpico	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	25
27/08/2016	Oficina de Cartazes Olímpicos	Oficina	Olimpíadas e Paralimpíadas	22
28/08/2016	Oficina Coroa de Louros	Oficina	Olimpíadas e Paralimpíadas	45
28/08/2016	Quiz Verdade ou Mentida - Olimpíadas	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	15
03/09/2016	Mapa das Torcidas	Atividade/Jogo		21
03/09/2016	Quiz Olimpismo	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	22
04/09/2016	Futevolei Adaptado	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	4
04/09/2016	Oficina de Abayomi	Oficina	Lei Eusébio de Queiroz	11
06/09/2016	Jogo das Camisas	Atividade/Jogo	\	20
06/09/2016	Memória + Ação	Atividade/Jogo	\	8
06/09/2016	Cidade do Futebol	Atividade/Jogo	\	25
07/09/2016	Mapa das Torcidas	Atividade/Jogo	Independência do Brasil	20
07/09/2016	Experimentando o Futebol de Botão	Atividade/Jogo	\	15
07/09/2016	Futebox	Atividade/Jogo	\	12
10/09/2016	Futebox	Atividade/Jogo	\	16
10/09/2016	Goalball	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	42
11/09/2016	De frente com os Olímpicos	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	9
11/09/2016	Experimentando o Futebol de Botão	Atividade/Jogo	\	14

11/09/2016	Futletra	Atividade/Jogo	\	17
22/09/2016	Cidade do Futebol	Atividade/Jogo	Primavera de Museus	10
24/09/2016	Mapa das Torcidas	Atividade/Jogo	\	25
24/09/2016	Cidade do Futebol	Atividade/Jogo	Primavera de Museus	14
25/09/2016	Oficina de Malabares	Oficina	\	40
25/09/2016	Voleibol Adaptado	Atividade/Jogo	Olimpíadas e Paralimpíadas	10
28/09/2016	Mulheres de Ouro	Atividade/Jogo	\	6

Total de ações realizadas: 53
Total de público atendido: 981

Tabela 4. Detalhamento das datas e participantes das visitas educativas realizadas às famílias.

Data		Quantidade Visitantes
Julho	2	44
	9	23
	16	27
	23	30
	30	55
Agosto	6	15
	13	40
	20	10
	28	11
Setembro	3	23
	10	0
	17	10
	24	7
	24	3
Total Trimestre		**298**

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.

PROGRAMA DE INTERAÇÃO AO SISEM

No terceiro trimestre, o Núcleo Educativo iniciou o projeto "Intercâmbio Educativo", realizando visita e ação de formação no Museu de Arte de Ribeirão Preto (MARP). A escolha do município deveu-se à realização da exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" em Ribeirão Preto, na qual o Educativo atuou na formação da equipe de monitores responsáveis pelo atendimento ao público visitante da mostra.

Foi realizada uma mostra na Estação Paulista do Metrô (Linha 4 – Amarela), no período de 11 de agosto a 10 de outubro. Inicialmente, o tema seria dedicado à Rede de Memória do Esporte, porém, conforme a justificativa abaixo, de modo a não perder a oportunidade de divulgação, realizou-se uma mostra somente com conteúdos do Museu. Em contrapartida, como ação da Rede, foi finalizado o Guia digital "Memória Esporte Clube", publicado na página da rede no Facebook e, em breve, no site do Museu e das demais instituições.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
			PERÍODO	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
23	Desenvolver ações/ programas /projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral	Número de ações de formação oferecidas			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**2**	**1**
			ICM%	**100%**	**50%**
		Número de visitas técnicas realizadas			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**2**	**1**
			ICM%	**100%**	**50%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		N° mínimo de público beneficiário das ações			
			3º tri	**20**	**20**
			4º tri	**20**	-
			META ANUAL	**40**	**20**
			ICM%	**100%**	**50%**
		N° mínimo de municípios atendidos			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**1**	**-**
			META ANUAL	**2**	**1**
			ICM%	**100%**	**50%**
24	Realizar Ações com a Rede Memória e Esporte	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Trimestral**		
		Produzir mostra itinerante no Metrô (linha amarela)			
			3º tri	**1**	**1**
			4º tri	**-**	**-**
			META ANUAL	**1**	**1**
			ICM%	**100%**	**100%**

Ação 23: Desenvolver ações/ programas /projetos de integração ao SISEM-SP no interior do Estado, região metropolitana e litoral
Metas de Produtos: 1 ações de formação; 1 visita técnica
Metas de Resultados: 20 pessoas atendidas; 1 município atendido

No contexto da produção da realização da exposição itinerante do Museu do Futebol Na Área em sua quinta cidade, Ribeirão Preto (detalhada em Metas Condicionadas), entre 27 de julho e 28 de agosto, a equipe do Núcleo Educativo, representada pela Coordenadora Ialê Cardoso e pelos educadores Diego Sales e José Rodrigues Neto, foram até o município nos dias 15 e 16 de agosto.

Foram realizadas duas atividades:

a) Visita à exposição Museu do Futebol Na Área para acompanhar a atuação da equipe de educadores contratada especificamente para a ação, que já havia passado por uma formação proporcionada pela equipe do Educativo, na sede do Museu, antes da abertura da mostra.

b) Visita técnica e formação para a equipe do Museu de Arte de Ribeirão Preto (MARP). A escolha dessa instituição ocorreu em conjunto com a coordenação do SISEM-SP.

