

RELATÓRIO DO 1º TRIMESTRE DE 2020
IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte
Organização Social de Cultura
UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

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

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 21 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório trimestral desta Organização Social de Cultura, relativo ao primeiro trimestre de 2020, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de março, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

Seguindo ao disposto no Decreto 64.879/2020, e orientações da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, em razão da pandemia da Covid-19, o Museu do Futebol interrompeu temporariamente o seu funcionamento na sede a partir de 17 de março. A quarentena e a interrupção dos serviços não essenciais ocasionaram o cancelamento ou adiamento de eventos previamente agendados para o ano, bem como a reestruturação das equipes, atividades internas e demais ações museológicas, no curto e médio prazo. O IDBrasil rapidamente organizou-se em regime de teletrabalho, provendo acesso à rede de arquivos administrativos, bem como qualificando e diversificando o seu conteúdo disponível on-line. Novas frentes de atuação remota, especialmente nas ações educativas, foram estruturadas e tiveram início em abril de 2020, garantindo o cumprimento da função social do Museu nesse contexto tão delicado de isolamento social e paralização de atividades. Essas ações constam da repactuação do Plano de Trabalho para 2020 realizada após o início da quarentena, cujas metas incluíram as frentes de atuação remota e novas ações digitais, todas descritas a partir do relatório do segundo trimestre. Cumpre destacar, por último, que esse plano considerou a reabertura do Museu do Futebol a partir de julho de 2020. O prazo levou em conta a situação especial do Estádio do Pacaembu que, desde final de março abriga um Hospital de Campanha para pacientes com a Covid-19. O IDBrasil tem mantido interlocução frequente com a gestão de estádio e do hospital de modo a acompanhar a situação do estádio e dos protocolos de ação no local.

Para este relatório, portanto, apresentam-se os resultados realizações no período anterior à pandemia e os primeiros quinze dias de ações remotas, no novo contexto de fechamento temporário da sede e intensificação das ações digitais.

No **Programa de Gestão Executiva Transparência e Governança**, destaca-se a conquista de um patrocinador que realizou aporte, em janeiro, em favor do projeto

do Museu do Futebol inscrito na Lei Federal do Esporte, “Com a Bola Toda: atividades esportivas no Museu do Futebol”, no valor de R\$ 35.500,00. Com esse aporte, completou-se a captação total do valor solicitado no projeto no montante de R\$ 355.829,00. As ações desse projeto constam agora como meta do Programa de Exposições e Programação Cultural e deverão ser realizadas somente após o término da quarentena, dentro das possibilidades de realizá-las com segurança. A receita oriunda da cessão onerosa de espaços para somou R\$ 66 mil até o dia do fechamento. Vale registrar que essa atividade sofreu grande impacto, tendo havido cancelamentos antes mesmo do início da quarentena.

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa**, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou, neste trimestre, 652 atendimentos. Destes, 450 se deram de forma presencial, sendo 125 atendimentos a pesquisadores. Foram disponibilizados 272 novos registros de acervos no banco de dados, que computou 1.200 acessos (usuários únicos), mais de 50% somente no mês de março. Destaca-se, neste período, a realização da primeira ação do projeto iniciado em 2020 e intitulado “Futebol: uma Caixa de Surpresas”. Em parceria com o Coletivo Memória e Resistência, contemplou o Centro de Convivência do Idoso, da região de Ermelino Matarazzo, com a doação de 50 exemplares de livros e a realização de uma roda de conversa com um grupo de 20 idosos. Ainda, destaca-se a ação de restauro/conservação de conjunto de 10 volumes de encadernados do jornal A Gazeta Esportiva, que estavam em mau estado e integram a parte do acervo mais consultada e procurada por pesquisadores no Centro de Referência.

O **Programa de Exposições e Programação Cultural** do Museu do Futebol realizou dez eventos entre janeiro e o início do mês de março. Esse programa também foi impactado com cancelamentos de atividades pré-programadas para o mês de março, ainda no início da pandemia da Covid-19. Foram realizadas palestras, debates, campeonatos de games e lançamentos de livros, com a participação de 10.484 pessoas.

Como ação condicionada, realizada por meio de otimização de recursos e parcerias, houve a realização da mostra temporária em parceria com o Google e a agência AKQA denominada “Museu do Impedimento”. Essa mostra trouxe para o espaço físico do Museu fotografias e vídeos que constaram da campanha realizada em 2019, em ambiente digital. A mostra foi interrompida em 17 de março, a previsão de término era

dia 22 do mesmo mês. Toda a produção e montagem ocorreu por conta da agência AKQA, que atende o Google. O Museu cedeu o espaço e realizou a curadoria.

Com o fechamento devido à pandemia, como mencionado anteriormente, o IDBrasil estruturou sua equipe e lançou mão de sua expertise na frente de ações digitais para transposição e proposição de atividades de diversas naturezas em suas plataformas.

No programa de Exposições e Programação Cultural, foi iniciado uma programação semanal para exibição *online* de filmes sobre futebol. Todos os sábados, às 21h, é exibido um filme, preferencialmente que não esteja disponível na internet. Foram transmitidos dois filmes no mês de março, no canal do Youtube, no perfil do Facebook e em canais parceiros, como a Federação Paulista de Futebol. O IDBrasil buscou o apoio de seu parceiro Cinefoot, o festival de cinema especializado no tema futebol, para a curadoria e acesso aos produtores e diretores para a autorização dos direitos de exibição. Os dois filmes exibidos na última quinzena de março contabilizaram 1.276 visualizações de espectadores simultâneos em dois canais do Museu nas redes sociais.

Foi dado início, também, à curadoria, pesquisa e produção para a exposição temporária prevista para abrir em 2020. A mostra "Pelé 80" conta com o patrocínio do Banco Itaú e seria inaugurada no início do mês de junho. Trata-se de uma homenagem ao jogador Pelé pelos seus 80 anos a serem comemorados em 23 de outubro. A curadoria, cenografia e direção é de Gringo Cardia. A pré-produção teve início no começo do ano com encontros presenciais, reuniões virtuais e, desde então, segue-se trabalhando nas contratações usuais de fornecedores e profissionais para compor a equipe. Sem uma data exata de inauguração, a previsão é que, após a reabertura do Museu ao público, todo o conteúdo da exposição já esteja concluído, os fornecedores contratados para que seja iniciada a etapa de montagem no espaço expositivo.

O **Programa Educativo** propiciou, neste 1º trimestre de 2020, o atendimento a 4.596 pessoas em visitas educativas agendadas, formação para guias de turismo, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. Do total de atendimentos do Educativo, 58% do público (2.662 visitantes) foi oriundo de visitas educativas agendadas. O público escolar representou, deste total, 985 visitantes, sendo parte significativa dele fruto da parceria com o Programa Recreio nas Férias; enquanto o público específico somou 1.677 visitantes. A parceria com a Secretaria Municipal da

Pessoa com Deficiência foi renovada, possibilitando o acesso a pessoas com deficiência ao museu. Todas as metas para o período foram atingidas integralmente.

Destacamos a ação para formação de agentes de turismo que, em sua segunda edição, reuniu 81 profissionais da área com o propósito de capacitá-los a criar roteiros com apropriação do conteúdo do acervo do Museu do Futebol. Foi a oportunidade também de apresentar a novidade do Educativo para eles: o Kit Bagagem Educativa, projeto que integrou as equipes do educativo e do Centro de Referência. O Kit é composto por 3 malas com objetos relacionados ao acervo. Os kits ficam disponíveis para que monitores e guias de turismo que acessarem o museu possam interagir com o público com esse novo recurso.

Com a suspensão das atividades presenciais, as equipes que compõem o programa educativo voltaram-se imediatamente ao planejamento de atividades em modalidade remota, estruturando, nesse contexto, para execução no trimestre subsequente, ações do projeto Revivendo Memórias Em Casa, que promove o atendimento a idosos por meio de videoconferências e ligações telefônicas.

O **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** registrou a publicação de 812 matérias com menções ao Museu do Futebol na imprensa, sendo 17 em emissoras de TV, 22 em rádios, 84 em impressos (jornais e revistas) e 689 em veículos web, além de duas participações em podcasts. Já o site institucional registrou total de 57.859 visitantes únicos ao longo do trimestre e as redes sociais do Museu ganharam 5.927 novos seguidores no período. Várias medidas emergenciais foram adotadas a partir do fechamento do museu, no dia 17/3, para não só manter a instituição ativa nas redes sociais, mas transpor ações e atividades de várias áreas para plataformas digitais.

No campo do Desenvolvimento Institucional, a principal realização foi a conquista de um novo parceiro de mídia, a Rádio CBN. A parceria envolve veiculações de spots com duração de 1 minuto, duas vezes por dia, totalizando 14 veiculações por semana, de março a dezembro de 2020. A parceria promove a veiculação do programa "O mundo é uma bola – um minuto com o Museu do Futebol" com 1 minuto de duração e um tema diferente a cada semana. Esta parceria é mais uma forma de divulgar o Museu e seu acervo, sem ônus para o Contrato de Gestão. Ainda quanto às parcerias de mídia, houve veiculações de anúncios nos veículos de comunicação parceiros, a saber: Revista Piauí,

Portal UOL, Revista Cult e site Guia da Semana. Outras parcerias foram firmadas no intuito de ampliar a divulgação e o público do Museu, descritas no presente Relatório.

No **Programa de Edificações: conservação, manutenção e segurança**, o plano de manutenção predial seguiu sendo executado conforme os protocolos de rotina. Foi realizada a manutenção física e a conservação preventiva das edificações, instalações e equipamentos de infraestrutura predial. É importante ressaltar que as rotinas de manutenções essenciais estão mantidas no edifício mesmo com o fechamento ao público. As equipes seguem os protocolos de saúde e segurança no trabalho.

METAS DE GESTÃO TÉCNICA

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

No trimestre não há meta quanto à inscrição em leis de incentivos e editais, entretanto, registra-se que foi iniciada a inscrição de plano anual no PRO-MAC (Programa Municipal de Apoio a Projetos Culturais) da Prefeitura do Município de São Paulo, cujo prazo limite para inscrições é 27 de maio. Também está sendo realizado o mapeamento de editais e outras leis de incentivo para possível inscrição de projetos do Museu do Futebol neste ano. A pesquisa de público disponibilizada no totem eletrônico apontou que a avaliação do Museu permanece com alto índice de satisfação (94%).

O período também marcou o início do trabalho de consultoria da empresa Inspirações Ilimitadas para a elaboração do novo Plano Museológico do Museu do Futebol. O documento, que é norteador das ações estratégicas da instituição, será atualizado prezando pela sua adequação ao Estatuto de Museus, às normas da Secretaria de Cultura e Economia Criativa e por meio de metodologia participativa para escuta e escrita. Até o final de março de 2020 foi finalizada a etapa do diagnóstico institucional. No próximo período será realizada a etapa de escrita dos programas. Essas ações estão ocorrendo em fóruns de discussão virtuais, envolvendo a equipe do IDBrasil, incluindo os conselhos, e a UPPM, especialmente do Comitê de Museologia.

