



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

ANEXO TÉCNICO I

PLANO DE TRABALHO
ESTRATÉGIA DE AÇÃO

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

ANO: 2016 A 2020

UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO
MUSEOLÓGICO

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



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO DO PLANO DE TRABALHO ANUAL - 2016 A 2020	4
OBJETIVO GERAL	5
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA TRANSPARENCIA E GOVERNANÇA	6
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	7
EIXO 1-PLANO MUSEOLÓGICO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	7
EIXO 2- GESTÃO ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA	9
EIXO 3 - FINANCIAMENTO E FOMENTO	11
EIXO 4 - MOBILIZAÇÃO E/OU DIVERSIFICAÇÃO E/OU FIDELIZAÇÃO DE PÚBLICO	15
EIXO 5 - MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS	20
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS EXCLUSIVAMENTE DO PROGRAMA	22
IV) PÚBLICO ALVO	24
V) ROTINAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	24
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA	26
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	27
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA	43
IV) PÚBLICO ALVO	44
V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	44
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL	47
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	47
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	47
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA	53
IV) PÚBLICO ALVO	54
V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	54
PROGRAMA EDUCATIVO	55
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	55
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	55
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA	65
IV) PÚBLICO ALVO	66
V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	66
PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM	67
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	67
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	68
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA	70
IV) PÚBLICO ALVO	70
V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	70
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL	72
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	72
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	72
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA	85
IV) PÚBLICO ALVO	85
V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	85
PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONS. PREV. E SEG.	87
I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS	87
II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO	87
III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA	91



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

IV) PÚBLICO ALVO	91
V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS	91
METAS CONDICIONADAS	93



PLANO DE TRABALHO: ESTRATÉGIA DE AÇÃO 2016 a 2020

APRESENTAÇÃO

Conforme disposto no Termo de Referência para a elaboração da Proposta Técnica e Orçamentária para gerenciamento do Museu do Futebol e outros equipamentos que compõem a convocação pública SC-15-2016, apresentamos nesse documento as estratégias de ação e os principais resultados pretendidos pela Organização Social de Cultura IDBrasil – Cultura, Educação e Esporte (doravante IDBrasil) para o atendimento das diretrizes da Secretaria de Cultura (SEC), da Política Museológica da Unidade Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM) e dos desafios postos para o Museu do Futebol no período de 1 de julho de 2016 a 31 de dezembro de 2020.

As estratégias, metas e resultados propostos para o Museu do Futebol são frutos do amadurecimento das equipes técnicas, administrativas e operacionais, além do Conselho de Administração da Organização Social; profissionais qualificados que atuam no equipamento desde sua inauguração, em 29 de setembro de 2008. Idealizado e realizado pela Fundação Roberto Marinho, em parceria com a Prefeitura de São Paulo e o Governo do Estado de São Paulo, o Museu do Futebol tornou-se, em menos de uma década, reconhecido como um museu inovador, não apenas por sua impactante proposta curatorial, cenográfica, arquitetônica e tecnológica, mas também pelo desenvolvimento de programas educativos inclusivos e acessíveis a todos os públicos, de pesquisas relevantes para a memória do futebol no Brasil, em parceria com importantes centros de pesquisa e universidades brasileiras e da oferta de programação cultural diversificada e gratuita, como exposições temporárias, itinerantes, virtuais, simpósios, seminários, debates, oficinas e jogos para crianças, jovens e famílias.

O Museu do Futebol conquistou legitimidade na área museológica tanto pelo tratamento do futebol como expressão de nossa cultura e um importante mediador de relações sociais e de identidades, quanto pelos processos museológicos de curadoria, educação, pesquisa e gestão de acervos. A equipe responsável diretamente pela execução das atividades-fim, ao longo de quase oito anos, pôde experimentar processos, testar formatos de ações e criar novas metodologias de trabalho, resultando nas linhas gerais de programas e ações propostas nesse documento. Merece destaque, também, a área de operações e infraestrutura, pela implantação bem sucedida de rotinas e planos de manutenção, melhorias na edificação e propostas de ações que visam, ao longo dos anos, diminuir o consumo energético e



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

automatizar áreas como ar condicionado. Do mesmo modo, a equipe de tecnologia aprimorou-se no conhecimento dos equipamentos, hardwares e softwares necessários à gestão de conteúdos expositivos, ampliando a autonomia do Museu do Futebol na constituição de projetos a partir das capacidades internas das equipes. Será a primeira vez que a área de tecnologia contará com metas específicas, divididas em programas distintos e com especial cuidado no Programa de Acervo a partir da consolidação de rotinas de backup e armazenamento do acervo digital.

O IDBrasil oferece, por meio dessa proposta técnica, soluções de gestão focadas no profundo conhecimento da instituição e seus públicos, orientadas para o aprimoramento constante de processos e resultados, além de avanços na área museológica. A partir da estruturação sistemática de Planos Estratégicos e da atualização do Plano Museológico do Museu do Futebol, buscaremos o monitoramento e avaliação dos resultados da gestão, com base na sua eficiência, eficácia e efetividade, bem como na agilidade, lisura e economicidade. A gestão proposta pelo IDBrasil busca aliar as diretrizes conceituais da SEC e da UPPM no cumprimento da missão institucional do Museu do Futebol priorizando, sobretudo, a qualidade das ações, a ampliação da oferta e de públicos e o tratamento humano e acolhedor a funcionários, parceiros e visitantes.

OBJETIVO GERAL

Esse “Plano de Trabalho – Estratégias de Ação” objetiva apresentar, a partir dos objetivos específicos a cada Programa estabelecido pela SEC, as estratégias para o alcance das diferentes metas, com indicadores de produtos e/ou de resultados.

Os princípios que nortearam a escolha das estratégias prezaram pelo atendimento às diretrizes gerais e específicas da Política Museológica da Secretaria da Cultura, bem como dos desafios postos pela SEC, no Termo de Referência, para a gestão do Museu do Futebol.

Caso a proposta do IDBrasil saia vencedora, esse “Plano de Trabalho – Estratégias de Ação” comporá o Anexo Técnico I do Contrato de Gestão, podendo ser ajustado conforme entendimentos da Secretaria da Cultural, relevante na pactuação da proposta final de trabalho. Por serem metas de curto e médio prazo, compreendemos que deve haver flexibilidade na gestão de modo a adaptar a proposta aos contextos sociais, políticos e econômicos no qual o Museu do Futebol se insere.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Acreditamos na ideia de museu como uma plataforma aberta a seus públicos, um ambiente que vise propiciar diálogos e suscitar reflexões sobre questões sociais contemporâneas, que afetam, sobretudo, as memórias afetivas e as histórias de vida de cada visitante. Consideramos, sob esse ponto de vista, que o Museu do Futebol possui meios de se constituir, cada vez mais para seus públicos, em um local de referência sobre a história e a cultura brasileiras, no qual as experiências e estórias individuais não perdem valor frente aos grandes marcos da história do esporte. Desse modo, é fundamental o investimento, nesse novo Plano de Trabalho, no conhecimento e monitoramento dos públicos das diferentes atuações do Museu.

OBJETIVOS, ESTRATÉGIAS DE AÇÃO, NÚMERO E PERFIL DE FUNCIONÁRIOS ROTINAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS DURANTE A VIGÊNCIA DO CONTRATO

1. PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Administrar, supervisionar e gerenciar o museu com qualidade, eficiência, eficácia, transparência e economicidade, garantindo a preservação e comunicação de seus acervos culturais em estreita consonância com a política museológica e com as diretrizes da SEC. Este Programa contempla ações em cinco eixos principais:
 - **Eixo 1 - Plano museológico e Planejamento Estratégico:** estruturação de planejamento estratégico de ações viável ao posicionamento efetivo da vocação do museu frente ao seu amplo e diversificado conjunto de atividades. O desenvolvimento ou atualização do Plano Museológico de acordo com as diretrizes estabelecidas pela SEC, além do alinhamento com a Política de Acervo os quais são documentos norteadores que produzem definições que ultrapassam os limites de um Contrato de Gestão, contemplando a interlocução com as diversas instâncias internas e externas à Organização Social (equipes e Conselhos de Administração, Conselhos de Orientação, UPPM/SEC, Comissão de Avaliação).
 - **Eixo 2 - Gestão administrativa e financeira:** envolve a execução de uma série de ações relacionadas à gestão e custeio de recursos humanos, serviços e demais despesas para o gerenciamento do museu (tais como água, luz, telefone, impostos e material de consumo), bem como a realização de compras e contratações, de atividades organizacionais, de prestação de



contas, manutenção do equilíbrio financeiro e gestão arquivística do museu.

- **Eixo 3 – Financiamento e Fomento:** prevê a elaboração e o desenvolvimento de estratégias para ampliação e diversificação das fontes de recursos, sobretudo financeiros, para as atividades do museu, incluindo elaboração e gestão de projetos de captação de recursos incentivados e não incentivados, junto a pessoas físicas e jurídicas. Este eixo deve estar atrelado ao Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional para potencializar as entradas de recursos oriundas das receitas previstas no Contrato de Gestão (tais como cessão onerosa de espaço, bilheteria, cafés, lojas e afins e Comitê de Patronos) e outras receitas de captação, sempre visando ao menor custo para o usuário final (público do museu) e ao incremento dos recursos repassados pelo Estado, de modo a viabilizar mais e melhores serviços culturais para a população.
- **Eixo 4 – Mobilização e/ou diversificação e/ou fidelização de público:** Elaboração de pesquisas e análises para verificar a capacidade máxima de atendimento do museu e desenvolver estratégias envolvendo todas as áreas técnicas e administrativas para viabilizar a ampliação e/ou diversificação e/ou fidelização do público da Instituição.
- **Eixo 5 - Monitoramento e Avaliação de Resultados:** Indicação de estratégias internas para monitoramento de suas realizações e da implantação do Plano Museológico e demais documentos norteadores, bem como para a avaliação dos resultados alcançados, incluindo a realização de pesquisas que apontem o perfil e a satisfação do público com as exposições, programação cultural e educativa e serviços oferecidos pelo museu, além de indicar novos possíveis caminhos de ação.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

EIXO 1 – PLANO MUSEOLÓGICO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O Museu do Futebol vem, desde sua abertura, investindo no desenvolvimento de processos de planejamento, fruto do interesse da direção do equipamento no aprimoramento organizacional com o objetivo de ampliar potencialidades e gerar ações para o desenvolvimento. É importante ressaltar o histórico dos Planos e Planejamentos estratégicos e Museológicos do Museu do Futebol:

- 2005 – Início do processo de criação do Museu do Futebol, pela Prefeitura Municipal de São Paulo e a Fundação Roberto Marinho)
- 2007 – Planejamento museológico do Museu do Futebol (realizado pela ADM Museologia e Educação). Contratado pela Fundação Roberto



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Marinho, esse planejamento auxiliou na conformação inicial da instituição.