As visitas estão no contexto do projeto "Intercâmbio educativo", que tem por objetivo de conhecer e difundir experiências educativas em museus, tal como detalhado nas estratégias de ação pactuadas no Contrato de Gestão.

Abaixo o relatório elaborado pela equipe do Educativo sobre as duas ações.

- Visita ao MARP - Museu de arte de Ribeirão Preto

Sentamos todos em uma roda de conversa com educadores, o diretor e dois estagiários recém contratados, onde discutimos sobre a diferenciação de museus e seu público. O diretor do MARP, Nilton Campos, nos explicou o contexto, desde a estrutura da casa onde fica alojada e exposição e a características de obras expostas. Outro ponto citado pela direção do museu foi a questão da pouca visitação dos habitantes da cidade que, por muitas vezes, não sabem que naquele prédio está localizado um museu. Por falta de pessoal para segurança, há a necessidade do portão do museu permanecer fechado, o que possivelmente intimida os a adentrar em um espaço que é público. O diretor informou que é constantemente questionado pela prefeita sobre a razão do portão estar fechado. Ao responder que é por falta de equipe para a segurança, a prefeita se compromete a resolver o problema, o que não ocorreu até então.

Os educadores do MARP ficaram muito interessados no trabalho educativo do Museu do Futebol. Conversamos sobre métodos de mediação com o público espontâneo, jogos educativos para crianças menores de 10 anos (que é o principal público que eles recebem) e a interação com o público (tais como jogos e materiais de apoio à mediação) e estrutura de visitas do educador do MF (roteiro e forma do agendamento). Importante ressaltar que a diversidade da presença do público infanto-juvenil era subsidiada pela Fundação de Desenvolvimento para a Educação (FDE) e que, com o fim da referida fundação, este público deixou de freqüentar o museu. Além disso, o foco da prefeitura da cidade é mandar os estudantes da rede municipal para museus daqui de São Paulo, em detrimento do próprio MARP.

Diferentemente daqui, o agendamento deles é realizado por um funcionário polivalente que oferece a visitação às escolas e instituições.

Outro assunto de muita relevância foi a apresentação do projeto Deficiente Residente do Museu do Futebol onde foram abordadas as diferenciações de deficiência, criação de material específico para este público e sobre quebras de tabus de comportamento e linguagem. Os educadores do MARP nos relataram suas experiências com grupos de inclusão social que recebe pouquíssimo público com este perfil. Por este motivo, encontram grandes dificuldades para a mediação com pessoas com deficiência. Para finalizar o dia, realizamos uma visita mediada com educadores. Durante a visita houve uma curiosidade sobre como são feitas as mediações com as obras expostas e sua relação com ao público infantil, pudemos observar as diferentes maneiras de se mediar com um objeto de arte, incluindo o material de apoio desenvolvido para pessoas cegas (quadro em alto relevo e textura). Por fim, trocamos alguns materiais educativos e de mediação dos museus (catálogo do PAMF e um DVD do projeto Deficiente Residente).

- Visita à exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área"

Conversamos sobre a lógica de visitação do espaço, métodos de trabalho e mediação. Os educadores da itinerância relataram as dificuldades de divulgação e visibilidade da itinerância, pois muitos visitantes têm dificuldade de localizar e identificar como um espaço cultural (a mesma dificuldade citada no museu MARP). Para finalizar, realizamos o jogo "Seleção de Ouro" este que é um material interdisciplinar criado pelo Educativo. Explicamos a forma de aplicar e praticamos algumas rodadas e tivemos algumas idéias de desconstrução do jogo para a diversidade de aplicação se adaptar para um formato de visita.

Ação 23: Realizar Ações com a Rede Memória e Esporte
Meta de produto: Produzir mostra itinerante no Metrô (linha amarela)

A estratégia delineada para essa ação, quando da pactuação do Contrato de Gestão, previa uma exposição para divulgar os equipamentos pertencentes à Rede de Memória do Esporte na Estação Paulista do Metrô (linha amarela). A oportunidade de promover tal divulgação veio a partir de um contato feito pelo Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional do Museu do Futebol junto à concessionária que administra a linha, a Via4.

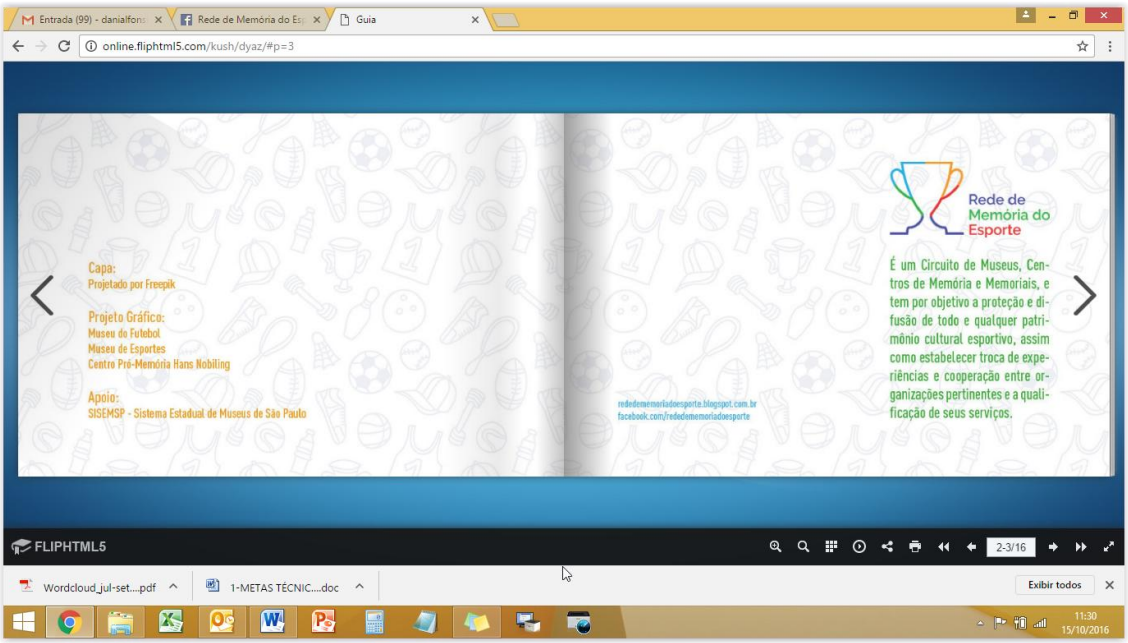
O metrô disponibiliza uma área e os suportes para a promoção de pequenas mostras culturais, sem custos aos equipamentos parceiros.