Nº	Ações Pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
1	(PGTG) Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	1.1	Dado Extra	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	3	-
					ICM%	100%	-
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc. (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	Valor mínimo de 19,3% de captação em relação ao repasse	1º Tri	555.500	636.315
					2º Tri	-	-
					3º Tri	278.800	-
					4º Tri	648.500	-
					META ANUAL	1.482.800	636.315
					ICM%	100%	42,9%
3	(PGTG) Pesquisa de Público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	> ou = 80%	94,6%
					2º Tri	> ou = 80%	-

	obtidos a partir do TOTEM eletrônico				3º Tri	> ou = 80%	-
					4º Tri	> ou = 80%	-
					META ANUAL	> ou = 80%	94,6%
					ICM%	100%	-
4	(PGTG) Elaboração de novo Plano Museológico para o Museu do Futebol <i>* meta com recursos do exercício de 2019</i>	4.1	Meta-Resultado	Plano entregue e publicado no site do Museu	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

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

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

Justificativa da superação da meta

No trimestre, captou-se R\$ 37.500 junto a empresa Luminae, por meio da Lei Federal do Esporte, em favor do projeto Com a Bola Toda: atividades esportivas no Museu do Futebol, completando, assim, a captação total do projeto no montante de R\$ 357.829,00. Com relação à cessão onerosa de espaços do Museu para eventos (locações), no período, captou-se R\$ 66 mil. É importante registrar, no entanto, que devido à crise ocasionada pelo novo coronavírus, eventos que seriam realizados a partir do mês de março cancelados. A perda de receita foi de R\$ 85.250,00.

Ainda que a meta no trimestre tenha sido superada, é importante constar que o cenário que se apresenta de retração econômica ocasionada pela pandemia afetará os resultados de captação de patrocínios e clientes de locações do ano, mas o IDBrasil envidará todos os seus esforços para reter e conquistar patrocinadores e clientes de modo a minimizar os impactos negativos.

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	397.339	397.339
Cessão de Espaço - mensal	67.900	67.900
Cessão de Espaço - eventual	66.100	66.100
Convênios/Patrocínios e Doações	67.476	67.476
Lei Incentivo ao Esporte	37.500	37.500
TOTAL Captação trimestral	636.315	636.315
Indicativo de meta de Captação no período	555.500	1.482.800
Índice de cumprimento da meta no período	114,5%	42,9%
Meta Captação Anual (19,3% sobre o valor do repasse)	1.482.000	1.482.000
Índice de cumprimento da meta do Ano	42,9%	42,9%

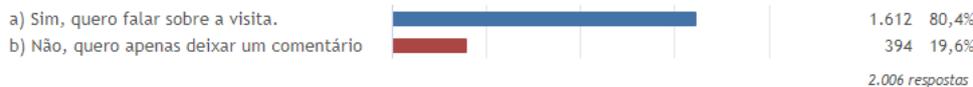
Ação 3: Pesquisa de público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico

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

O relatório consolidado da pesquisa de satisfação e perfil, extraído do sistema eletrônico no período de 1 de janeiro a 31 de março de 2020 tem índice de satisfação igual a 94,6%, calculado pelo consolidado trimestral da resposta dos visitantes do Museu do Futebol à pergunta n. 6: "O que achou da exposição principal do Museu do Futebol?".

Museu do Futebol - Relatório Consolidado

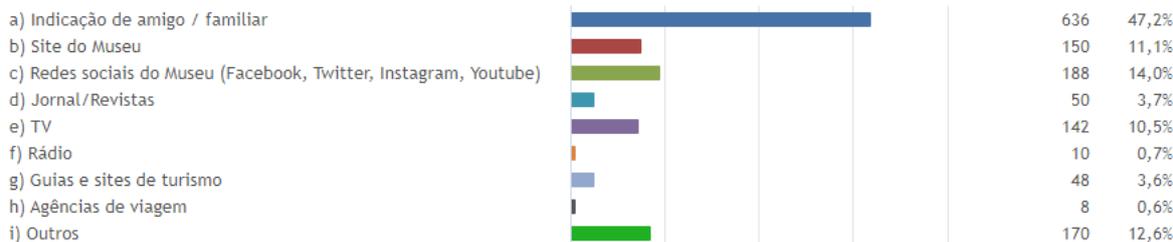
1. Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu do Futebol. Vamos falar sobre ela?



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



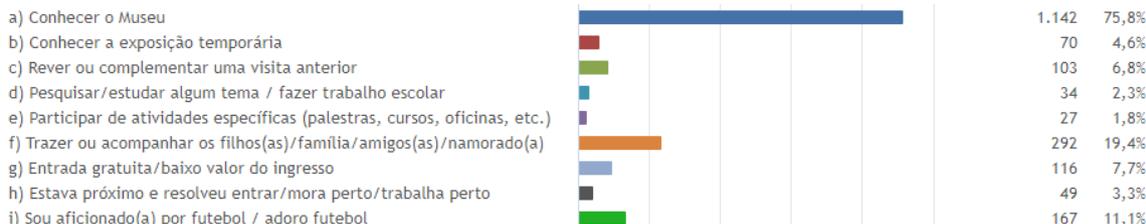
3. Como você nos conheceu?



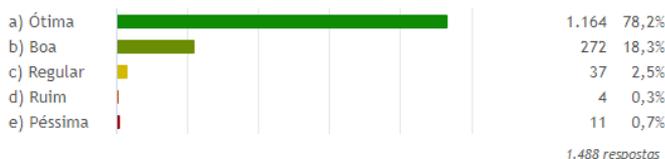
4. Qual(is)?



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



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



Média
4,73

14. Deixe seu comentário/sugestão/critica:



PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

No Programa de Acervo destaca-se a realização da primeira ação do Futebol: uma Caixa de Surpresas, primeiro projeto extramuros do CRFB voltado ao fomento à leitura, em parceria com o Núcleo Educativo. Articulando diferentes iniciativas, dentre ONGs, movimentos, coletivos e bibliotecas comunitárias, o projeto busca, por meio de parcerias, reunir futebol, leitura e memória, qualificando o uso do acervo bibliográfico através da doação de exemplares excedentes e a realização de oficinas, palestras e rodas de conversa. Ainda do âmbito do acervo da Biblioteca, foi realizada uma doação, também de exemplares excedentes, para a Fundação Casa Grande - Memorial do Homem Kariri, organização não-governamental voltada à formação social e cultural de crianças e jovens, fundada por Alembert Quindins, entrevistado e referenciado pelo CRFB em 2018.

Por fim, destacamos a ação de restauro e conservação de 10 volumes do jornal encadernado A Gazeta Esportiva, considerados em pior estado dentre aqueles mais consultados e procurados por pesquisadores no CRFB. Desde sua doação, em 2016, essa coleção tem procura constante na Biblioteca e a ação de preservação teve por objetivo manter o material acessível ao público, zelando por seu bom estado de conservação e longevidade.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
5	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos	5.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	4	-
					ICM%	100%	-
		5.2	Meta-Resultado	Número mínimo de profissionais atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	30	-
					3º Tri	15	-
					4º Tri	15	-
					META ANUAL	60	-
					ICM%	100%	-
6	(PA) Produção de artigos e outros conteúdos multimídia	6.1	Meta-Produto	Número de artigos produzidos	1º Tri	2	2
					2º Tri	4	-

	no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros				3º Tri	3	-
					4º Tri	3	-
					META ANUAL	12	2
					ICM%	100%	16%
7	(PA) Ampliação das referências patrimoniais (Projeto de Pesquisa: Futebóis)	7.1	Meta-Produto	Número mínimo de referências publicadas no Banco de Dados	1º Tri	-	-
					2º Tri	5	-
					3º Tri	10	-
					4º Tri	5	-
					META ANUAL	20	-
					ICM%	100%	-
		7.2	Meta-Produto	Número mínimo de itens digitalizados publicados no Banco de Dados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	50	-
					4º Tri	50	-
META ANUAL					100	-	
8	(PA) Realização de projeto extramuros "Futebol: uma caixa de surpresas"	8.1	Meta-Produto	Número mínimo de ações realizadas	1º Tri	1	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	3	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	4	-
					ICM%	100%	25%
		8.2	Meta-Resultado	Número mínimo de pessoas impactadas	1º Tri	20	20
					2º Tri	-	-
					3º Tri	50	-
					4º Tri	-	-
META ANUAL					70	20	
ICM%	100%	28%					
9	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições culturais, de ação social e/ou voltadas à memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	9.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

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

Detalhamento da meta 6:

No primeiro trimestre de 2020, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) produziu dois artigos na plataforma de publicação de textos, Medium: <https://medium.com/museu-do-futebol>. O primeiro artigo trata sobre a importância da Wikipédia e das edições na plataforma como uma estratégia de visibilidade e ampliação de fontes de pesquisa sobre as mulheres do futebol, abordando as ações realizadas pelo Museu do Futebol em 2019 e seus impactos. A publicação desse artigo foi feita no início do torneio preparatório para as Olimpíadas. O segundo artigo, por sua vez, trouxe como tema as intercorrências nos campeonatos de futebol ao longo da história devido a epidemias e guerras. Este último foi publicado já no contexto da pandemia da Covid-19, nos primeiros dias da quarentena e interrupção dos jogos de futebol dentro e fora do Brasil.



Nome do artigo: “Quando a bola precisou parar”

Link: <https://bit.ly/35XtDIn>



Nome do artigo: "A Wikipédia, o futebol feminino e o que você tem a ver com isso"

Link: <http://tiny.cc/wyo8mz>

Ação 8: Realização de projeto extramuros "Futebol: uma caixa de surpresas"

Detalhamento da ação 8.1

Futebol: uma caixa de surpresas é um projeto concebido e realizado pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB em parceria com o Núcleo Educativo com o objetivo de fomentar a prática da leitura e a inclusão cultural de diversos públicos através da doação de acervos bibliográficos e realização de rodas de conversa, palestras, mapeamento de novas referências e atividades educativas - programação esta articulada e desenvolvida conjuntamente com os grupos participantes e parceiros.

A realização deste projeto fortalece os objetivos do Museu em estabelecer e potencializar o relacionamento com grupos e comunidades que praticam ou lançam mão do futebol como ferramenta social e cultural, ampliando os sentidos da apropriação desse esporte que o justifica enquanto patrimônio cultural. O pontapé para esta ação se deu a partir da necessidade de destinar os livros excedentes do acervo da Biblioteca. Com isso, o primeiro passo foi levantar bibliotecas comunitárias, ONGs, coletivos e movimentos que tivessem sinergia com a proposta - atuando com ações como fomento à leitura e

inserção de mulheres e LGBTQIs nos esportes, por exemplo - e que lidassem com perfis de público tais como crianças, adolescentes, pessoas em situação de vulnerabilidade social e idosos.