- 29/09/2008 – Abertura pública do Museu do Futebol.
- 2009/2010 – Elaboração do “Plano Museológico - Diagnóstico institucional e linhas de ação” (pela Profa. Dra. e museóloga Maria Cristina Bruno e equipe). Esse documento se mantém, até a presente convocação pública, como a principal base conceitual do Museu, estruturando as linhas de ação e as metas de planejamento para a instituição.
- 2011 e 2012 – Planejamento Estratégico do Museu do Futebol, realizado com apoio de consultoria externa, visou, sobretudo à gestão do contrato de gestão no. 05/2011, vigente de 2011 a 2016.
- 2015 – Planejamento Estratégico do Museu do Futebol, realizado com apoio de consultoria externa especializada em museologia, visou reorganizar setores, revisão de missão, visão e valores do Museu e desafios para a renovação da gestão da instituição a partir de 2016.

Os planos construídos pautaram-se em processos participativos, com o envolvimento de equipes de todas as áreas e também da UPPM. Considerando a existência de plano estratégico desenvolvido em 2015, o objetivo é atualizá-lo para os biênios 2017-2018 e 2019-2020, considerando os impactos das ações realizadas nos anos anteriores e o contexto externo à instituição. A temporalidade de atualização, a cada dois anos, leva em consideração que o cenário cultural, político e econômico no qual o Museu do Futebol se insere, passa por um período delicado, principalmente frente aos contextos orçamentários. Não prevemos, por questões orçamentárias, a contratação de consultorias externas para esse processo de revisão, o que não impede, entretanto, que as equipes esforcem-se para buscar externamente boas práticas de gestão em museus e diálogos com profissionais da área. A realização das pesquisas de perfil de público (Eixo 4) deverá apontar dados para a atualização dos planos estratégicos.

Propomos também atualizar o Plano Museológico do Museu do Futebol no marco dos 10 anos da instituição, contratando consultoria especializada para atuar junto a equipe em ao longo de 2019. A escolha do período visa incluir na renovação do Plano Museológico a discussão realizada, em conjunto com o Comitê Curatorial, para a nova exposição de longa duração do Museu (ver. Programa de Exposições e Programação Cultural). Abaixo, indicamos o cronograma de elaboração e monitoramento dos planos:



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

	2017	2018	2019	2020
Planos Estratégicos	X			X
Plano Museológico			X	
Monitoramento das ações (relatórios semestrais)	X	X	X	X

EIXO 2 - GESTÃO ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA

As estratégias para a gestão administrativa e financeira do IDBrasil para o Museu do Futebol devem estar alinhadas aos desafios colocados à instituição, que ocasionará certamente na revisão de processos técnicos de trabalho que demandarão atenção e acolhida por meio das equipes-meio de modo a viabilizar, com lisura, economicidade e respeito aos processos legais da instituição, ações culturais de máxima qualidade.

O Regulamento de Compras e Contratações e o Manual de Recursos Humanos vigentes já foram aprovados por diferentes órgãos de controle. Os funcionários e prestadores de serviço participam de constantes processos de treinamento e motivação. Para a gestão contábil, o IDBrasil conta com uma assessoria especializada em terceiro setor, Quality Serviços Contábeis, que presta serviço para diversas organizações sociais no Brasil. A sua assessoria jurídica é prestada pelo escritório Rubens Naves, e a gestão de direitos autorais e de imagem conta com consultorias pontuais feitas pelo escritório Cesnik, Salinas e Quintino, especializado em terceiro setor. A auditoria externa tem sido realizada, de 2014 a 2016 pela KPMG e todas as contas da OS foram aprovadas pelos Tribunais de Contas.

Propomos uma linha nova de programas de treinamento, focado na melhoria da qualidade dos serviços ao público prestados pelas equipes terceirizadas de limpeza e segurança. Em 2016 teve início o Projeto Conviver, dentro de um Programa voltado à Consciência Funcional. Desenvolvido pela equipe do Núcleo Educativo, em conjunto com o Núcleo de Recursos Humanos do Museu, o projeto surgiu da constatação da necessidade de treinamento especializados constante dos funcionários terceirizados, que convivem diariamente com os funcionários e públicos do Museu, em razão de sua alta rotatividade. Planejado pela equipe educativa, o Projeto visa aprimorar a qualidade do serviço oferecido aos visitantes do Museu e também o maior engajamento e satisfação dos funcionários terceirizados.

O bem-sucedido início do projeto motivou sua inclusão permanente no Programa de Gestão Executiva, Governança e Transparência. Esta proposta



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

a realização de 4 encontros por ano com os funcionários terceirizados, no qual os educadores buscarão conhecer, dialogar e sensibilizar essas equipes para o seu papel na dinâmica do atendimento e dos serviços oferecidos ao público no Museu do Futebol.

Além dos documentos previstos na Cláusula 2ª do Contrato de Gestão, o IDBrasil encaminhará os seguintes documentos, conforme periodicidade indicada abaixo:

- Relatório Trimestral de Atividades do 1º, 2º e 3º trimestres de cada ano, aprovado e encaminhado pelo Conselho de Administração da OS (nos termos do Artigo 4º, item VIII da Lei Complementar Estadual nº 846/1998), contendo o comparativo das metas previstas x realizadas, e os seguintes documentos anexos (a serem elaborados conforme procedimento operacional parametrizado da SEC):
 - Anexos Administrativos do Relatório Trimestral
 - Relatório Gerencial de Acompanhamento da Execução Orçamentária - Previsto x Realizado (MODELO SEC)
 - Relatório Sintético de Recursos Humanos (MODELO SEC).
 - Relatório de Captação de Recursos (MODELO SEC).
 - Balancete Contábil (REFERÊNCIA: NBC).
 - Declaração assinada pelos representantes legais da entidade atestando recolhimento no prazo correto dos impostos e encargos trabalhistas referentes a pagamentos efetuados para PJ (pessoas jurídicas) e PF (pessoas físicas), assim como das contas de utilidades públicas, sem multas
 - Certidão dos membros do Conselho Administrativo e Fiscal com início e término do mandato e data da reunião da nomeação (Semestral)
 - Relatório de Atividades de Organização do Arquivo, em atendimento às orientações da CADA máximo 2 páginas (semestral)
 - Relação de convênios e parcerias firmadas no período, nacionais e internacionais (semestral)
 - Descritivo qualitativo das ações realizadas de formação, capacitação e especialização das equipes – máximo 2 páginas (semestral)
 - Relatório Anual de Atividades, com as informações referentes ao 4º trimestre e o consolidado das realizações do ano anterior, aprovado e encaminhado pelo Conselho de Administração da OS (nos termos do Artigo 4º, item VIII da Lei Complementar Estadual nº 846/1998), contendo o comparativo das metas previstas x realizadas, e os seguintes documentos anexos (a serem elaborados conforme procedimento operacional parametrizado da SEC):
 - Anexos Administrativos do Relatório Anual
 - Relatório Gerencial de Orçamento Previsto x Realizado (MODELO SEC)
 - Relatório Sintético de Recursos Humanos (MODELO SEC)
 - Relatório Analítico de Recursos Humanos (MODELO SEC)



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- Relatório de Captação de Recursos (MODELO SEC)
- Relatório de gastos mensais com água, energia elétrica, gás, telefone e internet (MODELO SEC)
- Normas e Procedimentos de Atendimento ao Público, com Tabela de Valores da Cessão Onerosa dos Espaços e da Bilheteria, ambas com os indicativos dos descontos e gratuidade (vigentes no exercício anterior)
- Declaração assinada pelos representantes legais da Entidade atestando recolhimento no prazo correto dos impostos e encargos trabalhistas referentes a pagamentos efetuados para PJ (pessoas jurídicas) e PF (pessoas físicas), assim como das contas de utilidades públicas, sem multas
- Posição dos Índices do Período: Liquidez seca (AC/PC); Receitas Totais / Despesas Totais, assinadas pelos representantes legais da Entidade
- Certidão conjunta negativa de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, que inclui débitos às contribuições previdenciárias e às de terceiros www.receita.fazenda.gov.br
- Comprovante de inscrição e situação cadastral - CNPJ. www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/CNPJ/cnpjreva
- Certificado de regularidade do FGTS - CRF. <https://www.sifge.caixa.gov.br/Cidadao/Crf/FgeCfSCriteriosPesquisa.asp>
- Certidão negativa de débitos tributários da dívida ativa do Estado de São Paulo - www.dividaativa.pge.sp.gov.br
- Certidão de tributos mobiliários - http://www3.prefeitura.sp.gov.br/SF8576_CERT_INTERNET/EmitirCertidaoCCM.aspx Certificado do CADIN Estadual - https://www.fazenda.sp.gov.br/cadin_estadual/pages/publ/cadin.aspx
- Relação de apenados do TCE - <http://www4.tce.sp.gov.br/consulta-apanados>
- Sanções administrativas - www.sancoes.sp.gov.br
- Certificado de regularidade cadastral de entidades - CRCE - www.cadastrodeentidades.sp.gov.br
- Certidão negativa de débitos trabalhistas - CNDT - www.tst.jus.br/certidao
- Demais anexos previstos nas Instruções Normativas do TCE.
- Regulamento de aquisições de bens e contratações de obras e serviços com recursos do Contrato de Gestão, devidamente publicado no DOE
- Cópia das atas de reuniões do Conselho de Administração, devidamente registradas, que abordem assuntos relacionados ao Contrato de Gestão
- Manual de Recursos Humanos.