A partir de contatos com as instituições da Rede de Memória, feitos no primeiro semestre de 2016, estava decidido que o tema abordado na mostra seria os jogos olímpicos, devido ao contexto das Olimpíadas no Rio de Janeiro. Contudo, não houve a autorização do Comitê Olímpico Internacional e do Comitê Olímpico Brasileiro para a utilização da marca jogos olímpicos e olimpíadas nessa ação. Para não perder a oportunidade de divulgação oferecida pela Via4, na Estação Paulista,

uma vez que a agenda estava reservada ao Museu do Futebol, optamos por promover uma mostra para divulgar o Museu.

Adaptamos conteúdos da Sala Números e Curiosidades, escolhendo as expressões cotidianas que foram incorporadas para falar sobre o jogo do futebol, tais como "balançar o véu da noiva", "bola quadrada", "peixinho", "chaleira", etc. A mostra ficou entre os dias 11 de agosto a 10 de outubro. Abaixo, fotos:

Apesar de não ser possível, nesse período, realizar uma mostra sobre a Rede, o Museu empenhou-se para as articulações de divulgação da rede. Em conjunto com o Esporte Clube Pinheiros e com o Museu dos Esportes de São José dos Campos, foi finalizado o "Guia Memória Esporte Clube", publicado *online*: http://online.fliphtml5.com/kush/dyaz/#p=1


online.fliphtml5.com/kush/dyaz/#p=3
Capa:
Projetado por Freepik
Projeto Gráfico:
Museu do Futebol
Museu de Esportes
Centro Pró-Memória Hans Nobiling
Apoio:
SISEMSP - Sistema Estadual de Museus de São Paulo
Rede de Memória do Esporte
É um Circuito de Museus, Centros de Memória e Memoriais, e tem por objetivo a proteção e difusão de todo e qualquer patrimônio cultural esportivo, assim como estabelecer troca de experiências e cooperação entre organizações pertinentes e a qualificação de seus serviços.
FLIPHTML5
2-3/16

online.fliphtml5.com/kush/dyaz/#p=8
CENTRO PRÓ-MEMÓRIA HANS NOBILING
Inaugurado em 23 de março de 1991, possui um acervo eclético com cerca de 28 000 itens.
Sua missão é recuperar, preservar e divulgar a história do Clube e sua relação com a história do esporte brasileiro, da cidade de São Paulo e da colônia alemã.
Possui uma exposição permanente e exposições temporárias.
Realiza visitas monitoradas agendadas e atende pesquisadores.
Composto por fotografias, troféus, medalhas, objetos de uso esportivo, jornais, revistas, livros, documentos textuais, uniformes e vídeos.
Ingressos
Entrada gratuita com agendamentos por e-mail ou telefone
Localização
Rua Angelina Maffei Vita 493
Jardim Europa, São Paulo, Capital
CEP 01455-902
Horários
Terça a sexta-feira, das 9h às 18h
Domingos, das 10h às 14h
Feriados Fechado
ecp.org.br/institucional/centro-pro-memoria/home
+55 11 3598 9715 / 9716 / 9513
FLIPHTML5
8-9/16

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

No terceiro trimestre de 2016, obteve-se como resultado no relacionamento com a imprensa 847 inserções em veículos de comunicação, com destaque para a programação cultural do Museu: Férias no Museu, Cinefoot, Encontro de Colecionadores de Camisas, Memofut, Simpósio "Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil" e Aniversário do Museu.

O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o trimestre com 61.541 visitantes únicos (usuários), sendo 77% de novas visitas. A origem do tráfego ocorreu principalmente por meio do Google, acessos diretos e Bing.

No perfil do Museu no Facebook, ao final do 3º trimestre de 2016, havia o número de 41.494 seguidores, o que representou um crescimento de pouco mais de 3% (1.282 novos seguidores) em relação ao fechamento do 2º trimestre. Houve também o aumento do número de seguidores nas demais redes sociais do Museu, a saber: Canal do Museu no Youtube: 142 (total:790); Twitter: 800 (total: 20.4OO); Instagram: 321 (total: 2047).

Foram realizados 22 disparos de e-mail marketing para divulgação da programação cultural do Museu ao longo do trimestre, atingindo uma base de 88 mil e-mails válidos.

Junto aos veículos de comunicação atualmente parceiros, Jornal O Estado de S. Paulo e Revista Piauí, foram feitas 7 inserções de anúncios do Museu. Além disso, houve mais 02 anúncios fruto de 02 novas parcerias.