Como resultado, foram selecionadas para integrar o projeto as seguintes iniciativas:

Bienal da Quebrada: Criado por Mateus Santana, o projeto Bienal da Quebrada tem a missão de dar protagonismo a escritores das periferias do Brasil, além de democratizar o acesso à cultura e a literatura, descentralizando a realização de bienais (que sempre acontecem nas regiões centrais das cidades, de difícil acesso à população das periferias). Com o Projeto Quebradinhas, realiza ações que envolvem arrecadação para doações de livros para escolas, coletivos e bibliotecas comunitárias. São ao todo 30 quebradinhas que possuem voluntários responsáveis por arrecadar/doar livros e mapear projetos literários em cidades dos estados de São Paulo, Bahia, Rio de Janeiro, Paraná, Piauí, Rio Grande do Sul, Distrito Federal, Espírito Santo, Alagoas, Sergipe, Maranhão, Minas e Rondônia.

Biblioteca Comunitária Djeanne Firmino: Localizada no bairro Jardim Rebouças, na Zona Sul de São Paulo, a biblioteca comunitária Djeanne Firmino é um espaço de acesso à informação, acolhida e trocas, estando sempre envolvida com as lutas comunitárias da região. Faz empréstimos de livros, mediações de leitura, contação de histórias, projeção de filmes, saraus e demais atividades culturais. No bairro, há times femininos de várzea, público o qual a biblioteca visa atingir por meio de suas ações.

Coletivo Memória e Resistência: Coletivo criado com o objetivo de promover o debate sobre temas relacionados aos bens culturais urbanos na Zona Leste de São Paulo. Realiza ações de estudo, resgate e valorização dos elementos patrimoniais da cidade, estimulando a diversidade de manifestações de arte e cultura, de inclusão e cidadania. Um dos grupos com os quais trabalha são de idosos moradores na região de Ermelino Matarazzo.

Coletivo Rosanegra: O Rosanegra é um coletivo autônomo e uma equipe de futebol que pensa suas ações políticas por meio do esporte. Sua proposta é a de usar o futebol como ferramenta educativa, de comunicação e de convivência entre as pessoas. Suas atividades incluem jogos em espaços de disputa e com pessoas de todos os gêneros e

orientações sexuais, buscando trabalhar na prática a reivindicação da igualdade de tratamento entre todos. Realiza atividades na Fundação Casa, em ocupações junto com organização de moradores sem teto, e na região conhecida como Cracolândia, em parceria com o coletivo A Craco Resiste.

Perifeminas F.C.: Coletivo e time de futebol do bairro de Barragem, Zonal Sul de São Paulo. Composto por mulheres entre os 9 e os 40 anos, tem como objetivo propagar a igualdade e o empoderamento feminino através da leitura e do futebol. Suas integrantes participam de diversas ações na região de Parelheiros, como a organização e gestão da Biblioteca Comunitária Caminhos da Leitura.

Conjuntamente com os grupos participantes, foi elaborado um calendário inicial para a realização das ações - a primeira aconteceu em 05 de março de 2020, com o Coletivo Memória e Resistência. As outras ações, que seriam realizadas entre fim de março e junho, foram redimensionadas e, as mantidas serão rearticuladas com os grupos de maneira a acontecerem após a retomada das atividades interrompidas pelo contexto da pandemia do novo coronavírus. Abaixo, detalhamos a ação:

Ação com o Coletivo Memória e Resistência

No dia 05 de março de 2020, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro realizou a primeira ação extramuros parte do projeto Futebol: uma caixa de surpresas, que aconteceu no Centro de Convivência do Idoso – Aprendendo a Viver (CCI), em parceria com o Coletivo Memória e Resistência. Participaram dessa ação 20 idosos do CCI e Leonardo Vieira, membro do mencionado coletivo e um dos idealizadores do Projeto Hoje é Dia de Museu. Juliana Pons e Dóris Régis, museóloga e assistente de documentação, respectivamente, foram as mediadoras dessa ação.

Este primeiro encontro consistiu em uma ação no local frequentado por idosos no bairro Ermelino Matarazzo e foi dividido em dois momentos: o primeiro deles abordou alguns temas retratados na Sala das Copas, espaço da exposição de longa duração que narra a história das Copas do Mundo através de fotografias e vídeos, contextualizando as conquistas do futebol com a conjuntura política, social, econômica e cultural de cada período. A partir do uso de fotografias que podem ser encontradas nesta sala, foi realizada uma oficina no formato de roda de conversa de modo a trabalhar a memória

afetiva a partir de marcos no universo do futebol e eventos históricos. Num segundo momento, foram distribuídos e doados os livros provenientes da Biblioteca do CRFB, para uma conversa sobre a importância da leitura, de se compartilhar livros e de dar oportunidade de acesso à cultura e à informação. Como parte do fechamento, propôs-se uma reflexão em torno da memória e da leitura e da importância de se contextualizar o futebol e os acontecimentos históricos que circundam os marcos no mundo desse esporte.



Leonardo Vieira – Integrante do Coletivo Memória e Resistência

O grupo de 20 idosos que participaram da ação era composto, prioritariamente, por senhoras, perfil de público que mais frequentam este Centro de Convivência. Além das ações realizadas pelo Coletivo Memória e Resistência de visita a instituições culturais, outras como aulas de dança, festas, aula de educação física com acompanhamento de fisioterapeuta, jogos, aula de informática e demais são, também, realizadas nesse espaço.

Nesse contexto, para além da doação de livros, esta ação, realizada por meio de disparadores de memória que envolvem o futebol no Brasil, contribuiu para uma aproximação do Museu do Futebol e os idosos que frequentam o Centro de Convivência. Os dois momentos dessa ação possibilitaram a criação de uma relação afetiva com a leitura, fortalecendo e potencializando uma ação de alfabetização, aprendizado, inclusão e acesso já oferecida naquele espaço.

A lista completa com os 44 títulos (50 exemplares) doados ao Coletivo Memória e Resistência consta no relatório de Rotinas Técnicas do Programa de Acervo, no item "Restauro, Empréstimo e Novas Aquisições", em que se relata a movimentação do acervo bibliográfico. Vale destacar que a seleção desses títulos foi feita em diálogo com membros do Coletivo Memória e Resistência, que mantém uma relação de proximidade

tanto com os idosos, quanto com os responsáveis pela manutenção do Centro de Convivência, onde os livros ficarão disponíveis para o público frequentador e para a elaboração de atividades do CCI.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

O Programa de Exposições e Programação Cultural, neste primeiro trimestre, contou com diversas atividades e grande sucesso de público. O programa Férias no Museu – referência já entre as instituições culturais da capital – ofereceu atividades aos mais diversos públicos no período de 02 a 26 de janeiro, totalizando 22 dias de programação. Este programa foi realizado com recursos da Lei Federal de Incentivo à Cultura. Já os demais eventos realizados no período, puderam ocorrer com recursos do Contrato, pois foram parcerias que não oneraram em despesas de custeio. Destacamos o lançamento da biografia do goleiro Cássio, do Corinthians, pela Editora Universo dos Livros, que contou com a presença de cerca de 4.200 pessoas na noite de 27/01. Outras programações como debates, palestras e encontros de colecionadores de figurinhas compuseram a programação no trimestre, conforme descrito após o quadro de metas.

O quadro abaixo sintetiza os resultados alcançados com a realização de eventos no trimestre somados:

Mês	Número de eventos	Número de dias com programação	Público total
Janeiro	05	23	9.426
Fevereiro	06	07	944
Março	02	02	144
Total	13	32	10.484

Após o fechamento do Museu em razão da pandemia, a área de exposições e programação cultural organizou-se para promover eventos na plataforma digital. A primeira ação criada foi a transmissão de filmes pelos canais oficiais do Museu

do Futebol (Youtube e Facebook). Para o próximo relatório, além dessas ações, haverá a continuidade de debates e seminários por meio de plataformas virtuais.

Após o fechamento ao público, as exposições online tiveram aumento considerável de visualizações, fruto da intensificação de sua divulgação. As 14 exposições do Museu do Futebol na Plataforma do Google Arts&Culture, ali publicadas desde 2013, somaram em janeiro, 2.788 visitantes; em fevereiro, 2.359 e em março o número subiu para 7.756. Foram 12.903 visualizações no total e o número tende a crescer com a procura maior por ações online. As equipes do Educativo, do Centro de Referência do Futebol Brasileiro e da Comunicação uniram-se para a criação das próximas exposições na plataforma, previstas para os meses de abril (celebração dos 80 anos do Pacaembu) e junho (celebração dos 50 anos da conquista do Tri campeonato mundial do Brasil em Copas do Mundo).

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
10	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute e/ou similares	10.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	3	-
					ICM%	100%	-
11	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	11.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes recebidos	1º Tri	57.600	60.027
					2º Tri	-	-
					3º Tri	30.000	-
					4º Tri	66.600	-
					META ANUAL	154.200	60.027
					ICM%	100%	38,9%
12	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: debates e palestras	12.1	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	3	-
					META ANUAL	7	2
					ICM%	100%	28%
		12.2	Meta-resultado	Número mínimo de público recebido	1º Tri	40	167
					2º Tri	-	-
					3º Tri	40	-

					4º Tri	100	-
					META ANUAL	180	167
					ICM%	100%	92%
13	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: encontros de colecionadores e/ou encontros para troca de figurinhas	13.1	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	1	6
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	4	6
					ICM%	100%	150%
	13.2	Meta-resultado	Número mínimo de público recebido	1º Tri	100	376	
				2º Tri	-	-	
				3º Tri	200	-	
				4º Tri	100	-	
META ANUAL				400	376		
ICM%	100%	94%					
14	(PEPC) Realização de eventos de Programação Cultural: transmissões de filmes <i>online</i>	14.1	Meta-produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Tri	2	2
					2º Tri	8	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	12	2
					ICM%	100%	16%
	14.2	Meta-resultado	Número mínimo de visualizações alcançadas	1º Tri	500	1276	
				2º Tri	1000	-	
				3º Tri	500	-	
				4º Tri	-	-	
META ANUAL				2000	1276		
ICM%	100%	63,8%					
15	(PEPC) Realização de exposição temporária "Pelé 80"	15.1	Meta-produto	Número de exposições realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
16	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – Projeto "Com a Bola"	16.1	Meta-produto	Número de dias com programação	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-

Toda" – (Lei do Esporte)			esportiva	3º Tri	4	-
				4º Tri	4	-
				META ANUAL	8	-
				ICM%	100%	-
	16.2	Meta-resultado	Número mínimo de público participante	1º Tri	-	-
				2º Tri	-	-
				3º Tri	500	-
				4º Tri	500	-
				META ANUAL	1.000	-
				ICM%	100%	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 11: Recebimento de visitantes presencialmente no museu

Comentário da mensuração 11.1: número mínimo de visitantes recebidos

Não obstante o cumprimento da meta de público no 1º trimestre, a suspensão das atividades em 17 de março impactou diretamente a visita presencial do Museu. Os protocolos para a retomada das atividades após o fim da quarentena também deixam um cenário de incertezas sobre o número de pessoas que poderão ocupar os espaços fechados, visto o que está começando a ocorrer nos países da Europa e da Ásia. Como medida de manter o público que já conhece o museu engajado, bem como alcançar públicos de outros estados, o IDBrasil vem intensificando sua atuação digital. O relatório do próximo trimestre trará os resultados dos primeiros meses dessa atuação.