EIXO 3 – FINANCIAMENTO E FOMENTO



As principais fontes de geração de receita para o Museu do Futebol são, desde a abertura: bilheteria, cessão onerosa de espaços e o desenvolvimento de projetos para patrocínios, permutas e doações. Diante dos desafios orçamentários para a sustentabilidade da instituição, descrevemos abaixo as estratégias para ampliar e diversificar as fontes de receita:

a) Diversificação da programação cultural, cursos e workshops, a partir da cobrança de taxa de inscrição e/ou ingresso diferenciado

Objetivo: oferecer atividades culturais a públicos diversificados, a partir dos conteúdos e acervo do Museu, com cobrança de ingresso e/ou taxa de inscrição, de modo a viabilizar o aprimoramento da programação, atrair novos públicos e gerar receitas financeiras. Todas as atividades listadas abaixo ainda passarão por estudos de mercado para a precificação adequada.

- a.1) Workshops para gestão de direitos autorais e de imagem, gestão de patrimônio intangível e salvaguarda digital, descritos no Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa;
- a.2) Curso "Futebol no mundo das artes", meta condicionada a captação de recursos descrita no Descritivo Resumido do Programa de Exposições e Programação Cultural;
- a.3) Programa "Uma noite no Museu", meta condicionada a captação de recursos descrita no Programa de Exposições e Programação Cultural.

b) Criação e implantação do Plano para melhoria dos resultados da cessão onerosa dos espaços (Auditório, Foyer, Visitas exclusivas, etc)

O Museu do Futebol foi concebido e planejado para que seus espaços (auditório, foyer, sala Osmar Santos e visitas exclusivas à exposição) pudessem ser oferecidos a diferentes empresas e produtores interessados em realizar eventos. A locação dessas áreas correspondeu, desde a abertura do Museu, a um importante percentual do total de receitas financeiras do equipamento. Essa atividade, entretanto, vem apresentando, desde 2015, uma queda em seus resultados, provavelmente relacionada com a crise econômica atual no país. Trata-se, portanto, de um momento importante para reavaliação de procedimentos, critérios e estratégias de prospecção de clientes interessados na locação dos espaços do Museu. O Plano visa diagnosticar os produtos, serviços oferecidos pelo Museu,



comparar com o mercado e direcionar esforços para a melhoria no índice de resultados dessa fonte de receitas.

Dentre outras ações, esse Plano visará discorrer sobre:

- diagnóstico do atendimento comercial, infraestrutura e regras atuais que balizam a locação dos espaços;
- realização de pesquisa de mercado com vistas à adequação da tabela de preços e benefícios de locação, incluindo, por exemplo, combos promocionais a clientes que se fidelizarem;
- adoção de processos mais comerciais na atual equipe responsável pela gestão dos espaços, com ferramentas de email marketing, telefonemas, visitas a clientes, presença em feiras e demais espaços de relacionamento;
- viabilização de melhorias na infraestrutura dos espaços, da atualização dos recursos tecnológicos oferecidos, a partir dos resultados e da experiência acumulada no Museu;
- criação de ferramentas de avaliação de satisfação dos clientes pós-evento;
- criação e controle de banco de dados para prospecção de novos clientes;
- estabelecimento de metas claras para o montante de recursos desejados por meio da locação dos espaços, em sinergia com a programação cultural proposta para o Museu do Futebol, de modo a não gerar impactos nas atividades culturais;
- criação de processos de trabalho que busquem a sinergia entre essa atividade do Museu e a área de captação de recursos e relacionamento com parceiros.

Estudo de viabilidade para cessão onerosa do acervo digital do Museu a terceiros

O Museu, por meio do seu Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), reuniu a partir de pesquisa e ações de digitalização, um importante conjunto de coleções sobre diferentes temas relacionados ao futebol: colecionadores, futebol feminino, futebol amador, dentre outros. O número de itens digitais do acervo constitui-se um ativo que pode ser comercializado, caso a legislação a respeito de direitos autorais, de imagem e direitos conexos permitam. Com o intuito de abrir uma nova fonte de receita para a instituição, consta uma meta de estudo da viabilidade de uma política de cobrança de direitos de uso e reprodução de acervos no Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa.



c) Ampliação do número de projetos inscritos em Leis de Incentivo e editais

Visando a diversificação das possibilidades de captação de recursos via projetos, propomos ampliar, no novo período de gestão de 2 para 3 o mínimo de projetos inscritos em Leis de Incentivo e editais. Em linhas gerais almejamos inscrever, sempre que possível, planos anuais nas leis federal (Lei Rouanet) e estadual (Proac), e pelo menos um projeto em Lei de incentivo ao Esporte (Estadual e/ou Federal), além da busca constante de editais e prêmios, nacionais e internacionais. No Programa de Exposições e Programação Cultural descrevemos dois projetos planejados para as leis do esporte, descritos como Metas Condicionadas.

d) Criação de Programa de doadores Pessoas Físicas

No Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional é apresentada uma meta para o ano de 2017 que visa a implantação de um programa de doadores Pessoas Físicas. Inédito no Museu, o programa terá como foco a mobilização de agentes esportivos, jogadores e ex-jogadores de futebol e empresários que queiram se associar ao Museu mobilizados pela paixão pelo esporte.

Ampliação de permutas

Uma das possibilidades para a sustentabilidade financeira da instituição é a negociação de permutas de serviços e materiais com o objetivo de desonerar custos contínuos da instituição, tais como: materiais de banheiro, impressão de ingressos, uniformes, folheteria, dentre outros. O Museu obteve permutas com empresas patrocinadoras e apoiadoras da implantação do equipamento, como Cielo (ingressos), e posteriormente com Kimberly Clark (materiais de banheiros), TAM (passagens aéreas) e Adidas (uniformes). As metas para a ampliação das permutas estão descritas no Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

Financiamento e Fomento: estratégias atuais e a serem implantadas	% de captação em relação ao total do repasse				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ações desenvolvidas/ano	17,18%	22,03%	23,71%	28,69%	30,69%
Bilheteria/Cessão Onerosa /Projetos patrocinados/Doações/permutas	X	X	X	X	X



patrocinados/Doações/permutas					
Eventos da programação cultural com ingresso diferenciado		x	x	x	x
Programa de Doação Pessoa Física			x	x	x
Cessão onerosa de direitos de uso e de reprodução de acervos			x	x	x

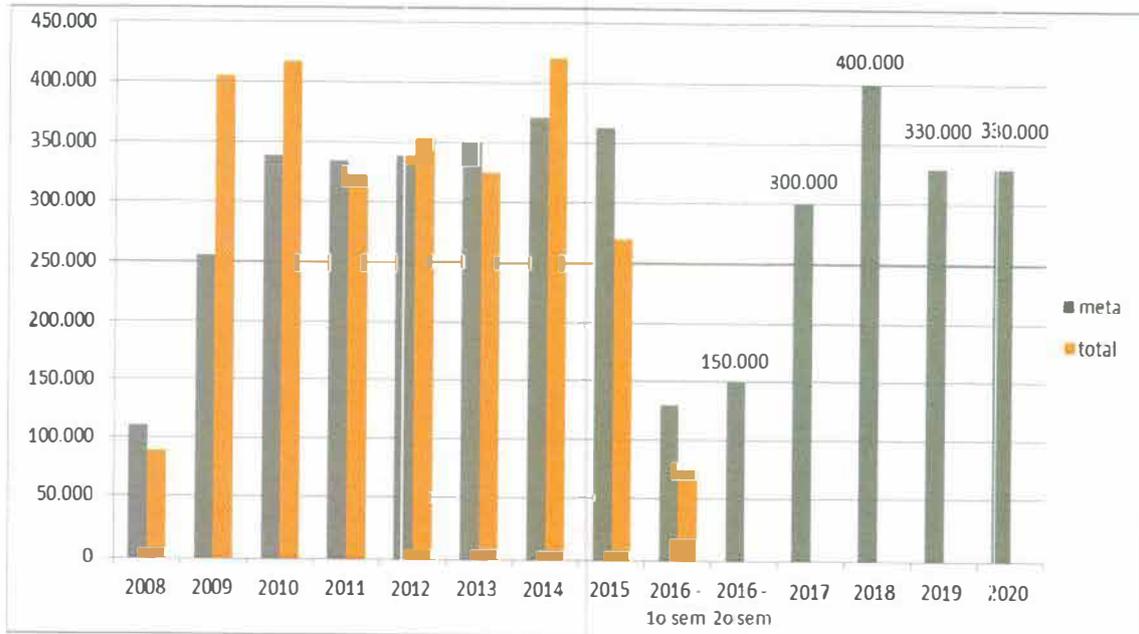
EIXO 4 – MOBILIZAÇÃO E/OU DIVERSIFICAÇÃO E/OU FIDELIZAÇÃO DE PÚBLICO

O Museu do Futebol consolidou-se, desde a abertura, como um dos museus mais visitados do estado de São Paulo. Em 2015, no entanto, após a Copa do Mundo de 2014 e devido ao contexto extraordinário de orçamento e rompimento de programas importantes, como a Cultura é Currículo, promovido pela Fundação para o Desenvolvimento da Educação - FDE, há a sinalização da queda de público. Manter o alto índice de visitação torna-se, portanto, um dos desafios ao novo período de gestão. Propomos alcançar, no próximo período, metas de visitantes que seguem a série histórica do Museu, considerando como pico de visitação o ano de 2018 devido à Copa do Mundo. Compreendemos que a atração de visitantes é resultado de um conjunto de fatores: em primeiro lugar a qualidade e diversidade da oferta de programação e exposições, aliada a um plano eficaz de divulgação e excelente atendimento ao público. Contudo, é preciso criar parâmetros para conhecer, monitorar e avaliar a participação e satisfação dos públicos, de modo a, a partir da atuação integrada de diferentes setores do Museu do Futebol, melhorar os resultados de visitação.