AÇÕES A SEREM REALIZADAS		**METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS**			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Semestral**		
			PERÍODO	**META PREVISTA**	**META REALIZADA**
25	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	N° de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube			
			3º tri	**5**	**5**
			4º tri		
			META ANUAL	**5**	**5**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Nº de parcerias/ projetos/programas implantados para os diversos segmentos de público do museu: Parcerias em veículos de comunicação			
			3º tri	**No mínimo: 1**	**2**
			4º tri	**No mínimo: 1**	**-**
			META ANUAL	**No mínimo: 2**	**2**
			ICM%	**100%**	**100%**
		Indicativo de Produtos	**Previsão Trimestral**		
		Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação: vídeos/artigos/ entrevistas			
			3º tri	**2**	**4**
			4º tri	**2**	
			META ANUAL	**4**	**4**
			ICM%	**100%**	**100%**

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL					
25	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	**Indicativo de Resultados**	**Previsão Trimestral**		
		N° mínimo de inserções na mídia			
			3º tri	**No mínimo: 200**	**847**
			4º tri	**No mínimo: 200**	**-**
			META ANUAL	**No mínimo: 400**	**847**
			ICM%	**100%**	**211,7%**
		Monitorar nº de visitantes virtuais no website	**Previsão Trimestral**		
			3º tri	**No mínimo: 16.000**	**61.541**
			4º tri	**No mínimo: 16.000**	**-**
			META ANUAL	**No mínimo: 32.000**	**61.541**
			ICM%	**100%**	**192,3%**
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Número de novos seguidores em todas os canais das redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Youtube)			
			3º tri	**No mínimo: 4.800**	**2.545**
			4º tri	**No mínimo: 4.675**	
			META ANUAL	**No mínimo: 9.475**	**2.545**
			ICM%	**100%**	**26,8%**
26	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**	**Previsão Trimestral**		
		Plano para Patrocínios, Parcerias e Doadores Pessoa Física entregue			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	
			ICM%	**100%**	
		Indicativo de Resultados	**Previsão Trimestral**		
		Ampliação das parcerias institucionais, patrocinadores e doadores pessoa física			
			3º tri	-	**-**
			4º tri	**No. Mínimo: 1**	
			META ANUAL	**No. Mínimo: 1**	
			ICM%	**100%**	

Ação 25: 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.

Metas de produtos

a) N° de canais de comunicação implantados: 1 - website; redes sociais: 2 - Facebook, 3 - Instagram, 4 - Twitter e 5 - Youtube

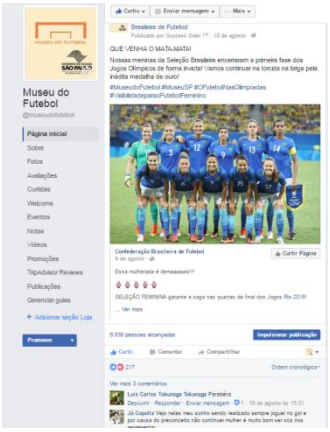
Nos canais de comunicação do Museu, procurou-se atualizar informações e fazer postagens visando tanto o aumento do prestígio institucional, como o de número de seguidores/visitantes. Seguem alguns exemplos de ações realizadas ao longo do trimestre:

Julho/2016

Em julho, preparou-se um post para o Dia do Futebol (19/07), que conquistou mais de 56 compartilhamentos.

Agosto/2016

Os jogos Olímpicos e Paralímpicos foram mencionados em comunicações nas redes sociais. O post sobre a Seleção Brasileira de Futebol Feminino alcançou mais de 6 mil pessoas.



O Simpósio "Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil" do Museu foi coberto pela equipe de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, com posts de fotos, e entrevista com palestrantes e participantes.

Setembro/2016

Em setembro, durante a semana do aniversário de 8 anos do Museu do Futebol, jornalistas foram convidados a gravar depoimentos sobre o Museu os quais foram postados no facebook. Os jornalistas convidados foram: Marcelo Duarte (Rádio bandeirantes) e Celso Unzelte (ESPN), Juca Kfouri (ESPN, UOL), Lu Castro (Lance Net), Paulo Júnior (Central 3), Sérgio Settani (Ludopédio), Angélica Souza e

Roberta Nina (Dibradoras). Dentre os vídeos dos jornalistas, destaca-se o produzido por Marcelo Duarte e Celso Unzelte, alcançando 21 mil pessoas.

As atividades em comemoração ao aniversário do Museu foram amplamente divulgadas nas redes sociais: Baile do Museu do Futebol e demais atividades, todas elas inspiradas no projeto Museu Amigo do Idoso, do Museu.

Na semana do Aniversário do Museu do Futebol, foi realizado o primeiro "Take Over" no Instagram do Museu. Marcelo Duarte e as jornalistas do site Dibradoras fizeram uma série de postagens. A ação fez com que nosso número de seguidores nesse canal aumentasse. Durante a semana, 60 pessoas começaram a seguir o perfil no Instagram.

Outra ação de comunicação aconteceu no Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência, 21/09, quando se divulgou a acessibilidade às pessoas com deficiência no Museu.

b) Número de novos conteúdos produzidos para os canais de comunicação vídeos/artigos/entrevistas.

Como habitual, ao longo do trimestre, os eventos da programação cultural realizados no Auditório do Museu foram transmitidos ao vivo pelo canal do Youtube e disponibilizados ao público.