Ação 12: Realização de eventos da Programação Cultural: debates e palestras

118ª REUNIÃO DO MEMOFUT

O Memofut - Grupo Literatura e Memória do Futebol se reúne uma vez por mês no Museu do Futebol para trocas de ideias sobre a história do esporte. Nesta edição, o convidado de honra foi o ex-jogador Dicá, com passagens pela Ponte Preta, Santos e

Portuguesa nas décadas de 1960, 1970 e 1980. Dois outros bate-papos foram realizados neste dia: um com o designer Marc Luhan, pesquisador e produtor de conteúdo nas áreas de esportes, comunicação e artes; e outro com o membro da Academia Brasileira de Literatura de Cordel, Claudio Aragão, autor do Tabelou, driblou dois zagueiros: futebol em prosa e verso.



Fotos: Fabiana Lima

DEBATES NO ÂNGULO: APÓS A TEMPESTADE PERFEITA, 2020 VAI ENTREGAR O QUE SE ESPERA PARA O NOSSO FUTEBOL?

O Museu do Futebol, em parceria com o site No Ângulo, realizou a 2ª edição do evento, com a presença dos colunistas do site, Gustavo Fernandes, Fernando Prado, Gabriel Rostey e, como convidado, o jornalista da ESPN, Leonardo Bertozzi.

O debate contou com a participação do público presencial e virtual, por meio da transmissão pelas redes sociais do Museu. O tema trouxe uma retrospectiva de 2019 que sacudiu muitas crenças e práticas do futebol brasileiro como o sucesso de treinadores estrangeiros; a discussão de equipes mais propositivas que reativas; a desmoralização dos que privilegiavam algumas competições e a escalação de reservas nas outras (poupando atletas de modo vulgarizado); a valorização da austeridade financeira; o fracasso de elencos inchados, entre outros.



Fotos: Fabiana Lima

Ação 13: Realização de eventos na Programação Cultural: encontros de colecionadores e/ou encontros para troca de figurinhas

TROCA DE FIGURINHAS

O Museu do Futebol promoveu, neste trimestre, seis encontros de colecionadores de figurinhas, com foco em coleções campeonatos de futebol no Brasil e no mundo e contou com a presença de 376 pessoas.

O evento reúne aficionados por figurinhas, *cards* e outros cromos para trocas e exposição de edições raras.



Fotos: Fabiana Lima

Ação 14: Realização de eventos na Programação Cultural: transmissões de filmes *online*

De forma transversal junto com a equipe de Comunicação, iniciou-se na semana de fechamento ao público a transmissão por streaming de filmes sobre futebol nos perfis institucionais no Facebook e no YouTube. Os filmes são exibidos sempre aos sábados, às 21h, tendo como critério de escolha que não estejam ainda disponibilizados online. A primeira sessão aconteceu no primeiro sábado após o fechamento do Museu (21/3) e o

programa segue, desde então, com regularidade e bastante adesão do público (entre 500 e 700 conexões simultâneas em média). A partir do dia 11/4, acontecerá com parceria do CineFoot e receberá o nome de **Cinema na Rede**.

Dessa forma, nesse período foram exibidos dois filmes que serão apresentados a seguir:

Ivair – O Príncipe do Futebol – 21/03



21 DE MAR, SÁB
Sessão Online Do Filme "Ivair – O Príncipe do Futebol"

O filme alcançou 489 espectadores simultâneos no pico da transmissão.

Bahêa, minha vida – 28/03



28 DE MAR, SÁB
Sessão Online do Filme Bahêa, Minha Vida
Museu do Futebol · São Paulo

O filme alcançou 787 espectadores simultâneos no pico da transmissão, totalizando 1276 durante a exibição dos dois filmes no mês de março.

PROGRAMA EDUCATIVO

No primeiro trimestre de 2020, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 4.596 pessoas, em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades, visitas educativas oferecidas ao público espontâneo e ações de formação para professores e educadores. Em comparação ao ano anterior, esse número é substancialmente menor. O principal motivo para tanto foi a pandemia do coronavírus que, ainda com o museu aberto, causou impacto na presença de público agendado e espontâneo e, após a segunda quinzena de março, fez com que as atividades de atendimento presencial de público fossem suspensas. Do total de atendimentos do Educativo, 2.662 visitantes (58%) foram resultado de visitas educativas agendadas. Dado o natural período de férias escolares, além do feriado de carnaval- que impacta no adiamento do planejamento das escolas para visitas ao museu- o número de visitantes oriundos de instituições sociais, ONGs, escolas de esporte, entre outras, foi comparativamente maior do que o público escolar neste período, seguindo uma tendência do ano anterior.

Destacamos ainda a realização de duas formações: uma realizada para agentes de turismo, que reuniu 81 pessoas no auditório do museu, repetindo o sucesso de público do ano passado; e outra, para professores da EMEI Monteiro Lobato, escola com a qual o Educativo fechou parceria para receber todos seus alunos.

Após o fechamento temporário, a equipe estruturou suas atividades remotas, organizando frentes de trabalho para atuar em mídias sociais, exposições virtuais e no lançamento do projeto Revivendo Memórias Em Casa. Este é a transposição do projeto iniciado em 2019 em parceria com o Hospital das Clínicas e que se voltava a receber um grupo de idosos com Alzheimer no Museu. O contato com as histórias do Futebol ajuda a ativar a memória dos pacientes. Com as medidas de isolamento social, o projeto foi reprogramado para atendimento remoto e ampliado a idosos em geral, e não apenas pacientes de Alzheimer. O lançamento ocorreu na última semana de março e as ações serão detalhadas no relatório do próximo período.

TABELA-RESUMO DOS ATENDIMENTOS DO EDUCATIVO - 1º TRIMESTRE/2020

Engajamento	Perfil	Capacidade de Atendimento	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo Educativo
Visitas agendadas	Público Escolar	7.239	985	14%	21%
Visitas agendadas	Público Específico	7.921	1.677	21%	36%
Engajamento	Perfil	Perspectiva de Atendimento	Total realizado	% de realização	-
Atividades educativas aos finais de semana/feriados	Público Espontâneo	> = 520	805	100%	18%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Museu	Público Espontâneo	> = 144	1033	100%	22%
Encontros para formação de professores e profissionais do turismo	Profissionais da Educação/Turismo	> = 20	96	100%	2%
Total de público atendido pelo Núcleo Educativo			4.596	-	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Meta Prevista	Meta Realizada
17	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	17.1	Meta-Resultado	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Tri	985	985
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1.100	-
					4º Tri	2.500	-
					META ANUAL	4.585	985
					ICM%	100%	21%
18	(PE) Visitas educativas para público específico	18.1	Meta-Resultado	Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)	1º Tri	1.670	1.677
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1.100	-
					4º Tri	1.800	-
					META ANUAL	4.570	1.677
					ICM%	100%	36,7%
19	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: pessoas cegas	19.1	Meta-produto	Receber 1 pessoa cega (residente) por 3 meses	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM %	100%	-

20	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	20.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de ações extramuros realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	4	-
					ICM %	100%	-
21	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	21.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de atividades oferecidas	1º Tri	40	41
					2º Tri	-	-
					3º Tri	40	-
					4º Tri	40	-
					META ANUAL	120	41
					ICM %	100%	26%
		21.2	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	1º Tri	750	805
					2º Tri	-	-
					3º Tri	750	-
					4º Tri	750	-
					META ANUAL	2.250	805
					ICM %	100%	35%
22	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	22.1	Meta-Produto	Número mínimo de visitas	1º Tri	50	57
					2º Tri	-	-
					3º Tri	50	-
					4º Tri	50	-
					META ANUAL	150	57
					ICM %	100%	38%
		22.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público atendido	1º Tri	700	1.033
					2º Tri	-	-
					3º Tri	500	-
					4º Tri	500	-
					META ANUAL	1.700	1.033
					ICM %	100%	61%
23	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	23.1	Meta-Produto	Número de encontros (4h/cada)	1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	2	2
					ICM %	100%	100%
		23.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	1º Tri	20	136
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
META ANUAL	20	136					

					ICM %	100%	680%
24	(PE) Projeto Educativo "Revivendo Memórias" – público de pessoas com Alzheimer e idosos – Presencial e <i>online</i>	24.1	Meta-Produto	Número mínimo de encontros presenciais e <i>online</i>	1º Tri	-	-
					2º Tri	10	-
					3º Tri	5	-
					4º Tri	5	-
					META ANUAL	20	-
					ICM %	100%	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 17 – Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Comentário da mensuração 17.1: Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas

A meta foi atingida integralmente. No primeiro trimestre de 2020, período de retomada das aulas, contribuiu significativamente para o alcance da meta a parceria realizada com a Diretoria Regional de Ensino de Pirituba que, mais uma vez, enviou transporte para suas escolas no período de janeiro, pelo Programa Recreio nas Férias. O mês de fevereiro, momento de organização para o início efetivo do ano letivo foi o mais baixo do trimestre, considerando neste mês também o feriado de Carnaval. Em março, os números seguiram baixos, já por outro motivo. A epidemia de Covid-19 fez com que o público geral do museu caísse e, conseqüentemente, a presença dos grupos agendados também. Os números abaixo foram contabilizados até o 15/03, último dia de funcionamento do museu no trimestre. No período, o público escolar representou 37% de todo o público agendado atendido pelo educativo.