O gráfico abaixo mostra a série histórica do Museu e as metas propostas para o próximo período em comparação com a série:



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO





Como estratégias de mobilização, diversificação e fidelização de públicos propomos:

a) Pesquisas de perfil e satisfação de públicos, quantitativa e qualitativa

Com o objetivo de conhecer o perfil e avaliar a satisfação dos diferentes públicos das ações do Museu, propomos a realização de três pesquisas, bienais, com metodologia quantitativa: em 2016, 2018 e 2020. Além disso, em todo o período daremos continuidade ao totem eletrônico para medição de satisfação e as pesquisas do público oriundo do agendamento para visitas educativas. De modo a contemplar todos os públicos do Museu, tornaremos sistemática a pesquisa de satisfação nas ações de programação cultural e implantaremos pesquisa de perfil e satisfação aos visitantes exclusivos do Centro de Referência do Futebol Brasileiro e pesquisa eletrônica no site de consulta pública ao Banco de Dados do Museu.

Considerando que, em 2018, o Museu completará 10 anos, propõe-se como projeto inédito na instituição e ação rara no meio dos museus brasileiros a realização de uma pesquisa qualitativa de avaliação da recepção, interesses e interpretações que o público tem do Museu do Futebol. A pesquisa visa ao levantamento de dados e análise em torno de três questões principais, abaixo relacionadas:

1. Avaliação do uso público do Museu do Futebol – o que o público pensa do Museu?

A pesquisa deve visar a compreensão e sistematização da visão que o público frequentador tem do Museu, qual a imagem que a instituição transmite ao visitante.

2. Avaliação da exposição de longa duração – como o público visita a exposição? Como se comporta entre o momento de chegada à Praça Charles Miller até a saída?¹

¹ No que se refere a essa proposta, vale ressaltar que, em 2016, a atual Diretora Técnica do Museu do Futebol, Daniela Alfonsi, concluirá sua tese de Doutorado, na Universidade de São Paulo, que versa sobre um estudo etnográfico em museus e memoriais esportivos no Brasil, tendo foco principal a sua experiência no Museu do Futebol desde a abertura, em 2008. Os resultados dessa tese, desenvolvida a partir da perspectiva antropológica, também contribuirão para o desenho e resultados esperados com essa ação.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- a) estudo do uso dos aparatos expositivos e percursos realizados (análise dos percursos e usos das interações, tempo de permanência em cada sala etc) e/ou da *etnografia*.
 - b) Estudo da compreensão dos conceitos/conteúdos expositivos (possibilidades de aprendizagem).
3. Renovação da exposição de longa duração - o que o público deseja ver no Museu?
Levantamento de expectativas e compreensões para a renovação da exposição com diferentes perfis de públicos (famílias, boleiros e não boleiros, professores, turistas, estudantes, estrangeiros etc.)

O quadro abaixo sintetiza as estratégias de pesquisa realizadas conforme o tipo de público propostas para o período:

	2016	2017	2018	2019	2020
Pesquisa de satisfação - Totem eletrônico	x	x	x	x	x
Pesquisa de perfil e satisfação - Método quantitativo	x		x		x
Pesquisa qualitativa: avaliação da exposição e da imagem do Museu do Futebol		x			
Pesquisa com público agendado (Educativo)	x	x	x	x	x
Pesquisa de perfil e satisfação do público exclusivo do CRFB	x	x	x	x	x
Pesquisa de perfil e satisfação do público virtual do banco de dados			x	x	x
Pesquisa de perfil e satisfação do público da Programação Cultural (ações no Auditório, Foyer, Praça Charles Miller, etc)	x	x	x	x	x

b) Atividades educativas, culturais e de pesquisa com o entorno (Praça Charles Miller e bairro do Pacaembu)

Desde o início de 2016, temos buscado estreitar relações com os moradores do bairro do Pacaembu, composto por 2.600 domicílios. A primeira aproximação foi com a Associação de moradores Viva Pacaembu para São Paulo, que realizou, em abril de 2016, o evento de aniversário de 25 anos de tombamento do bairro. A mesma associação tem buscado a articulação para a criação de um Comitê Gestor da Praça Charles Miller, no qual já se



acordou a participação de um representante do Museu e do Estádio. O novo período apostará em ações de programação cultural que mobilize os moradores do bairro e atraia famílias para a o complexo Praça-Estádio-Museu.

c) Busca ativa por novas parcerias para agendamento de grupos para visitas

O público agendado em serviço educativo tem capacidade para atender a 270.000 pessoas no período do novo contrato. A meta mínima, estabelecida no Programa Educativo, é de 109.300, 40% da capacidade. Somente a busca ativa por parcerias que tragam públicos mediante agendamento possibilitará superar o mínimo estabelecido no Plano, sendo uma importante estratégia de mobilização de públicos.

d) Conceber e implantar política de concessão de gratuidades e descontos para ingressos visando fidelização de públicos

Visando atrair novos visitantes e facilitar a fidelização dos que já conheceram o Museu, propomos a concepção e implantação de uma política para benefícios (cessões e descontos) relacionados ao ingresso. Farão parte desse plano, dentre outras ações, a criação de pacotes e parcerias com instituições conforme abaixo:

- *combo família* (preço especial para famílias que visitam o Museu aos domingos e feriados);
- *voucher* para estudantes de escolas públicas, que visitam o Museu a partir da escola, trazerem sua família (exemplo trazido do MAR - Museu de Arte do Rio);
- *campanhas junto aos sócios-torcedores dos clubes* (criar um modelo de negócio com as agências que regulam a venda das carteirinhas de sócios-torcedores de modo a oferecer benefícios aos novos e atuais associados);
- campanhas com a Federação Paulista de Futebol, organizadora do Campeonato Paulista e outros torneios no Estado de São Paulo (mediante descontos no Museu a quem apresentar os ingressos dos jogos, tal como realizado durante 2 anos no Museu do Futebol);
- gratuidade a quem visitar o Museu faltando 15 dias para a abertura de uma nova exposição, de modo a incentivar o retorno desse público para uma nova atração do Museu que será inaugurada em um breve período (exemplo trazido do ICA - Instituto de Arte Contemporânea de Boston, MA);



- promoções em datas comemorativas (dia das mães, pais, crianças, etc);
- definição de calendário anual de dias gratuitos, relacionados a datas comemorativas (por exemplo, aniversário do Museu do Futebol), de modo a organizar as estratégias de divulgação para a imprensa.

Consta do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, estratégias que visam divulgar amplamente os diferentes benefícios propostos por esse plano, cujos resultados serão monitorados a partir dos dados colhidos na Bilheteria do Museu.

EIXO 5 - MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

Como forma de contribuir para processos de gestão participativos, transversais e com foco em resultados pertinentes à missão institucional, apresentamos nesse Eixo, as estratégias para o monitoramento e avaliação da gestão museológica.

a) Conceber e implantar ferramentas para avaliação qualitativa das ações museológicas (processos e resultados)

Compreendemos como parte importante de um Programa de Gestão, Governança e Transparência a avaliação dos processos de trabalho internos e dos resultados das ações destinadas ao público, tais como: exposições, visitas e atividades educativas, pesquisas, base de dados e atendimento em geral. A proposta é criar, em 2018, juntamente com a atualização do Plano Museológico, uma ferramenta de avaliação qualitativa de tais processos e resultados do ponto de vista interno. Tal ferramenta estará em consonância com os esforços da SEC junto aos Comitês de Educação, Acervo e Indicadores, especialmente esse último, cujo foco é a criação de indicadores de qualidade para a área da cultura. Essa nova proposta tem, portanto, um duplo objetivo: por um lado melhorar os processos e resultados da gestão do Museu, nos diferentes níveis e competências funcionais; e, por outro, colaborar para a Diretriz 2 da UPPM apontada na página 25 do Termo de Referência do edital.

b) Apresentar resultados de programas e projetos museológicos de forma clara nos sites institucionais (IDBrasil e Museu do Futebol), além do envio por email a parceiros e interlocutores de diferentes áreas.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

A meta, constante do Programa de Comunicação, propõe publicização dos resultados anuais do Museu, por meio de Relatório de Gestão e/ou outras publicações) nos sites institucionais, além do envio personalizado a parceiros e interlocutores de diferentes áreas. Almeja-se criar mecanismos de garantir a transparência das informações, engajar esse público para torna-los replicadores dos resultados da instituição, criando um círculo virtuoso de formação de públicos e novas parcerias.

c) Participar ativamente dos Comitês e instâncias de discussão dos órgãos museológicos e patrimônio (ICOM, IBRAM, IPHAN etc)

Um dos desafios posto pela SEC para o novo período de Contrato é propiciar maior visibilidade do Museu do Futebol junto à área museológica, dado o ineditismo de sua proposta de trabalho com acervos digitais e pesquisa com referências patrimoniais. Soma-se a essa característica o pioneirismo na área de acessibilidade e nas ações educativas inclusivas. Assim, o novo Programa de Gestão, Governança e Transparência visa ao comprometimento em meta da participação de funcionários do Museu em diferentes instâncias de discussão na área museológica, de modo a aumentar a presença institucional nesses órgãos, fomentando a troca de experiências, a formação das equipes e a articulação entre instituições e museus.

d) Elaborar Cartilha para acolhimento de novos funcionários/estagiários/Jovens Aprendizes