Os conteúdos em vídeo produzidos, portanto, foram:

Julho/2016

Mesa de abertura da exposição "O Futebol nas Olimpíadas", dia 09/07/2016
Debate para o lançamento do Livro "Gol da Alemanha" de Alexl Torres e Andre Schon, 23/07/2016
https://www.youtube.com/watch?v=rlUQzm-s1zc

Palestra "O Brasil visto da França", 26/07/2016
https://www.youtube.com/watch?v=3340v6clVsQ

Agosto/2016

Todas as mesas do Simpósio "Balanço dos Jogos Olímpicos no Brasil", dias 30 e 31/08/2016
https://www.youtube.com/watch?v=yp7Agr1bl20

Palestra "O Mito da Democracia Racial no Futebol", 27/09/2016
https://www.youtube.com/watch?v=Qnb-1C8wnzY

Os eventos foram descritos nas metas do Programa de Exposições e Programação Cultural.

Ação 25: 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.

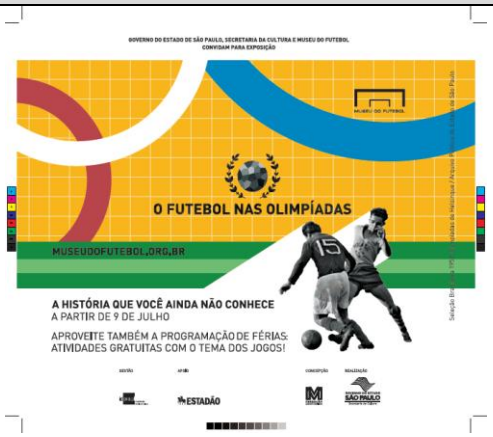
Metas de resultados

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

02 Novas parcerias
Julho/2016
Revista Táxi – cortesia para anúncio na edição de julho.

Setembro/2016
Revista Brasileiros concedeu ao Museu espaço para banner no site da Revista

Outras parcerias vigentes
Foram mantidas as parcerias em permuta com o jornal *O Estado de S. Paulo* e com a *Revista Piauí*. Foram feitas 7 inserções de anúncio do Museu nesses veículos entre julho e setembro.

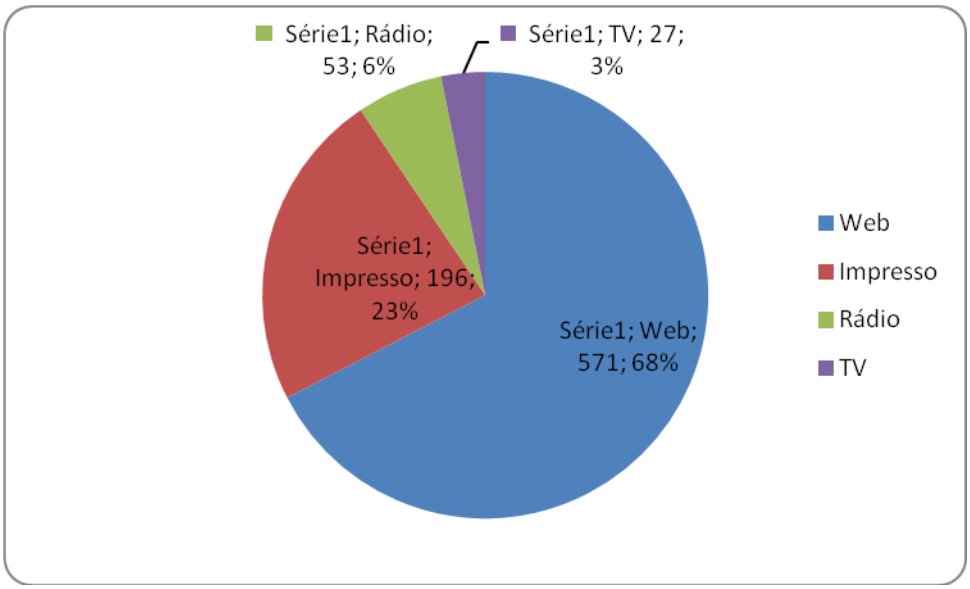
Período Julho a setembro/2016 **Total: 09 anúncios em 04 veículos; 08 impressos e 01 *online.***			
Veículo	**Data veiculação**	**Assunto**	**Imagem**
O Estado de S.Paulo – Caderno 2 (edição impressa)	08/7/2016	Exposição temporária "O Futebol Nas Olímpíadas"	
O Estado de S.Paulo – Divirta-se	22/07/2016	Programa Férias no Museu	
O Estado de S.Paulo – Caderno 2 (edição impressa)	07/08/2016	Exposição temporária "O Futebol Nas Olímpíadas"	

O Estado de S.Paulo – Divirta-se	23/09/2016	Baile do Museu do Futebol	
Revista Piauí	Edições de julho, agosto e setembro	Exposição temporária "O Futebol nas Olimpíadas"	
Revista Brasileiros (banner no portal online)	Setembro	Institucional	

Revista do Taxi (impressa)	Julho	Institucional – anúncio da promoção de gratuidade para taxistas	

b) N° mínimo de inserções na mídia

Mês	Total de Inserções
Julho	311
Agosto	245
Setembro	291
Total	**847**
Tipo de mídia	**Total de Inserções**
Impressa	196
Rádio	53
TV	27
Online	571



Justificativa da superação da meta: a meta indicava como resultado um número mínimo de inserções, projetado a partir da série histórica da instituição. A superação, pois, é desejável na medida em que as inserções em mídia ocorrem por modo espontâneo, não onerando o orçamento previsto em Contrato de Gestão.