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)

Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
17	7.239	7.239	985	14%

* público atendido

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

Ação 17	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Janeiro	375	95	22	31	523
Fevereiro	11	41	37	0	89
Março	226	25	122	0	373
Total realizado	612	161	181	31	985
Resultado Realizado					985
Resultado mínimo previsto					985
ICM (trimestre)					100%

Ação 18 – Visitas Educativas para Público Específico

Comentário da mensuração 18.1: Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas

A meta foi atingida integralmente. Neste período, a presença de público infanto-juvenil oriundo tanto de instituições sociais quanto de escolinhas de futebol representou quase 40% do público agendado atendido pelo Educativo. Em período de férias, é comum que instituições com recursos para transporte busquem o museu como alternativa de lazer. A parceria com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência foi renovada para este ano e já se iniciou desde fevereiro, contribuindo, mais uma vez, para aumentar a presença deste perfil de público no museu. Pelos mesmos motivos citados acima, o mês de março ficou com o menor alcance de atendimentos de público específico.

Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)

Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
18	7.921	7.921	1.677	21%

* público atendido

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

Ação 18	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol	Total mensal
Janeiro	134	14	254	0	0	4	21	38	146	611
Fevereiro	30	108	299	31	73	15	0	0	186	742
Março	82	63	147	32	0	0	0	0	0	324
Total realizado	246	185	700	63	73	19	21	38	332	1677
Resultado Realizado	1.677									
Resultado mínimo previsto	1.670									
ICM (trimestre)	100%									



As educadoras Bruna e Júlia atendem grupos de pessoas com deficiência / Núcleo Educativo

Ação 21 – Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo

Comentário da mensuração 21.1: Quantidade de atividades oferecidas

Comentário da mensuração 21.2: Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

A meta foi atingida integralmente. O período de férias escolares, bem como o feriado do Carnaval, propicia o atendimento de diversos perfis de público espontâneo, que buscam o museu também pelas atividades oferecidas no momento de férias, como parte de uma programação familiar. Reflexo disso é a quantidade maior de oferta de atividades e de público atendido no mês de janeiro.

Tabela 5. Resumo da quantidade de atividades, dinâmicas e jogos oferecidos e da quantidade de público atendido								
Ação 21	Tipos de atividades oferecidas				Público atendido			
	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina
Janeiro	11	3	0	1	302	63	0	22
Fevereiro	9	7	0	1	116	98	0	120
Março	5	4	0	0	64	20	0	0
Total	25	14	0	2	482	181	0	142
Resultado Realizado	41				805			
Resultado mínimo previsto	40				750			
ICM (trimestre)	103%				107%			



Atividades para o público espontâneo / Núcleo Educativo

Ação 22 – Visitas para famílias aos finais de semana e feriados

Comentário da mensuração 22.1: Número mínimo de visitas

Comentário da mensuração 22.2: Número mínimo de público atendido

A meta foi atingida integralmente. Para este trimestre, consideramos nessa meta duas tipologias de visita: a visita conjugada, realizada no Estádio e depois no museu; e a visita somente no museu. Até o final de janeiro, antes do início da nova administração do Estádio, ainda foi possível realizar visitas conjugadas. A partir de fevereiro, já não mais. Nesse sentido, passamos a oferecer a visita ao museu também nos horários em que eram oferecidas as visitas no estádio. Com isso, aumentamos a oferta de visitas para o público espontâneo. A superação da meta, todavia, veio por outra razão: a baixa presença de público agendado no museu permitiu que seguíssemos oferecendo esse tipo de visita também durante a semana, além dos finais de semana e feriados. Com isso, tivemos um número de visitas e de público atingido significativamente maior do que o mesmo período no ano passado.

Tabela 6. Relação das visitas ao *estádio* + museu

Data	Público atendido	Visitas realizadas	
Janeiro	5	66	3
	11	123	4
	12	73	3
	18	49	2
	19	18	1
Total Janeiro	329	13	

Tabela 7. Relação das visitas ao Museu			
Data		Público atendido	Visitas realizadas
Janeiro	3	22	1
	4	58	2
	7	12	1
	18	47	1
	25	34	2
	26	59	2
Total Janeiro		232	9
Fevereiro	1	16	1
	2	14	3
	8	19	2
	9	65	3
	15	55	4
	16	8	1
	22	51	2
	23	97	4
	25	45	1
	29	30	3
Total Fevereiro		400	24
Março	7	19	2
	8	5	3
	11	2	1
	14	21	3
	15	25	2
Total Março		72	11
Total do trimestre		704	44



Visita temática com público espontâneo / Núcleo Educativo

Ação 23: Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo

Comentário da mensuração 23.1: Número de encontros (4h/cada)

Comentário da mensuração 23.2: Número mínimo de público presencial alcançado

Encontro 1

O primeiro encontro aconteceu em 07/02, uma segunda edição do Curso de Formação para Agentes de Turismo. Desta vez, além de realizar a formação a respeito do trabalho do Educativo no espaço expositivo, da perspectiva curatorial dos conteúdos do museu, dos recursos de acessibilidade disponível para público estrangeiro e com deficiência, da cartilha de convivência de grupos do museu, o Educativo trouxe uma novidade: o Kit Bagagem Educativa.

Desenvolvido pelas equipes educativas e do Centro de Referência, o kit "Bagagem Educativa" é composto por três malas e poderá ser usado por responsáveis que vêm ao museu sem realizar a visita agendada com os educadores. As malas são: a do Charles Miller, com objetos que remetem à época dele, tais como gravata borboleta, cartola, suspensório, bigodes, espelho antigo, porta-retrato, entre outros; a dos Torcedores, que conta com os mais inusitados objetos colecionáveis de times, desde roupas de bebê, bonecos de mascote até porta-CDs e receitas de comidas de estádio; e a do Futebóis, cujo objetivo é representar os mais diversos tipos de futebóis praticados, como por exemplo, bola de guizo (Futebol de 5), réplicas de medalhas paralímpicas, botões de jogo de botão, entre outros. A disponibilidade do kit estava prevista para março, mas com o fechamento do museu, a ação será retomada na reabertura.

A formação teórica ficou a cargo da coordenadora Ialê Cardoso e do assistente de coordenação Marcelo Continelli. O evento contou com a participação de 81 pessoas.



Ialê Cardoso e Marcelo Continelli durante o curso e o Kit Bagagem Educativa / Núcleo Educativo

Encontro 2

Fruto de uma parceria realizada pelo responsável do Agendamento, Rafael Degl'iesposti da Silva, o Educativo alinhou o agendamento de todos os alunos da Escola Municipal de Ensino Infantil Monteiro Lobato, localizada nas proximidades do museu. Junto com a proposta de visita de todos os alunos, a Coordenação propôs também um encontro de formação com os professores da escola com o objetivo de dialogar com os professores possibilidades de mediação com crianças na faixa etária de 4 a 6 anos, um perfil de público ainda pouco presente no museu. No dia 20/02, a coordenadora Ialê Cardoso, juntamente com o assistente de coordenação Marcelo Continelli e o responsável do Agendamento, Rafael Silva, participaram de três reuniões pedagógicas com todas as professoras envolvidas no projeto.

Durante a formação foram apresentados o nosso Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol juntamente com alguns materiais já desenvolvidos no Núcleo e que poderiam ser adaptados para a visita das crianças. Foi a oportunidade também de ouvir dos professores os maiores desafios em trabalhar com essa faixa etária. Em continuidade a este encontro, realizado na EMEI, seguiram-se, na semana seguinte, visitas exclusivas das professoras com os educadores, tendo em vista que muitas delas ainda não conheciam o museu. Com a quarentena, as visitas das crianças foram suspensas e serão reorganizadas. No total do dia, participaram 15 professores.



Formação dos professores da EMEI Monteiro Lobato / Núcleo Educativo

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

No primeiro trimestre de 2020 o IDBrasil trabalhou em prol de uma proposta de realização de ações virtuais previstas para o segundo trimestre (abril a junho) para uma programação com temas pertinentes voltados aos técnicos de museus no contexto da pandemia do Covid-19.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
25	(PISEM) Realização de palestras/cursos e oficinas no interior e/ou litoral	25.1	Meta-Produto	Número mínimo de palestras/cursos /oficinas realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	3	
		ICM%	100%	0%			
		25.2	Meta-Resultado	Número mínimo de pessoas impactadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	60	-
					3º Tri	30	-
					4º Tri	-	-
META ANUAL	90				-		
ICM%	100%	0%					
26	(PISEM) Realização de Encontro da Rede Memória e Esporte – online	29.1	Meta-Produto	Número de encontros online realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	0%

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

No Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional destacam-se as iniciativas relacionadas a seguir:

O pico no número de inserções na mídia se deu em janeiro, com um total de 363 matérias publicadas no mês, destacando-se assuntos como o encerramento da campanha Chuteira para Todos, o Museum Selfie Day, a programação Férias no Museu, o início da operação da concessionária Allegra Pacaembu (as matérias mencionaram que o Museu do Futebol fica de fora do escopo de concessão) e o lançamento do livro do goleiro Cássio, do Corinthians. Em março, apesar do fechamento do museu a partir do dia 17/3 em função das medidas para conter a propagação do Covid-19, o número de matérias publicadas se manteve na média em função do bom resultado na primeira quinzena e do posterior esforço da equipe em divulgar para a imprensa ações e conteúdos disponíveis nos ambientes digitais. Foram destaque a disponibilização de filmes sobre futebol em *streaming* nas redes do museu e o início da divulgação do programa Revivendo Memórias #EmCasa, encabeçado pelo Núcleo Educativo.

Janeiro também foi o mês mais produtivo com relação ao número de visitantes únicos no site institucional – 25.325 usuários – dentro de um total de 57.859 registrados em todo o semestre. Diferente do que ocorreu com o número de menções na mídia, março registrou queda substancial no número de acessos. Foram apenas 13.950 usuários únicos naquele mês, resultado direto do fechamento do museu, considerando que as páginas tradicionalmente mais acessadas são a de serviço (horários de funcionamento e valor de ingressos) e de agenda cultural.

O número de novos seguidores nas redes sociais do Museu, no entanto, sofreu movimento contrário, com aumento substancial em março e total de 5.927 no trimestre. Além da estratégia de impulsionamento de posts visando especificamente à atração de novos seguidores, as estratégias adotadas para difusão de conteúdos digitais também contribuíram para atração do público aos perfis institucionais.

Em relação às parcerias de mídia, no trimestre, foi firmado acordo com a Rádio CBN. Também houve a inserção de anúncios do Museu nos veículos já parceiros - Revista Piauí, Portal UOL, Revista Cult e site Guia da Semana. A parceria com a empresa Dinamize, que detém plataforma de armazenamento e disparo de e-mails do Museu, foi estendida até o final deste ano - inicialmente o acordo previa aisenção do

pagamento para uso da plataforma por 6 meses - e ampliada: aumentou-se a capacidade de armazenamento de e-mails e o número de disparos/mês.