Com o objetivo de propiciar melhor integração entre equipes, engajamento dos colaboradores e compreensão sobre a gestão do Museu, zelando pelo princípio de transparência e governança, propõe-se elaborar uma cartilha de acolhimento de novos funcionários, estagiários e aprendizes (a ser distribuída também para os membros atuais das equipes) com informações básicas do modelo de gestão, missão, visão e valores do Museu, organograma e atribuições principais de cada setor e boas práticas de conduta.

e) Apresentar e avaliar os resultados do ano e do Plano de Trabalho do exercício seguinte com os colaboradores internos do Museu do Futebol

Com o objetivo de consolidar rotinas organizacionais que contribuam para a transparência da gestão e para a participação de diferentes instâncias no planejamento das ações, introduzimos na proposta deste Plano a meta de apresentação e avaliação de resultados para o público interno.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

f) Realizar pesquisa de Clima organizacional (meta condicionada)

Realizar pesquisa de Clima para dar subsídios, entre outras ações, a um sistema de avaliação de processos e resultados do trabalho empreendido por diferentes áreas no Museu. Vale lembrar que houve uma pesquisa de Clima Organizacional no ano de 2009, ainda no primeiro contrato de gestão, que apontou para necessidades de melhorias de processos, em especial nas lideranças, além de trazer o retorno, bastante positivo à instituição, do alto índice de motivação dos colaboradores do Museu. Em razão das alterações ocorridas na gestão da OS nos últimos anos e, frente a novos desafios postos ao novo contrato, o objetivo a longo prazo é consolidar a prática da avaliação de processos e resultados, e avaliar esse processo, dentre outras possibilidade, por meio de uma pesquisa a ser realizada em 2019, sobre clima organizacional, condicionada à captação adicional de recursos.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS EXCLUSIVAMENTE DO PROGRAMA:

Por ser um Programa de Gestão, envolvendo diferentes áreas e atividades do Museu do Futebol, participam e responsabilizam-se pelas ações e resultados:

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Diretor Executiva do IDBrasil	Graduado em Economia e Arquitetura
1	Diretora Administrativo-Financeira	Graduada em Engenharia de Produção e mestre em Ciências Contábeis e Atuariais
1	Diretor de Operações e Infra-Estrutura	Graduação superior em Ciências Humanas com experiência na área de Gestão de risco, infraestrutura, programa de manutenção, segurança preditiva - patrimonial
1	Diretor Técnico do Museu do Futebol	Graduada em Ciências Sociais, mestre em Antropologia Social. Em tese de doutoramento, pesquisa e analisa os museus e memoriais esportivos do Brasil, com experiência na América Latina (Argentina e Uruguai) e Europa (Reino Unido)
1	Coordenador de Comunicação e Desenvolvimento	Graduação em Curso Superior em Administração/Economia



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

	Institucional	
1	Coordenador Administrativo-Financeiro	Graduação em Curso Superior em Ciências Humanas e experiência na área financeira, contábil, compras e contratos
1	Coordenador de Gestão de Recursos Humanos	Graduação em Curso Superior de Economia e especialização em Recursos Humanos
1	Coordenador de Exposições e Programação Cultural	Graduação em Curso Superior em Ciências Humanas
1	Coordenador do Centro de Referência do Futebol Brasileiro	Graduação em Curso Superior em Ciências Humanas e Sociais ou Técnicas Correlatas
Quantidade	Cargo	Perfil
1	Coordenador do Educativo	Graduação em Curso Superior em Ciências Humanas
1	Assistente de Relações Institucionais	Graduação em Curso Superior em andamento nas áreas de Administração, Marketing/Relações Públicas

Para a gestão administrativa, especialmente no cumprimento das rotinas e obrigações contratuais, a equipe compõe-se de:

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Coordenador Administrativo-Financeiro	Graduação em Curso Superior e experiência na área financeira, contábil, compras e contratos
1	Coordenador de Gestão de Recursos Humanos	Graduação em Curso Superior de Economia e especialização em Recursos Humanos
1	Analista Administrativo	Graduação em curso superior em Administração, Ciências Contábeis ou correlatas
3	Assistente Técnico Administrativo-Financeiro	Graduação em Curso Superior em Administração, Ciências Contábeis ou Correlatos
3	Bilheteiras	Ensino Médio Completo
1	Supervisor de Bilheteria	Ensino Médio Completo -



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

		Superior em andamento Administração, Ciências Contábeis ou Correlatos
1	Copeira	Ensino Fundamental
1	Mensageiro	Ensino Fundamental

IV) PÚBLICO ALVO: visitantes, públicos de relacionamento e usuários em geral.

V) ROTINAS E OBRIGAÇÕES CONTRATUAIS DO PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

- Executar e atualizar periodicamente o plano museológico/planejamento estratégico do museu, submetendo-o à aprovação do Conselho de Administração e da SEC.
- Manter vigentes todas as condições de qualificação, celebração e avaliação do Contrato de Gestão. Enviar lista de conselheiros e diretores atualizada, certidões negativas e demais comprovações e demonstrativos previstos na legislação.
- Gerenciar o museu atendendo com rigor aos requisitos de transparência, economicidade e agilidade gerencial, apoiados em um qualificado sistema de gestão integrado.
- Desenvolver planejamento e ações de financiamento e fomento que possibilitem uma gestão com diversificadas fontes de recursos e a fidelização de apoiadores e patrocinadores.
- Manter atualizados e adequados o Manual de Recursos Humanos e o Regulamento de Compras e Contratações, submetendo à prévia aprovação do Conselho da OS e da SEC, propostas de alteração e atualização.
- Manter gastos com pessoal e com diretoria até os limites estabelecidos no Anexo III do Contrato de Gestão. Apresentar informação anual dos índices de gastos praticados no período.
- Cumprir a regularidade de entregas de relatórios, certidões e documentos, conforme prazos estabelecidos e modelos fornecidos nos Procedimentos Operacionais Parametrizados – POP (POP_RPT_2013 e POP_RPA_2013).
- Manter Sistema de Gestão Interno dotado de estrutura organizacional, sistemas administrativos e operacionais, recursos humanos, controle de patrimônio, controladoria, comunicação, regulamento de compras, plano de cargos e salários e controle de custos.
- Manter o equilíbrio econômico-financeiro durante toda a vigência do Contrato de Gestão. Manter a capacidade de Liquidação das Dívidas de Curto Prazo. Controlar a capacidade de pagamento das despesas (receitas totais x despesas totais). Apresentar demonstrativo dos



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

índices e cálculo trimestralmente (para acompanhamento) e anualmente (para avaliação).

- Manter o museu associado ao ICOM Brasil (Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus), e utilizar as três associações profissionais a que membro institucional tem direito para ter funcionários do museu participando ativamente de comitês temáticos do ICOM.
- Cumprir a regularidade e os prazos de entrega dos documentos indicados no Anexo "Cronograma de Entrega de Documentos das OSs de Museus".
- Atualizar a relação de documentos de arquivo a partir da aplicação da Tabela de Temporalidade e do Plano de Classificação, conforme legislação vigente.
- Elaborar relação de documentos para eliminação, com base na Tabela de Temporalidade (Entrega de uma cópia ao CADA junto com o relatório do 4º trimestre).
- Realizar a ordenação e o registro das séries documentais, conforme o Plano de Classificação e Tabela de Temporalidade.
- Manter site da Organização Social e dos objetos contratuais atualizados, seja no concernente à programação cultural, seja com relação aos itens de prestação de contas e compras e contratações, à luz dos itens verificados pela Unidade de Monitoramento em seu Índice de Transparência.
- Enviar anualmente relatos das ações envolvendo o Eixo 1 e, semestralmente, relatos das ações envolvendo os eixos 3, 4 e 5.



2. PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Salvar e desenvolver o patrimônio museológico, arquivístico [quando for o caso] e bibliográfico [quando for o caso] dos museus da SEC, para que os mesmos sejam preservados, valorizados e disponibilizados no presente e para as gerações futuras;
- Assegurar a conservação e preservação dos acervos museológico, arquivístico e bibliográfico, por meio de plano de conservação com ações preventivas e corretivas.
- Garantir recursos financeiros para as atividades de preservação, pesquisa e disponibilização dos acervos (contratação de serviços próprios e/ou de terceiros e compra de materiais);
- Prover recursos humanos especializados e capacitados para as atividades de preservação, pesquisa e disponibilização dos acervos;
- Adotar critérios e procedimentos baseados em normas internacionais para gestão dos acervos e nas diretrizes construídas pela UPPM;
- Manter inventário e todos os tipos de registros atualizados dos objetos sob guarda permanente e/ou temporária (empréstimo/comodato);
- Manter procedimentos e registros atualizados de movimentação e uso dos objetos;
- Promover higienização e ações de conservação dos acervos e/ou tratamento adequado de itens digitais e suportes de patrimônio imaterial;
- Garantir e ampliar a pesquisa e a disponibilização (levantamento e registro de informações) dos acervos da instituição;
- Realizar estudos, pareceres e outras ações para ampliação qualificada do acervo, estabelecendo ajustes com o Poder Público e a iniciativa privada para aquisição de acervos relevantes para o patrimônio cultural do Estado;
- Articular as ações realizadas, constituindo um centro de pesquisa e referência que amplie as possibilidades de produção e difusão de conhecimento, e de interação do público com as temáticas do acervo, atento às questões da Museologia contemporânea.
- Rotinas da área de tecnologia do Museu do Futebol: Atualizar softwares administrativos, equipamentos de rede e realizar manutenção de telefonia fixa e rádios comunicadores do Museu do Futebol



II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

OBJETIVOS E AÇÕES PARA O PERÍODO 2016-2020

Buscando atender aos desafios postos ao Museu do Futebol para o período de 2016 a 2020, em especial no que se refere à apropriação interna e externa do Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB e ao protagonismo museológico do Museu no tratamento do patrimônio imaterial, elencamos, a partir do Termo de Referência para a gestão do Museu do Futebol publicado na convocação pública, sete objetivos que norteiam as estratégias e ações propostas no novo período de gestão:

- 1) Consolidar proposta de Política de Acervo do Museu do Futebol, aprofundando as questões relativas ao patrimônio material e imaterial do futebol e ao papel do Centro de Referência do Futebol Brasileiro na estrutura da instituição e para a sociedade.
- 2) Estabelecer-se de modo ainda mais efetivo como referência no campo museológico no âmbito do patrimônio imaterial e nas problematizações sobre preservação de acervos digitais, relacionado ao futebol como manifestação cultural e na mobilização de público para o Centro de Referência do Futebol Brasileiro.
- 3) Contribuir com as instâncias da SEC (UPPM, Conselho de Orientação e Comitê de Acervo), nas discussões que se referem à preservação digital e gestão de direitos autorais e de imagem.
- 4) Apresentar ações para formação técnica básica para pessoas que possuam acervos ligados ao tema e/ou profissionais de museus, centros de memória e instituições afins
- 5) Apresentar estratégias para fidelização e mobilização de novos públicos que acessem o CRFB.
- 6) Ampliar as linhas de ação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro.
- 7) Integrar os dados do Centro de Referência do Futebol Brasileiro ao Sistema de Gestão de Acervos da Secretaria da Cultura vigente no momento da integração.