A superação é justificada em razão da boa repercussão alcançada pela programação do trimestre, com a programação de férias, a abertura de nova exposição temporária sobre os Jogos Olímpicos, megaevento esportivo realizado na cidade do Rio de Janeiro em agosto e que atraiu o interesse da imprensa pelo Museu e, em setembro, a comemoração dos 8 anos da instituição.

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

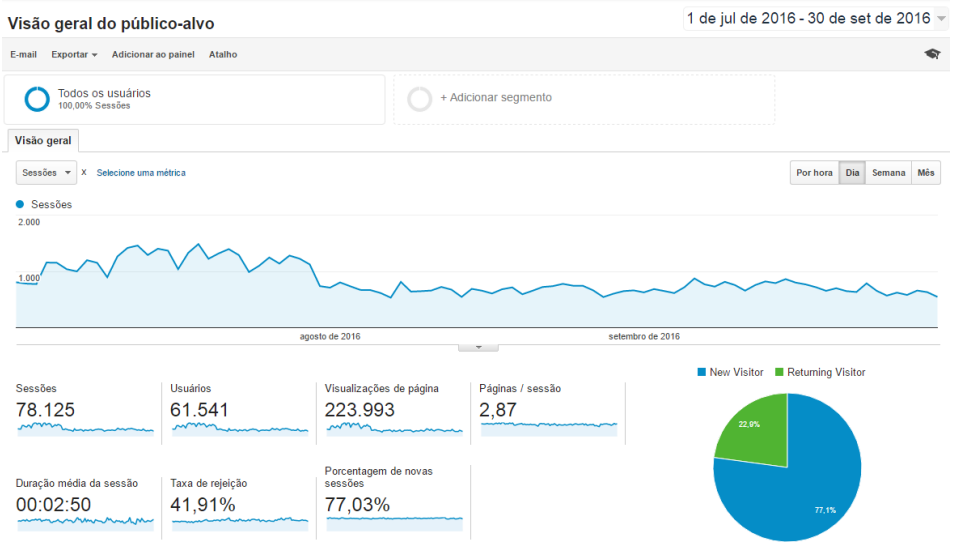
c) Monitorar nº de visitantes virtuais no website

O site do Museu (www.museudofutebol.org.br) fechou o trimestre com 61.541 visitantes únicos, sendo pouco mais de 77% de novas visitas.

Justificativa da superação da meta: a meta indicava o número mínimo a ser alcançado, projetado a partir dos resultados obtidos em 2015. A superação pode ser justificada pelo período de férias (julho), mês de maior visitação no ano até setembro de 2016, uma vez que as páginas mais visitadas, depois da "home", foram "horário-e-ingresso", "horário especial de funcionamento" e "agenda".

Seguem dados de perfil e hábitos dos visitantes do site do Museu:

Picos de visitação:
1º: 19/julho: 1.485 visitas
2º: 13/julho: 1.459 visitas
3º: 12/julho: 1.417 visitas



Depois do Brasil, o país de origem dos visitantes do site são Estados Unidos.

País	Aquisição			Comportamento		
	Sessões	Porcentagem de novas sessões	Novos usuários	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	78.125 Porcentagem do total: 100,00% (78.125)	77,14% Média de visualizações: 77,03% (0,15%)	60.266 Porcentagem do total: 100,15% (60.176)	41,91% Média de visualizações: 41,91% (0,00%)	2,87 Média de visualizações: 2,87 (0,00%)	00:02:50 Média de visualizações: 00:02:50 (0,00%)
1. Brazil	75.115 (96,15%)	76,62%	57.556 (95,50%)	41,11%	2,90	00:02:53
2. United States	966 (1,24%)	90,48%	874 (1,45%)	64,70%	2,10	00:01:39
3. (not set)	457 (0,58%)	98,47%	450 (0,75%)	95,19%	1,12	00:00:10
4. United Kingdom	202 (0,26%)	94,06%	190 (0,32%)	45,05%	2,21	00:00:30
5. Colombia	113 (0,14%)	81,42%	92 (0,15%)	38,05%	2,71	00:02:52
6. Argentina	99 (0,13%)	92,93%	92 (0,15%)	41,41%	2,62	00:02:52
7. Peru	95 (0,12%)	78,95%	75 (0,12%)	36,84%	2,89	00:03:46
8. Chile	93 (0,12%)	91,40%	85 (0,14%)	38,71%	2,49	00:02:46
9. Mexico	84 (0,11%)	78,57%	66 (0,11%)	48,81%	2,43	00:02:17
10. Portugal	81 (0,10%)	93,83%	76 (0,13%)	74,07%	1,78	00:01:13

Pode-se observar que os principais conteúdos acessados do site são "home", "horário-e-ingresso", "horário especial de funcionamento" e "agenda":