Como forma alternativa de ampliar o público visitante, foram firmadas parcerias com promotores de corridas de rua com largada e chegada na Praça Charles Miller, na frente do Museu, para promoção de gratuidade na visita do Museu pelos atletas participantes, no dia da prova. Em janeiro, a parceria com o Circuito do Sol, realizada em 26 de janeiro, teve como resultado 92 atletas que aproveitaram a promoção e visitaram o Museu naquele dia. Outras parcerias firmadas nesse mesmo modelo foram com o Circuito das Estações e com o Instituto Olga Kos de Inclusão Cultural (IOK), associação sem fins econômicos que desenvolve projetos artísticos e esportivos para atender pessoas com deficiência intelectual. Ambas as provas, entretanto, foram canceladas devido à pandemia do novo coronavírus. Ainda no âmbito de parcerias, renovou-se por mais um ano um acordo institucional com a Fundação Abrinq, que envolve visitas mediadas ao Museu do Futebol por crianças e adolescentes de instituições parceiras da Abrinq.

Abaixo, listamos algumas das medidas adotadas a partir do fechamento devido à pandemia da Covid-19. Vale informar que a descrição detalhada dessas medidas constará do próximo relatório.

Fechamento temporário – A comunicação sobre o fechamento temporário do Museu do Futebol, em atendimento ao Decreto 64.864/2020 e à Deliberação 1, de 17/03/2020, foi realizada de imediato em todos os canais proprietários e parceiros do Museu do Futebol. Quando possível, foi postada na íntegra a nota encaminhada pela Assessoria de Imprensa da SEC.

Colaboração com a Campanha #CulturaEmCasa – Também de imediato, foram encaminhadas à Assessoria de Comunicação da SEC todas as informações solicitadas a respeito das plataformas e conteúdos digitais disponíveis nos canais do Museu do Futebol. O Museu vem se engajando na campanha por meio do uso da hashtag nas postagens em redes sociais, marcação dos perfis da SEC, inclusão de *boiler* sobre a campanha em todos os releases encaminhados para a imprensa e envio periódico de novas informações à SEC.

Parcerias de divulgação – A partir da iniciativa de exibição de filmes em *streaming* (ver Programa de Exposições e Programação Cultural), o IDBrasil realizou parcerias diversas a fim de ampliar o alcance potencial, gerando, além disso,

maior engajamento com o público torcedor. Por meio de publicações cruzadas no Facebook, os filmes foram exibidos simultaneamente nos perfis dos parceiros, que atuaram também na divulgação prévia. Dentre as parcerias já estabelecidas, incluem-se: Federação Paulista de Futebol, Acervo da Bola, Portuguesa de Desportos, Esporte Clube Bahia e Guarani Futebol Clube.

Adequação da estratégia de impulsionamento no Facebook e Instagram – A partir do fechamento do museu, toda a estratégia de impulsionamento foi repensada de forma a gerar tráfego para os conteúdos digitais do museu. Campanhas como a divulgação de espaços para eventos, agendamento de visitas educativas e atração de turistas, por exemplo, estão temporariamente suspensas.

Brandind do projeto Revivendo Memórias #EmCasa – A equipe de Comunicação atuou em parceria com o Educativo para a formatação do projeto *Revivendo Memórias #EmCasa*, garantindo sinergia com a proposta de atendimento remoto a idosos e instituições de atendimento a pessoas em situação de vulnerabilidade e a campanha #CulturaEmCasa da SEC. Além disso, a divulgação do programa tem garantido um importante espaço para o Museu do Futebol na imprensa, levando ao público que suas atividades continuam de fato, ainda que o museu esteja fechado.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão trimestral	Realizada
27	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação e/ou 7outras plataformas	27.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novas e/ou renovação)	1º Tri	1	1
					2º Tri	2	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	6	1
					ICM%	100%	16,6%
28	(PCDI) Criação de novo site institucional	28.1	Meta-Produto	Site publicado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
29	(PCDI) Ações com influenciadores digitais	29.1	Meta-Produto	Número de ações realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	4	4

					ICM%	100%	0%
30	(PCDI) Inserções na mídia	30.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	500	813
					2º Tri	150	-
					3º Tri	500	-
					4º Tri	500	-
					META ANUAL	1.650	813
					ICM%	100%	49,2%
31	PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	31.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	50.000	57.859
					2º Tri	30.000	-
					3º Tri	60.000	-
					4º Tri	50.000	-
					META ANUAL	190.000	57.859
					ICM%	100%	30,4%
		31.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	4.500	5.927
					2º Tri	5.000	-
					3º Tri	5.000	-
					4º Tri	4.500	-
					META ANUAL	19.000	5.927
					ICM%	100%	31,2%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ação 27: Parcerias com veículos de comunicação e/ou outras plataformas Número de parcerias firmadas (novas e/ou renovação)

A Rádio CBN é a nova parceira de mídia do Museu do Futebol para veiculações de spots de 1 minuto. A cada semana, um novo spot é veiculado dentro do programa "O mundo é uma bola – um minuto com o Museu do Futebol". A parceria teve início em março e pressupõe a elaboração de textos pela equipe do Museu e a gravação e veiculação pela Rádio. O volume acordado é de 14 veiculações por semana até o final do ano, quando a parceria poderá ser renovada.

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



Março

Revista Cult

Total de 3 anúncios

Anúncios impressos

Janeiro (1 pág)

Fevereiro (1/2 pág)

Março (1/2 pág)



Janeiro



Fevereiro



Março

Portal UOL

Banners no site
Janeiro, fevereiro e março

Total de impressões: 5.066.921

Os banners são GIFs animados.
Ao lado, colocamos apenas
exemplos de telas da sequência.



Site Guia da Semana

Banners no site
Janeiro, fevereiro e março

Total de impressões: 1.894.848

Os banners são GIFs animados.
Ao lado, colocamos apenas
exemplos de telas da sequência.



Ação 28: Criação do novo site institucional

A criação do novo site institucional do Museu do Futebol começou em fevereiro, com a contratação da empresa NoLab. Desde então, representantes das equipes de Comunicação, TI, Centro de Referência do Futebol Brasileiro e Educativo vêm se reunindo com os fornecedores para discussão dos parâmetros que se deseja adotar no novo produto.

Foi solicitado que o novo site institucional seja construído na plataforma WordPress, solução de mercado com amplo uso e que conta com uma grande rede colaborativa de desenvolvedores, garantindo a maior longevidade do projeto no cenário atual e maior versatilidade na inclusão de conteúdos multimídia.

O novo site terá uma estrutura mais enxuta e focada na experiência do usuário, além de uma área pensada especialmente para divulgação de conteúdos produzidos pelo CRFB e outra para melhor registro do histórico de exposições temporárias.

Ação 30: Inserções na mídia

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

O volume total de espaço conquistado na imprensa está expresso na tabela abaixo, mês a mês, separado também por tipo de mídia. A partir deste trimestre estamos contabilizando à parte a participação do Museu do Futebol em podcasts, um tipo específico de programa em áudio, veiculado diretamente na internet, sem envolvimento de emissoras tradicionais:

	Jan	Fev	Mar	TOTAL
TOTAL	363	200	249	813
TV	7	5	5	17
Rádio	13	5	4	22
Impresso	26	34	24	84
Web	317	156	217	690
Podcast	1	1	0	2

Justificativa da superação da meta: Número mínimo de inserções

(TV/Rádio/WEB/Impressos/Podcasts)

A superação da meta no primeiro trimestre se deve a vários fatores. Principalmente em janeiro, houve uma concentração de assuntos sazonais e com ganchos fortes que resultaram numa grande – e desejada – exposição do Museu do Futebol ante a imprensa. A disseminação desses assuntos por meio de agências de notícias amplificou enormemente o potencial de divulgação das ações. Além disso, a chegada da concessionária Allegra Pacaembu no dia da final da Copa São Paulo provocou grande número de menções ao Museu do Futebol em matérias nas quais a instituição não era o foco prioritário.

Em março, ante o fechamento do Museu, houve um esforço redobrado da equipe para manter a instituição na mídia em meio a um cenário de espaço editorial reduzido para assuntos esportivos, cancelamento de campeonatos e grande concorrência de outras instituições divulgando ao mesmo tempo suas ações na esfera digital. Ante a este contexto adverso, o IDBrasil conseguiu manter um bom número de menções explorando nichos clubísticos. Isso funcionou na divulgação dos filmes exibidos em *streaming* nas redes sociais do Museu: cada sessão foi divulgada para os portais ligados ao clube relacionado no filme.

Soma-se a isso a adoção de medidas de aprimoramento do rastreamento e registro das matérias com menções ao Museu por parte da equipe de Comunicação. Se por um lado esse controle evita o registro duplicado de uma mesma matéria, também tem resultado na identificação de um maior número de menções, especialmente em veículos online e de outras cidades, que levam mais tempo para entrar no rastreamento realizado pela empresa clipadora.

A superação da meta, portanto, não resultou em ônus para o contrato de gestão. Pelo contrário, amplificou a reputação do museu junto a diversos públicos de interesse por meio de mídia espontânea.

Ação 31: Canais de Comunicação com os diversos segmentos de público

Justificativa da superação da meta 31.1: Número mínimo de visitantes virtuais

A forte procura por atividades de lazer em janeiro, mês de férias escolares, provocou a superação da meta de visitantes únicos no site do Museu do Futebol no primeiro trimestre de 2020, ainda que em março o número médio de visitantes tenha se reduzido significativamente por causa do fechamento do museu a partir de 17/3, conforme explicitado na tabela abaixo. A superação da meta no trimestre é desejável e não onera o contrato de gestão.

SITE	JAN	FEV	MAR	TOTAL
Usuários únicos no mês	25.325	18.584	13.950	57.859

Justificativa da mensuração 31.2: Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)

Mês de tradicionalmente baixa frequência de visitantes no Museu do Futebol, fevereiro também registrou estacionamento da audiência nas redes sociais institucionais, o que levou a equipe de Comunicação a realizar uma estratégia específica para recuperação do número no mês seguinte com uso de uma campanha impulsionada no Facebook – estratégia intensificada, também, a partir do fechamento do museu a partir do dia 17/3 em função da pandemia de Coronavírus. Com baixo orçamento (R\$ 300,00), associado a posts orgânicos pesados para gerar engajamento, a medida resultou não apenas no cumprimento da meta como sua desejável superação.

Rede social/Número de novos seguidores	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado Novos seguidores em 2020	Número de seguidores em 31/03/2020
Facebook	3.903					79.414
Twitter	304					25.816
Instagram	1.344					26.959
Youtube	360					4.660
Spotify	16					810
Total	5.927					137.659

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

No 1º trimestre de 2020 houve a finalização do processo de renovação do Alvará de Local de Reunião de público, iniciado em 2019 e válido até 13 de fevereiro de 2021.