Objetivo: 1) Consolidar proposta de Política de Acervo do Museu do Futebol, aprofundando as questões relativas ao patrimônio material e imaterial do futebol e ao papel do Centro de Referência do Futebol Brasileiro na estrutura da instituição e para a sociedade.

Ações propostas

2º semestre de 2016

- 1.1) Finalizar e apresentar à SEC, para discussão, a Política de Acervo do Museu do Futebol.
- 1.2) Indicar nomes à SEC para a criação do Conselho de Orientação Cultural (COC) do Museu do Futebol, dedicado ao aconselhamento



e deliberações das questões relacionadas ao acervo e sua extroversão (programação cultural e exposições).

2017

1.3) Validar junto ao COC a Política de Acervo do Museu do Futebol (ação condicionada à constituição do COC pela Secretaria de Cultura).

1.44) Publicar no site do Museu e divulgar amplamente a Política de Acervo para o público interno e externo.

1.5) Promover evento no Museu do Futebol para apresentação pública da Política, com convidados especialistas (em museus e na área esportiva).

Objetivo: 2) Estabelecer-se de modo ainda mais efetivo como referência no campo museológico no âmbito do patrimônio imaterial e nas problematizações sobre preservação de acervos digitais, relacionado ao futebol como manifestação cultural e na mobilização de público para o Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

Ações propostas

2016-2020

2.1) Participação ativa da equipe do Núcleo do CRFB e da Direção Técnica do Museu do Futebol em eventos, seminários e congressos da área de patrimônio e museus, incluindo comitês técnicos do ICOM.

2.2) Publicar artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo no site do Museu do Futebol: 2016: 2 artigos; 2017: 8 artigos; 2018: 10 artigos; 2019: 10 artigos; 2020: 10 artigos.

2.3) Publicar artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo do MF em sites de terceiros e/ou publicações científicas: 2016: 1 artigo; 2017: 2 artigos; 2018: 2 artigos; 2019: 2 artigos; 2020: 2 artigos.



Ano	Textos no site do MF	Artigos submetidos a sites de terceiros e outras publicações	Total de publicações
2016	2	1	3
2017	8	1	9
2018	10	2	12
2019	10	2	12
2020	10	2	12
Total	40	10	48

Objetivo 3) Contribuir com as instâncias da SEC (UPPM, Conselho de Orientação e Comitê de Acervo), nas discussões que se referem à preservação digital e gestão de direitos autorais e de imagem.

Ações propostas

2016-2020

3.1) Manter a participação ativa da equipe do Núcleo do CRFB nos comitês relacionados à Gestão de Acervo e Bibliotecas

2017

3.2) Promover, no Comitê de Política de Acervos, seminário sobre gestão de direitos autorais e de imagem no universo da Internet.

Objetivo 4) Apresentar ações para formação técnica básica para pessoas que possuam acervos ligados ao tema e/ou profissionais de museus, centros de memória e instituições afins

Ações propostas

2017-2020

4.1) Organizar e realizar Workshops técnicos, ministrados pela equipe do CRFB e especialistas convidados.

Com o objetivo de manter a qualidade das ações e possibilitar a geração de receitas ao Museu, estuda-se a possibilidade de cobrar taxa de inscrição aos participantes dos workshops.

Os workshops podem ser presenciais e/ou aplicados em plataformas de ensino à distância, visando ampliar potencial de público.

Em linhas gerais, os temas dos workshops serão:

4.1.1) Preservação de Acervos Digitais e Gestão de Direitos Autorais



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Criação e gestão de coleções nato-digitais e itens digitalizados: formatos de arquivos, rotinas de backup, formas de organização digital, desafio da superação da obsolescência de softwares para esses itens, formas de catalogação e recuperação de informações.

Objetiva-se, igualmente, discutir o papel do ambiente da internet nesse contexto, englobando questões como o compartilhamento e divulgação on-line dos acervos digitais - que ocorre em via de mão dupla: o museu compartilha com a sociedade e a sociedade compartilha com o museu. Considera-se como ponto fundamental abordar a Gestão dos Direitos Autorais aplicado a esse tipo de acervo, fomentando a troca de experiências em busca da adoção de parâmetros que possam ser utilizados pelas instituições museais.

4.1.2) Metodologias de pesquisa para mapeamento de referências patrimoniais

Introdução de profissionais/pesquisadores de museus, centros de memória e instituições afins ao universo de metodologias de pesquisa, especialmente a *etnografia* e *história oral*. A partir do caso do CRFB discutir a necessidade da criação de instrumentais flexíveis, do uso do caderno de campo, do estabelecimento de relações com os pesquisados e as formas de registro para criação de inventários e banco de dados. Discussão dos conceitos de referências patrimoniais e sua aplicação no Museu do Futebol.

Ano	N. de workshops	Número máximo de vagas (25 por ação)	Público mínimo (10 por ação)
2017	2	50	20
2018	4	100	40
2019	4	100	40
2020	4	100	40
Total	14	350	140



2017

4.2) Elaborar e publicar, no site do Museu, o “Manual de metodologia da pesquisa de mapeamento e registro de referências patrimoniais do CRFB”.

O Museu do Futebol consolidou, durante a implantação do CRFB, uma metodologia de pesquisa baseada na etnografia que buscou, com sucesso, mapear e registrar referências patrimoniais sobre o futebol, definidas como: uma prática (evento), um local ou instituição, um conjunto de artefatos de diferentes naturezas e tipologias (coleções/arquivos/acervos) e/ou uma pessoa cujas histórias relacionem-se ao futebol de tal maneira que as tornem reconhecidas pela comunidade em que estão inseridas pelo seu envolvimento com a memória do esporte.

Dessa definição, decorre que:

- Referência é um atributo dado pelo Museu do Futebol após o processo de pesquisa a uma ampla possibilidade de manifestações relacionadas ao esporte (pessoas, locais, eventos, artefatos materiais).
- Esse processo de pesquisa tem como premissa que somente será identificado como referência algo que já seja reconhecido pela comunidade, ou seja, a identificação parte dos valores estabelecidos pelos pesquisados e não pelos valores do pesquisador.
- Uma referência em si não constitui um documento do acervo; é a partir do registro da referência que se constituem as diferentes coleções e formas de aquisição de acervo do Museu do Futebol.

O objetivo do Manual é consolidar em um documento o passo-a-passo para a pesquisa de campo, com base etnográfica, que vise o mapeamento e registro de referências. O manual trará os conceitos e ferramentas/instrumentais de trabalho, roteiros e demais normativas que visem à multiplicação da estratégia de pesquisa do CRFB. O público almejado para esse produto são pesquisadores interessados em futebol e, sobretudo, profissionais atuantes em instituições e grupos que compõem a Rede Memória e Esporte, bem como os participantes dos workshops propostos nesse Plano.



2017 e 2019

4.3) Revisar e atualizar, anualmente, a “Cartilha Preserve seu Acervo”, especialmente o item de preservação de acervos digitais.

A cartilha apresenta dicas básicas de conservação e preservação de acervos, como documentos em papel, fotografias e objetos diversos. Foi lançada em 2011, dentro das ações de implantação do CRFB. Em 2015, foi ampliada para a inclusão de dicas para a organização e guarda de documentos digitais, sendo divulgada por meio do CRFB, inclusive nas cidades onde foram apresentadas a mostra itinerante “Museu do Futebol Na Área” (Piracicaba, Taubaté e Santos).

Visando manter a atualização dos itens da cartilha, propomos a atualização bienal do produto, e a sua manutenção com destaque no site do Museu do Futebol.

Objetivo 5) Apresentar estratégias para fidelização e mobilização de novos públicos que acessem o CRFB.

O CRFB é composto por uma sede física, localizada no segundo pavimento, ala oeste, do Museu do Futebol, integrando-se ao percurso da exposição de longa duração. Nesse local está disponível ao público, para consulta local apenas, o acervo bibliográfico e da midiateca do Museu, atualmente composto por mais de 3.000 títulos, dentre livros, periódicos, catálogos e arquivos textuais digitais. Além desse acervo, há o banco de dados *on line*, acessado pelo endereço: dados.museudofutebol.org.br, no qual estão registradas referências sobre o futebol, divididas em: eventos (campeonatos, torneios, etc); instituições (clubes amadores ou profissionais, centros de treinamento, bares, locais de encontro de colecionadores, etc); pessoas (jogadores, dirigentes, colecionadores, autores de livros, jornalistas, etc) e acervos (livros, fotos, vídeos, entrevistas em áudio e vídeo, etc).