Página	Visualizações de página	Visualizações de páginas únicas	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeição	Porcentagem de saída
	223.993 Porcentagem do total: 100,00% (223.993)	169.716 Porcentagem do total: 100,00% (169.716)	00:01:31 Média de visualizações: 00:01:31 (0,00%)	78.124 Porcentagem do total: 100,00% (78.124)	41,91% Média de visualizações: 41,91% (0,00%)	34,88% Média de visualizações: 34,88% (0,00%)
1. /	64.057 (28,60%)	43.942 (25,89%)	00:01:13	40.458 (51,79%)	23,19%	24,97%
2. /horario-e-ingresso/	45.252 (20,20%)	35.451 (20,89%)	00:01:58	15.777 (20,19%)	61,10%	47,47%
3. /visite/agenda/horario-especial-de-funcionamento/	12.825 (5,73%)	9.629 (5,67%)	00:01:02	886 (1,13%)	53,10%	22,34%
4. /visite/agenda/	10.687 (4,77%)	8.267 (4,87%)	00:01:47	2.510 (3,21%)	51,43%	30,49%
5. /baixe-sua-foto/	10.530 (4,70%)	6.328 (3,73%)	00:01:42	1.624 (2,08%)	63,55%	46,01%
6. /como-chegar/	9.611 (4,29%)	8.131 (4,79%)	00:03:14	3.681 (4,71%)	77,37%	62,96%
7. /visite/agenda/programacao/	5.314 (2,37%)	4.564 (2,69%)	00:01:16	428 (0,55%)	55,84%	28,45%
8. /exposicao/longa-duracao/1-sala-1/	2.740 (1,22%)	2.103 (1,24%)	00:01:23	104 (0,13%)	51,92%	21,02%
9. /visite/agenda/nova-exposicao-temporaria-o-futebol-nas-olimpiadas-2/	2.572 (1,15%)	2.217 (1,31%)	00:01:34	153 (0,20%)	78,43%	33,79%
10. /trabalhe-conosco/	2.568 (1,15%)	1.902 (1,12%)	00:02:02	1.032 (1,32%)	67,15%	64,80%

Segue a origem do tráfego dos visitantes do site:

Origem/mídia	Aquisição			Comportamento		
	Sessões	Porcentagem de novas sessões	Novos usuários	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	78.125 Porcentagem do total: 100,00% (78.125)	77,14% Média de visualizações: 77,03% (0,15%)	60.266 Porcentagem do total: 100,15% (60.176)	41,91% Média de visualizações: 41,91% (0,00%)	2,87 Média de visualizações: 2,87 (0,00%)	00:02:50 Média de visualizações: 00:02:50 (0,00%)
1. google / organic	54.246 (69,43%)	76,10%	41.282 (68,50%)	40,47%	2,94	00:03:00
2. (direct) / (none)	14.358 (18,38%)	79,98%	11.483 (19,05%)	46,39%	2,66	00:02:19
3. com.google.android.googlequicksearchbox / referral	1.592 (2,04%)	78,14%	1.244 (2,06%)	38,88%	3,04	00:02:28
4. bing / organic	838 (1,07%)	66,47%	557 (0,92%)	39,86%	3,04	00:03:39
5. prefeitura.sp.gov.br / referral	790 (1,01%)	83,04%	656 (1,09%)	43,67%	2,74	00:02:18
6. yahoo / organic	519 (0,66%)	74,76%	388 (0,64%)	42,20%	2,83	00:02:36
7. facebook.com / referral	464 (0,59%)	58,62%	272 (0,45%)	54,74%	2,17	00:03:01
8. cidadedesaopaulo.com / referral	416 (0,53%)	85,34%	355 (0,59%)	29,33%	3,20	00:03:04
9. buzzfeed.com / referral	398 (0,51%)	90,70%	361 (0,60%)	30,65%	3,16	00:02:58
10. m.facebook.com / referral	385 (0,49%)	89,61%	345 (0,57%)	61,82%	1,92	00:01:00

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

Rede social	Novos seguidores (jul-set/2016)	Total de seguidores
Facebook	1.282	41.494
Twitter	800	20.400
Instagram	321	2.047
Youtube	142	790
Total	**2.545**	**64.731**

Justificativa do cumprimento parcial da meta: a meta de 4.800 novos seguidores foi projetada considerando a estratégia de implantar o sistema de login social para acesso ao serviço de wifi no Museu do Futebol. Prática comum em outras instituições, o objetivo é que o visitante do Museu, ao acessar o wifi, tenha a opção de fazer um login por meio dos perfis nas redes sociais (em especial do Facebook) ou cadastrar um email (ampliando o mailing do Museu). Além disso, é possível promover a divulgação da programação do Museu.

Devido a questões técnicas, o sistema de login social não foi implantado no período, o que impactou no alcance da meta mínima. A meta do semestre será cumprida no próximo período.

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA					
AÇÕES A SEREM REALIZADAS		METAS DE PRODUTO E RESULTADOS A SEREM ALCANÇADAS			
Nº	**Ações a Serem Realizadas**	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Semestral**		
27	Revisar Plano de Manutenção Predial e Conservação Preventiva	Plano de Manutenção revisado e entregue			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
28	Revisar Plano de Combate a Pragas Urbanas	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Semestral**		
		Plano de Combate a Pragas Urbanas revisado e entregue			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**
29	Revisar Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência	**Indicativo de Produtos**	**Previsão Semestral**		
		Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência revisado e entregue			
			3º tri	**-**	**-**
			4º tri	**1**	
			META ANUAL	**1**	**-**
			ICM%	**100%**	**-**

Não houve previsão de entrega de produtos e resultados para o Programa de Edificações para o terceiro trimestre de 2016.