Durante o período de pandemia devido ao Covid-19 o Museu encontra-se fechado. No entanto, alguns procedimentos foram implementados visando a segurança e a preservação patrimonial. Nesse contexto, todas as portas de aço do museu estão fechadas (principais e perimetrais) e o acesso pode ser feito somente através da portaria 1 (p1). Os funcionários da manutenção, segurança e bombeiros civis permanecem no edifício, em regime de revezamento, pois ainda há a continuidade das ações essenciais para preservação da segurança, limpeza e funcionamento dos equipamentos, tais como manutenção preventiva de ar condicionado, elevadores, sistema de prevenção contra incêndio, dentre outras de modo a zelar pelo patrimônio. O IDBrasil adotou todas as medidas de prevenção indicadas como a disponibilização de álcool em gel e o fornecimento de máscaras de proteção PFF2 para os funcionários que se mantêm no prédio. Além de acompanhar equipes terceirizadas, a equipe de manutenção do IDBrasil está operando em ações de pintura de piso, que necessitavam do Museu fechado para poderem ser completadas e estão sendo feitos trabalhos de limpeza em altura.

Nenhuma meta condicionada foi realizada no trimestre.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
32	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	32.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
33	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	33.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

34	(PED) Renovação de Seguros	34.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
35	(PED) Elaboração do Plano de Segurança do Museu do Futebol	35.1	Meta-produto	Plano entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

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

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

Comentário da Mensuração 32.1

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

	POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO CORPO DE BOMBEIROS AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS AVCB Nº 438046	
<p>O CORPO DE BOMBEIROS EXPEDE O PRESENTE AUTO DE VISTORIA, POR MEIO DO SISTEMA ELETRÔNICO VIA FÁCIL BOMBEIROS, PARA A EDIFICAÇÃO OU ÁREA DE RISCO ABAIXO, NOS TERMOS DO REGULAMENTO DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO DO ESTADO DE SÃO PAULO.</p>		
<p>Projeto Nº 214356/3550308/2014 Endereço: PRAÇA CHARLES MILLER Nº: 0 Complemento: Bairro:CONSOLACAO Município: SAO PAULO Ocupação: CENTRO ESPORTIVO E MUSEU (F-3) Proprietário: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO Responsável pelo Uso: ESTÁDIO MUNICIPAL PAULO MACHADO DE CARVALHO Responsável Técnico: TIAGO TIBÉRIO MARCATTI CREA/CAU: 5062159070 ART/RRT: 28027230191335064 Área Total (m²): 35865,53 Área Aprovada (m²): 35865,53 Validade: 17/10/2020 Vistoriador: 1. TEN PM WESLEY GUILHERME ANDRADE DA SILVA Homologação: MAJ PM MAX ALEXANDRE SCHROEDER</p>		
<p>OBSERVAÇÕES: LOTAÇÃO: GINÁSIO 2.500 PESSOAS / ESTÁDIO - 40.199 PESSOAS. PROIBIDO O USO DE ARTEFATOS PIROTÉCNICOS. MANTER CMAR CLASSÉ I, IIA. CONFORME PREVISTO NO ARTIGO 80 E PARÁGRAFO ÚNICO DA PORTARIA Nº CCB-003/800/19. O INTERESSADO DEVERÁ SUBSTITUIR O PROJETO TÉCNICO FÍSICO POR PROCESSO EM FORMATO ELETRÔNICO, ATÉ O FINAL DA VALIDADE DESTA LICENÇA, DE FORMA A NÃO COMPROMETER A SUA RENOVAÇÃO SUBSEQUENTE.</p>		
<p>NOTAS: 1) O AVCB deve ser afixado na entrada principal da edificação, em local visível ao público. 2) Compete ao proprietário ou responsável pelo uso da edificação a responsabilidade de renovar o AVCB e de manter as medidas de segurança contra incêndio em condições de utilização, providenciando a sua adequada manutenção, sob pena de cassação do AVCB, independente das responsabilidades civis e criminais.</p>		
<p>Sao Paulo, 5 de Novembro de 2019</p>		
	<p>Documento emitido eletronicamente pelo Sistema Via Fácil Bombeiros. Para verificar sua autenticidade acesse a página do Corpo de Bombeiros www.corpodebombeiros.sp.gov.br , ou utilize o aplicativo para dispositivos móveis: "Bombeiros SP".</p>	

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

Comentário da Mensuração 33.1

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

Cronograma do processo de obtenção:

- 14.08.2019 - Entrada do processo na Prefeitura do Município de São Paulo;
- 21.08.2019 – Encaminhamento interno para solicitação da isenção da taxa;
- 21.10.2019 – Solicitada documentação que comprove que o solicitante é uma Organização Social de Cultura;
- 01.11.2019 – Emitido o COMUNIQUE-SE solicitando a comprovação;
- 13.11.2019 – Recebimento da documentação solicitada e juntada ao processo;
- 14.11.2019 – Processo seguiu para análise;
- 20.11.2019 – Processo encaminhado para Procuradoria do Estado de São Paulo para isenção da taxa;
- 11.12.2019 – Processo deferido, aguardando a finalização;
- 16.01.2020 – Liberação do “COMUNIQUE-SE” e abertura para a providência da documentação;
- 13.02.2020 – Emitido o Alvará.

Prefeitura da Cidade de São Paulo SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO		Contribuinte
Documento	022-3-01 REVALIDAÇÃO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO	01110800010
Nome do Proprietário	IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE	Número
Endereço do Imóvel	Endereço	2020/02470-00
codlog	R ITAPOLIS	Data Publicação
09562-1		13/02/2020
Complemento/Bairro	PACAEMBU	Número
		99999
Zona de uso	Sub.Pref. SE	CEP
ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.		01245-000
Categoria de uso		
NR3-04		
Descrição	O SMUL/SEGUR/DIVISÃO DE LOCAL DE REUNIÃO SMUL/SEGUR/DLR EXPEDE A PRESENTE REVALIDAÇÃO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO PARA O ESTABELECIMENTO IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE - MUSEU DO FUTEBOL, C.C.M.: 35216263, COM VALIDADE DE 13/02/2020 ATE 12/02/2021, NUM. 2009/41298-00 PUBLICADO EM 20/10/2009 AREA OBJETO DESTE ALVARA 7802,07 M2, COM A FIR NUMERO 3640, PARA A(S) ATIVIDADE(S) MUSEU, CNPJ DO RESPONSÁVEL PELO FUNCIONAMENTO 10.233.223/0001-52.	
USO DO IMÓVEL:	- USOS NAO RESIDENCIAIS ESPECIAIS OU INCOMODOS. - POLO GERADORES DE TRAFEGOS.	
LOTACAO MAXIMA:	1428 PESSOAS,	
DISTRIBUICAO DA LOTACAO:	TERREO (AREAS) - 362 PESSOAS TERREO (AUDITORIO) - 170 PESSOAS 1 PAVIMENTO - 380 PESSOAS 2 PAVIMENTO - 389 PESSOAS 3 PAVIMENTO - 124 PESSOAS	
RESPONSAVEL TECNICO:	FLAVIO AMERICO CURTO JACOME DA PAZ CREA 601344691	
ZONEAMENTO ATUAL:	ZOE	
AMPARO LEGAL:	1) LEI 10.205/1986 REGULAMENTADA PELO DECRETO 49.969/2008. 2) LEI 16.642/2017 REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.776/2017. 3) LEI 16.402/2016 REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.298/2016.	
NOTAS:		
Requerimen	PROCESSO: 0000.2019/0039098-8 EMISSAO: 20/02/2020	Página
01110800010-00093		1 / 3
Código Verificação:	BB7C.7E12.D78E.D478.6896.5D80.C86D.0D2E	



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

Documento	022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO	Contribuinte	01110800010
Nome do Proprietário	IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE	Número	2020/02470-00
Endereço do Imóvel	Endereço 09562-1 R ITAPOLIS	Data Publicação	13/02/2020
Complemento/Bairro	PACAEMBU	Número	99999
Zona de uso	ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.	Sub.Pref.	SE
Categoria de uso	NR3-04	CEP	01245-000

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

Requerimento	01110800010-00093	PROCESSO: 0000. 2019/ 0039098-8 EMISSAO: 20/02/2020	Página	2 / 3
Código Verificação:	BB7C.7E12.D78E.D478.6896.5DB0.C86D.0D2E			

Prefeitura da Cidade de São Paulo		SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO	
		Contribuinte	01110800010
Documento	022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO	Número	2020/02470-00
Nome do Proprietário	IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE	Data Publicação	13/02/2020
Endereço do Imóvel		Número	99999
Codlog	Endereço	Sub.Pref.	CEP
09562-1	R ITAPOLIS	SE	01245-000
Complemento/Bairro	PACAEMBU		
Zona de uso	ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.		
Categoria de uso	NR3-04		
<p>A INCÊNDIO E A DESASTRES EM ESTABELECIMENTOS, EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE REUNIÃO DE PÚBLICO.</p> <p>12) NÍVEL MÁXIMO DE SOM PERMITIDO DE 65 DB DAS 07H00 AS 19H00 E DE 55 DB DAS 19H00 AS 07H00, DE ACORDO COM A NORMA ABNT NBR 10.151.</p> <p>13) ZONA DE USO: ZOE.</p> <p>RESSALVAS:</p> <p>1) O PRESENTE ALVARA DE FUNCIONAMENTO FOI EXPEDIDO MEDIANTE APRESENTAÇÃO DE DECLARAÇÕES E DOCUMENTOS QUE ATESTAM A SEGURANÇA DO USO DA EDIFICAÇÃO E ATENDIMENTO A LEI 11.345/93.</p> <p>2) ESTE ALVARA NÃO AUTORIZA A INSTALAÇÃO E O FUNCIONAMENTO DE MÁQUINAS DE DIVERSOS ELETRÔNICAS DO TIPO CACA NIQUEL E/OU VIDEOPOKER.</p>			
Requerimen	01110800010-00093	PROCESSO: 0000. 2019/ 0039098-8 EMISSAO: 20/02/2020	Página
Código Verificação:	BB7C.7E12.D78E.D478.6896.5DB0.C86D.0D2E		3 / 3

AÇÕES CONDICIONADAS

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA							
Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizado
36	(PGTG) Plano Estratégico para o Museu do Futebol	36.1	Meta-produto	Plano elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
37	(PGTG) Pesquisa de Público – Qualitativa e Quantitativa	37.1	Meta-produto	Pesquisas Realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-
38	(PGTG) Realizar campanha de marketing e publicidade institucional	38.1	Meta-produto	Campanha realizada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

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

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizado
39	(PA) Catalogação do Acervo (equipe extra para catalogação)	39.1	Meta-produto	Itens catalogados e divulgados online	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	2.000	-
					ICM%	100%	-
40	(PA) Renovação da interface de consulta do Banco de Dados (responsividade para celular; dinamismo na apresentação dos dados)	40.1	Meta-produto	Interface renovada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
41	(PA) Edição de material em vídeo para uso em site e plataformas digitais	41.1	Meta-produto	Vídeos editados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	10	-
					ICM%	100%	-

Não houve a realização de nenhuma meta condicionada do Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa no período referente ao 1º trimestre de 2020.