Desde a abertura, contabilizamos três tipos de “atendimentos”, a saber:

- 1) público presencial, subdividido em: (i) visitantes do Museu que acessam o CRFB por curiosidade, mas que terminam consultando materiais; (ii) convidados – público que acessa por meio de ações promovidas pela equipe do Museu; (iii) pesquisadores – público que acessa exclusivamente o CRFB, mediante retirada de crachá exclusivo na Bilheteria e sem pagar entrada no Museu; (iv) estrangeiros e (v) funcionários do Museu.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- 2) atendimentos por telefone e e-mail;
- 3) número de acessos únicos ao Banco de Dados (medido pelo Google

Analytics)

Os gráficos abaixo mostra a evolução dos atendimentos por tipo de público que frequenta o CRFB, no período de outubro de 2013 a dezembro de 2015.

Gráfico 1: total de atendimentos por segmento. A série 1 corresponde aos meses de outubro a dezembro de 2013; serie 2 ao ano de 2014 e a série 3 ao ano de 2015.

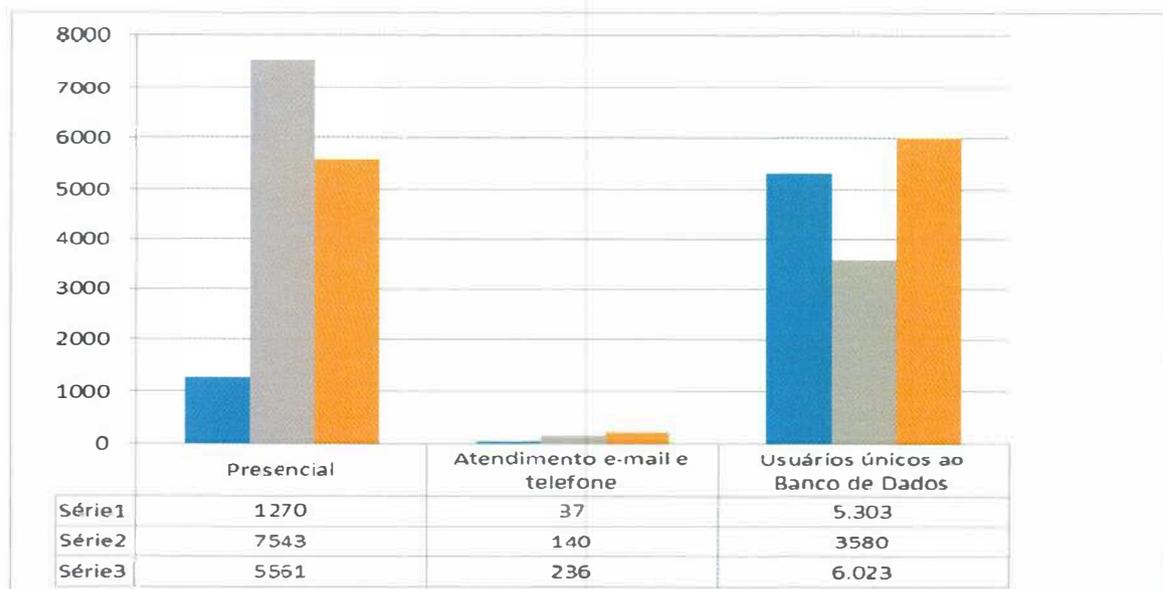
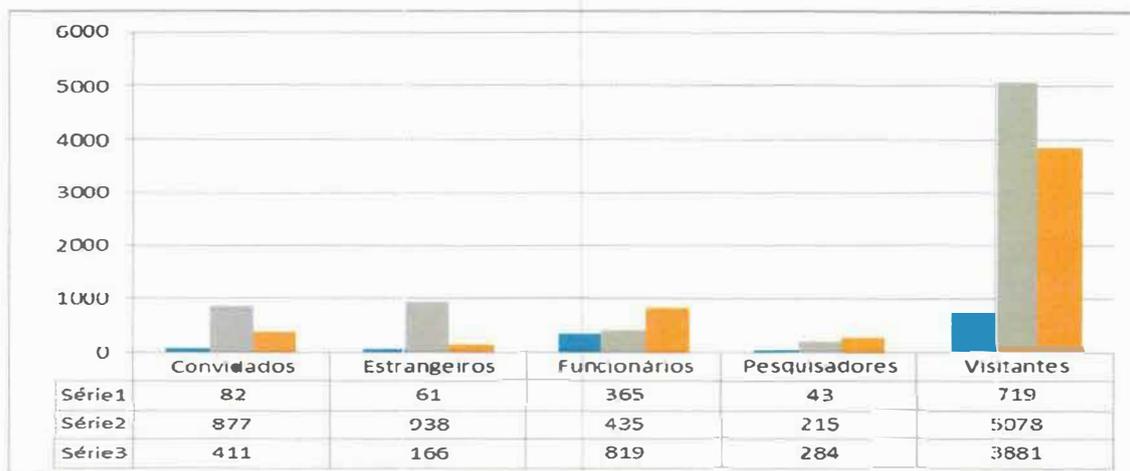


Gráfico 2: total de atendimentos presenciais por segmento. A série 1 corresponde aos meses de outubro a dezembro de 2013; serie 2 ao ano de 2014 e a série 3 ao ano de 2015.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO



Observa-se que, ainda que em menor proporção dentro das categorias analisadas, o número de atendimentos a pesquisadores presenciais, e os atendimentos por telefone e e-mail cresceu nos dois anos e 3 meses de abertura. É possível afirmar que, nesse período, o CRFB conquistou o reconhecimento de um grupo seletivo de pesquisadores, em sua maioria engajados no universo acadêmico das áreas de ciências humanas, sociais, educação física e comunicação; além de receber solicitações diversas de alunos de graduação e pós que buscam materiais e fontes de pesquisa para seus trabalhos.

Por ser um centro que trabalha com um tema bastante específico para a área de pesquisa, ainda que em crescimento, podemos afirmar que ele alcançou o objetivo de ser um local de referência para os estudos sobre futebol no Brasil, ainda que haja potencial para ampliação e diversificação dos públicos. O Plano de Comunicação para o CRFB (meta no Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional) contribuirá para as estratégias de ampliação de públicos. Além disso, consideramos que todas as ações propostas para o Programa de Acervo visam, ainda que indiretamente, fidelizar e mobilizar novos públicos ao CRFB. Propomos abaixo ações diretas de pesquisa de perfil e satisfação, que permitirão qualificar os dados já monitorados em relação aos atendimentos do CRFB, que levam em consideração os três tipos de atendimentos: presencial na biblioteca; remoto (por telefone e email) e a melhor qualificação dos usuários do banco de dados.



Acções propostas

2016-2020

5.1) Criar formulário e implantar pesquisa de perfil e satisfação de público do CRFB

A pesquisa terá como foco principal o usuário da biblioteca, sendo aplicada pelos responsáveis pelo atendimento no local no momento da consulta do usuário ao acervo. Por ser um número pequeno de consulentes, a expectativa é aplicar a todos os visitantes que acessem o local e procurem uma consulta específica (a livros, periódicos, DVDs ou acesso ao Banco de Dados). Também pretendemos aplicar roteiro básico de perguntas às pessoas que procuram o CRFB através de e-mails e telefonemas. Os objetivos da pesquisa, em ambos os casos, são:

- 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.

A meta é criar o formulário e estabelecer metodologia de aplicação/registo das informações, e realizar teste da pesquisa em 2016, para implantá-la a partir de 2017; apresentando à SEC relatórios semestrais de acompanhamento.

2017

5.2) Realizar estudo de viabilidade para cessão onerosa de itens do acervo a terceiros (visando a geração de receitas)

2018

5.3) Realizar pesquisa de satisfação junto aos usuários do banco de dados *on line*

A proposta visa ao público "virtual", isto é, pessoas que acessam o Banco de Dados fora do Museu. Atualmente, a análise do uso do sistema é monitorado pelo Google Analytics, que provê dados acerca do número de acessos, número de páginas acessadas, tempo de consulta, local de acesso, dentre outros. Ainda que tais dados sejam relevantes, para que o Museu do Futebol consolide sua ferramenta digital de extroversão do acervo, é necessário conhecer mais a fundo o público que acessa a base, levantando informações qualitativas sobre o conteúdo e a experiência do usuário.



Inspirando-nos em iniciativa realizada em museus no exterior como, por exemplo, o Museu de Arte Moderna (MOMA) de Nova York, com foco no site institucional², a pesquisa consistirá na abertura de um formulário em página específica que se deseja analisar o perfil e a satisfação do usuário. O objetivo de se aplicar esse tipo de metodologia no Banco de Dados é buscar dados consistentes sobre o tipo de assunto buscado no sistema, colher as opiniões dos usuários sobre os conteúdos e levantar expectativas de novos conteúdos. Devido à necessidade de investimento de recursos de programação no site do banco de dados, a meta somente poderá ser realizada a partir de 2018, em razão da proposta orçamentária.

2019

5.4) Implantar nova interface de consulta no Banco de Dados (dados.museudofutebol.org.br), visando aprimorar e diversificar a extroversão do conteúdo referenciado no sistema.

Voltando aos gráficos sobre os públicos do CRFB, nota-se que houve um *boom* de acessos à interface de consulta nos três primeiros meses após a abertura, com queda em 2014 e retomada em 2015. Ainda que tenha sido sinalizada a retomada do crescimento de acessos, fruto do empenho na divulgação do serviço, o número está aquém do esperado, por se tratar de uma plataforma digital inovadora. A proposta é a criação de uma nova interface de consulta (o sistema de dados permite a implantação de novas interfaces sem prejuízo às existentes), que apresente conteúdos de modo mais atraente, tal como “pílulas” a partir do acervo e das referências no banco a partir de temas pré-estabelecidos. O objetivo é apresentar ao usuário curioso, que busca apenas conhecer a ferramenta, um gancho que o motive a navegar e a retornar ao sistema para buscar por mais assuntos. Assim, a proposta para a nova interface requer, além de melhorar os mecanismos de busca de conteúdos, proporcionar mais interatividade com o usuário e prover espaço para apresentação de mostras virtuais a partir do acervo.