QUADRO DE METAS CONDICIONADAS

METAS CONDICIONADAS Programa de Exposições e Programação Cultural			
AÇÕES A SEREM REALIZADAS			
Nº	**Ação**	**METAS DE PRODUTO E RESULTADO A SEREM ALCANÇADAS**	**VALOR**
1	Projeto "Se Joga na Praça" - Atividades lúdico-esportivos na Praça Charles Miller – 6 meses de atividades – Inscrito na Lei Estadual de Incentivo ao Esporte	INDICADOR DE PRODUTO: ATÉ 12 DIAS DE ATIVIDADES VARIADAS NA PRAÇA CHARLES MILLER INDICADOR DE RESULTADO: NUMERO MÍNIMO DE PESSOAS ATENDIDAS: 6.000	R$ 770.000,00
2	Projeto "Empoderamento feminino pelo esporte" – título provisório	PROJETO REALIZADO	R$ 350.000,00
3	Exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" – até 10 cidades, média de R$ 350.000,00/cidade	INDICADOR DE RESULTADO: 2 CIDADES ATENDIDAS	R$ 350.000,00
4	Realizar o programa de Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo ao Plano de Metas – anexo II) Até 5 exposições em 2 anos e meio.	INDICADOR DE RESULTADO: 1 EXPOSIÇÃO TEMPORÁRIA REALIZADA	R$ 500.000,00
5	Troca de projetores da Sala Exaltação – 7 projetores	INDICADOR DE RESULTADO: 7 PROJETORES INSTALADOS	R$ 400.000,00
6	Troca de 32 monitores de TV – Sala das Copas	INDICADOR DE RESULTADO: 32 MONITORES INSTALADOS	R$ 70.000,00
7	Aprimoramentos na sinalização expositiva – projeto e execução	INDICADOR DE RESULTADO: SINALIZAÇÃO EXPOSITIVA IMPLANTADA	R$ 35.000,00
8	Aprimoramentos na estrutura do Auditório (equipamentos de áudio, luz e som)	INDICADOR DE RESULTADO: PROJETO INSTALADO	R$ 100.000,00
9	Complementar a Programação Cultural do Museu do Futebol (atividades na Praça Charles Miller)	INDICADOR DE RESULTADO: 03 EVENTOS REALIZADOS	R$ 20.000,00

Meta realizada – 3 – Exposição itinerante Museu do Futebol Na Área

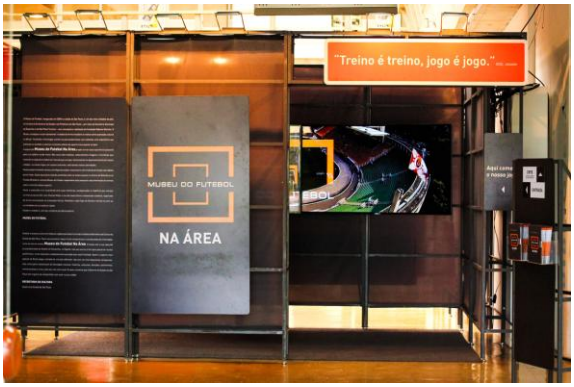
Em continuidade ao projeto de exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área", iniciada em agosto de 2015 na cidade de Piracicaba, foi realizado na cidade de Ribeirão Preto, no Museu da Imagem e do Som localizado na sede da Secretaria Municipal de Cultura, a quinta montagem da mostra.

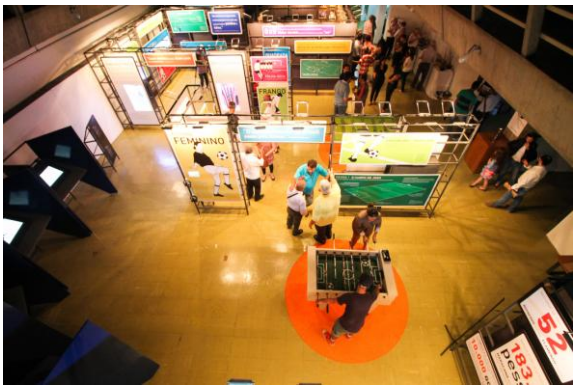
Foi inaugurada no dia 28 de julho e permaneceu na cidade até dia 27 de agosto. A realização foi do Museu do Futebol e da empresa Arquiprom, proponente do projeto junto ao Ministério da Cultura. O patrocínio dessa etapa do projeto foi da empresa Carrefour.

Seguindo o projeto, tal como realizado nas cidades anteriores, houve pesquisa prévia para a inclusão de conteúdos sobre a história da cidade e dos times de futebol locais. Além disso, foram exibidas duas camisas de colecionadores locais, representando o clássico "Come-fogo", entre o Comercial de Ribeirão Preto e o Botafogo Futebol Clube.

Foi contratada equipe local composta por uma coordenadora, quatro monitores, responsáveis pelo atendimento ao público, além de um operador de tecnologia. A equipe realizou treinamento na sede do Museu do Futebol e, na véspera da abertura, realizou-se uma conversa com a Diretora Técnica, Daniela Alfonsi, com a coordenadora de Exposições e Programação Cultural, Mariana Chaves e com a Coordenadora do CRFB, Camila Chagas Aderaldo. O evento de abertura contou com a presença de autoridades municipais, como a Secretária de Cultura, além de ex-jogadores locais. Teve a presença de 60 pessoas.

O público total recebido foi de 3.542, sendo 2.420 por meio de agendamento e 1.122 de modo espontâneo. Abaixo, fotos da montagem.





"O craque deve ser admirado até pelos adversários."
BALANÇAR O VÉU DA NOIVA
TUDO É BOLA
CHARLES MILLER
O GOLEIRO

1970
O BRASIL ENCANTOU OS MEXICANOS