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizado
42	(PEPC) Realizar exposição temporária "Futebóis"	42.1	Meta-produto	Exposição Realizada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
43	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – Programa Férias no Museu (julho e dezembro)	43.1	Meta-produto	Programa de Férias realizados	1º Tri	-	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	2	1
					ICM%	100%	50%
44	(PEPC) Realizar eventos de Programação Cultural – eventos diversos conforme descritivo de Programação Cultural	44.1	Meta-produto	Eventos Diversos realizados	1º Tri	-	3
					2º Tri	-	-
					3º Tri	15	-
					4º Tri	15	-
					META ANUAL	30	3
					ICM%	100%	10%
45	(PEPC) Projeto básico de expografia, tecnologia e conteúdo para renovação da exposição de longa duração	45.1	Meta-produto	Projetos básicos criados (expografia/contéudo/tecnologia)	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	3	-
					ICM%	100%	-
46	(PEPC) Renovação de equipamentos multimídia do Museu do Futebol (projetores, monitores, computadores e periféricos)	46.1	Meta-produto	Parque tecnológico renovado e atualizado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

47	(PEPC) Ocupações da Sala Osmar Santos – conforme Descritivo de exposições e programação cultural	47.1	Meta-produto	Ocupações Realizadas	1º Tri	1	1
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	3	1
					ICM%	100%	33,3%

Ação 43: Realizar eventos da programação cultural – Programa Férias no Museu (julho e dezembro)

FÉRIAS NO MUSEU

Ao longo do mês de janeiro, o Museu do Futebol ofereceu uma programação gratuita de Férias no Museu, na área externa. O diferencial ficou por conta de novas atividades monitoradas como oficina de surfe na lona, futesinuca gigante, futmesa – febre entre os jogadores de futebol, oficina de plantio de sementes, brincadeiras populares e tradicionais de rua, além de espaços permanentes tais como:

- **CIRCUITO DE DESCOBERTAS**

Montado com diferentes obstáculos de EVA, tecidos, arcos e objetos de espuma, o espaço permitia um circuito livre para que a criança pudesse escolher como completá-lo, explorando o desenvolvimento motor, resolução de desafios e autonomia.

- **ESPAÇO CONSTRUIR**

Destinado à primeira infância, o espaço contou com blocos gigantes coloridos que podiam ser montados de diversas formas, com o objetivo de desenvolver a criatividade, noção espacial e respeito ao próximo. Os monitores contaram histórias infantis para que os bebês explorassem a criatividade e seu repertório motor.





Atividades do Programa Férias no Museu. Fotos: Fabiana Lima

Ação 44: Realizar eventos da programação cultural – eventos diversos conforme descritivo de Programação Cultural

SESSÃO DE AUTÓGRAFOS: CÁSSIO E CELSO UNZELTE

O Museu do Futebol sediou no dia 27/01 o lançamento do livro “Cássio – A trajetória do maior goleiro da história do Corinthians”. Escrito pelo jornalista e comentarista da ESPN, Celso Unzelte, o livro narra toda a trajetória do goleiro, sua chegada ao Corinthians, os altos e baixos de sua carreira e os bastidores da defesa que o consagrou como ídolo do time. A sessão de autógrafos contou com a presença do autor e do biografado, e com a participação de mais de 4.000 pessoas.





Público na fila para autógrafa do goleiro Cássio, do Corinthians. Fotos: Fabiana Lima

FUTEBOL DIGITAL - 2ª COPA PAULISTA DE PRO EVOLUTION SOCCER

O futebol digital faz parte dos eSports, modalidade que cresce a cada ano e ganha mais adeptos no mundo todo, com jogadores representando empresas e clubes.

No Brasil, grandes equipes de futebol tradicional já possuem seus jogadores para campeonatos digitais. Nos dias 8 e 9 de fevereiro, o Museu do Futebol sediou a 2ª Copa Paulista de PES, com competidores da capital paulista e interior do estado, além de jogadores de Sergipe, Rio de Janeiro, Paraná e Minas Gerais.



Fotos: Fabiana Lima

PROGRAMAÇÃO DE CARNAVAL: FOLIA NO MUSEU

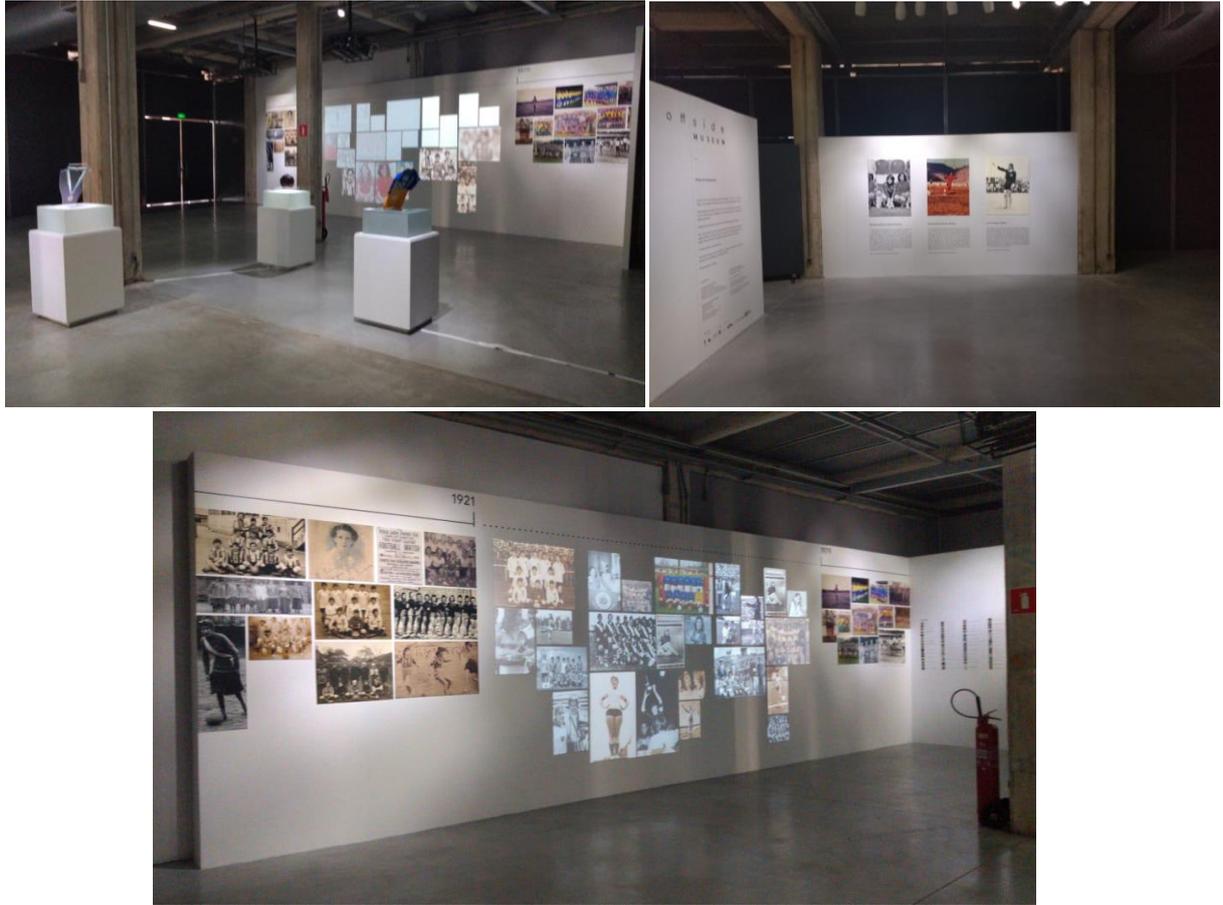
Este ano, o Museu do Futebol trouxe a apresentação –Tucantaconto de Carnaval, uma festa musical especialmente voltada para as crianças pequenas e seus familiares. Com duração aproximada de uma hora e meia, um trio de músicos brincantes, com seus instrumentos, apresentaram as tradicionais “marchinhas” do universo carnavalesco além de conhecidas cantigas de roda do imaginário popular com novos arranjos.



Fotos: Fabiana Lima

Ação 47: Ocupações da Sala Osmar Santos –conforme Descritivo de exposições e programação cultural

No primeiro trimestre de 2020, na Sala Osmar Santos, houve a realização de uma mostra temporária em parceria com o Google e a Agência AKQA intitulada “Museu do Impedimento”. A mostra contou principalmente com fotografias com o objetivo de contar alguns episódios da história da proibição do futebol feminino no mundo –e no Brasil –entre os anos de 1921 e 1979. Além disso, a mostra trouxe para o espaço físico imagens e vídeos que constaram da campanha realizada em 2019, em ambiente digital na plataforma Google Arts&Culture. Com início em 7 de março e previsão de término em 22 do mesmo mês, a mostra foi interrompida em 17 de março devido a pandemia do Covid-19.



Fotos: Mariana Chagas

PROGRAMA EDUCATIVO

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizado
48	(PE) Ampliação das visitas educativas (mediante equipe extra de educadores)	48.1	Meta-produto	2 educadores temporários (10 meses); + 8.000 vagas oferecidas para grupos	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	2	-
					ICM%	100%	-
49	(PE) Atualização do audioguia para pessoas com deficiência e estrangeiros	49.1	Meta-produto	Novo audioguia implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
50	(PE) Fornecimento de ônibus e lanche para grupos escolares e/ou de pessoas em situação de vulnerabilidade	50.1	Meta-produto	50 ônibus e lanches para até 2.000 pessoas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	50	-
					ICM%	100%	-
51	Projeto Deficiente Residente – residência com pessoas cegas (1 curso de audiodescrição para narradores esportivos)	51.1	Meta-produto	Curso realizado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-

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

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM

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

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

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: CONSERVAÇÃO, MANUTENÇÃO E SEGURANÇA

Nº	Ações condicionadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizado
54	(PED) Renovação de sistema de ar condicionado (peças e mão de obra)	54.1	Meta-produto	Sistema renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
55	(PED) Criação de Facility Report e plantas atualizadas das áreas destinadas a eventos e exposições	55.1	Meta-produto	Facility Report elaborado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	1	-
					ICM%	100%	-
56	(PED) Adequação para atendimento à NR35 - Trabalho em altura (projeto e execução)	56.1	Meta-produto	Edifício adequado à NR35	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	-	-
					ICM%	100%	-

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

Nenhuma meta condicionada do Programa de Edificações foi realizada no trimestre.