2018-2020

5.5) Implantar biblioteca circulante (requer adequação da Base de Acervo no sistema do banco de dados) - Meta condicionada

² Em: <https://medium.com/digital-moma/what-motivates-a-visit-to-moma-s-website-ebad33e67ef0#.blbo5xygj>.



Visando atender a um dos pedidos do público do Museu, será realizado um estudo para a implantação de sistema para viabilizar o empréstimo de livros e DVDs da biblioteca. É certo que essa implantação demandará adequações no atual Banco de Dados e a necessidade de contratação de empresa para ajustes na programação do sistema. Por isso, a equipe atual compromete-se a fazer o projeto e levantar as necessidades para essa adequação, condicionando-a a obtenção de recursos extras ao Contrato de Gestão. Caso seja realizada, será a primeira biblioteca entre os Museus da Secretaria de Cultura a fazer circular seu acervo bibliográfico.

5.6) Biblioteca itinerante: ações extramuros a partir do acervo bibliográfico – Meta Condicionada

Em 2018, com a realização da Copa do Mundo na Rússia, o tema futebol certamente ocupará as salas de aula das escolas públicas e privadas. O objetivo é divulgar o acervo do Museu, incentivando a pesquisa sobre o tema dentro das escolas e demonstrando que o futebol pode ser interessante para promover a interdisciplinaridade entre matérias do currículo escolar.

Essa meta condicionada pode ser realizada em conjunto com o Projeto Educativo "O Museu vai à escola" (Ver Programa Educativo). Os requisitos é ter uma estrutura móvel que permita itinerar parte do acervo bibliográfico e promover, nas escolas, atividades educativas como contação de histórias e oficinas para educadores/professores.

Objetivo 6) Ampliar as linhas de ação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

Desde a abertura do Museu do Futebol e, portanto, antes da implantação do CRFB, a gestão do IDBrasil estabeleceu, a partir do Plano Museológico, a criação de duas frentes de pesquisa: criação de coleções de entrevistas de História Oral, em vídeo, com personalidades do futebol, denominada linha "Memória Viva" e a realização do mapeamento de referências sobre futebol, denominada linha "Na Rede". Passados quase oito anos, essas duas atividades consagraram-se como eficazes na constituição de referências e formação de acervos para o Museu e, portanto, é preciso ampliar as linhas de atuação. Por esse motivo, no plano proposto para 2016-2020, não incluímos metas relativas à quantidade de referências mapeadas e/ou número de entrevistas gravadas. Compreendemos que esses produtos devem estar atrelados a projetos, ao mesmo tempo em que é preciso experimentar novas ações de pesquisa, especialmente as que olham para o



compartilhamento de acervos digitais/digitalizados e às novas linguagens na internet.

Acções Propostas

2016-2020

6.1) Manter-se ativo na parceria com a Rede Futebol e Cultura (mapeamento de referências)

Em 2014 e 2015 foram co-organizados pelo Museu do Futebol e pela ONG Ação Educativa os Encontros de Futebol e Cultura, que mapeou e reuniu nos dois eventos, mais de 30 práticas alternativas ao futebol profissional de clubes. Como exemplos dessas práticas, podemos citar o futlame, jogo realizado nas margens do Rio Amazonas que guia o seu calendário conforme o movimento das águas; os jogos de futebol de praia em Alagoas; os times indígenas e quilombolas, masculinos e femininos, dentre outros. Todas as informações estão catalogadas no Banco de Dados. O objetivo é dar continuidade ao mapeamento, mantendo o diálogo aberto e ativo com os grupos já contatados.

6.2) Realizar campanhas de coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital (1 campanha por ano, mínimo de 100 novos itens por campanha)

Em 2015 realizamos o projeto "Visibilidade para o Futebol Feminino", no qual uma das ações foi a campanha de digitalização de acervos, que rendeu ao Museu mais de 5 mil itens oriundos de coleções pessoais. Mais do que o resultado em número de "arquivos", a ação foi eficaz no engajamento de novos públicos (no caso, as mulheres atletas e profissionais do esporte). Com base nessa experiência, em 2016, outra iniciativa em curso é a campanha "Memórias do Pacaembu"³ realizada em parceria com a Casa Guilherme de Almeida, visando o envolvimento dos moradores do bairro do Pacaembu para a constituição, nos dois equipamentos, de um acervo de referências, fotografias e documentos sobre o bairro. A proposta para o novo contrato de gestão é dedicar esforços para uma campanha por ano, a partir de temas que permitam a articulação de ações de programação cultural, ações educativas e exposições. São sugeridos os seguintes temas:

- 2017: Memes do futebol (relacionado ao tema de exposição temporária "Cala Boca, Galvão!")

³ Consultar informações e regulamento em: http://www.museudofutebol.org.br/wp-content/uploads/2016/04/Campanha-Mem%C3%B3rias-do-Pacaembu_Release_RV_19.04.pdf



- 2018: "Aqui na Rússia estão jogando futebol" (voltado a experiências de brasileiros e outros turistas na Copa do Mundo na Rússia)
- 2019: Futebol e propaganda (coleta de propagandas relacionando o futebol para a venda de produtos/serviços)
- 2020: Estádios (visando a celebração de 80 anos do Estádio do Pacaembu)

6.3) Estabelecer parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)

Nos últimos três anos, a partir da inauguração do CRFB, o Museu do Futebol foi procurado para o estabelecimento de parcerias e intercâmbios de coleções, especialmente com clubes de futebol (Memorial do Internacional de Porto Alegre, Fluminense Futebol Clube-, São Paulo Athletic Club – SPAC e a Federação Paulista de Futebol). O objetivo dessa meta é criar um formato de parceria possível de atender a expectativas do Museu do Futebol e seus interlocutores. No caso do SPAC, por exemplo, a expectativa do clube era de que o Museu apoiasse na criação de um memorial na sede do clube; já o Fluminense F. C., buscou a equipe do Museu para apoiar na manutenção tecnológica do seu Memorial, bem como auxiliar na documentação do acervo. Compreendemos que as relações com clubes e memoriais de clubes são de extrema relevância para a ampliação do acervo e dos públicos do Museu. Contudo, é necessário estabelecer um modelo de ação baseado em parcerias, no qual haja sinergia de objetivos e das potencialidades de cada instituição.

Para o Museu do Futebol, os objetos dessas novas parcerias, podem prever: (i) intercâmbio de coleções, por meio da digitalização de documentos; (ii) realização de eventos, seminários e mostras temporárias (sempre com a validação das instâncias cabíveis); (iii) engajamento de públicos para o museu, principalmente pelo mailing e redes sociais dos clubes e (iv) realização de ações de formação de atletas juvenis e/ou atividades com atletas aposentados, a partir do tema da memória do esporte. As parcerias serão prospectadas em sinergia com a equipe do Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, que propõe a aproximação com os canais de marketing dos clubes para a veiculação de anúncios e campanhas.

2017-2020

6.4) Submeter, em parceria com instituições de ensino superior, projeto temático para fomento à pesquisa (FAPESP, CNPq, etc)



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Desde 2010, o Museu do Futebol vem estabelecendo, com sucesso, projetos de pesquisa financiados por órgãos de fomento, como FAPESP e CNPq. Com o primeiro órgão, em parceria com o CPDOC-FGV, realizamos dois projetos para a formação de acervo de entrevistas de História Oral: "Futebol, Memória e Patrimônio", que resultou em 120 horas de gravação com 54 jogadores da seleção brasileira em Copas do Mundo (de 1954 a 1982) e o ex-presidente da CBD e FIFA, João Havelange; e "Territórios do Torcer", compondo 26 entrevistas com fundadores e lideranças de torcidas organizadas dos principais clubes paulistas (Juventus, Palmeiras, Corinthians, São Paulo e Santos). Com o CNPq, foi realizada a implantação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, que contou com a contratação de uma equipe de 9 profissionais, a partir de bolsas, para a realização da pesquisa de campo e implantação do Banco de Dados, em parceria com a Universidade de São Paulo.

Nos últimos anos, buscamos parcerias com outros centros universitários e pesquisadores acadêmicos com o objetivo de criar projetos comuns de pesquisa, que atendessem tanto aos objetivos acadêmicos quanto do Museu do Futebol e de seu Centro de Referência. A avaliação é que a dependência de professores externos ao Museu para a inscrição dos projetos nas agências de fomento, muitas vezes, inviabilizou que o Museu ampliasse o número de pesquisadores dedicados aos seus objetivos. Assim, para o próximo período de contrato, visamos a dar um passo no protagonismo do Museu na área de pesquisa. A partir da obtenção do título de Doutora da Diretora Técnica do Museu, Daniela Alfonsi (previsto para o segundo semestre de 2016), será possível à instituição tornar-se proponente de projetos na FAPESP e outros órgãos, cujos critérios de admissão exigem o título mínimo de Doutor. O fato de a instituição contar com um de seus funcionários com essa titulação não prescindirá de uma parceria com instituição de ensino superior, mas abrirá novas possibilidades de assumir a proposição dos projetos. Após pesquisa inicial dos formatos de projetos e editais, consideramos o melhor caminho a proposição de um projeto temático na FAPESP, uma vez que esse formato oferece bolsas para a ampliação do quadro atual de pesquisadores do Museu, vital para a execução com qualidade das suas ações de pesquisa.

O tema do projeto será discutido a partir das necessidades e planejamento do Museu e da universidade parceira, a partir dos temas de interesse indicados no Edital para a renovação de contrato:



gênero, violência entre torcidas, racismo ou ciência e esporte, entre outros.

2017-2018

6.5) Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol

6.6)

Visando a renovação da exposição de longa duração, a atualização do Plano Museológico e a celebração dos 10 anos do Museu do Futebol, o ano de 2017 será dedicado a organizar, registrar/documentar e tornar pública a memória institucional do Museu. Além da criação dos dossiês dos principais projetos e ações museológicas criadas no período, a ação prevê o registro da exposição principal tal como idealizada pelas equipes coordenadas pela Fundação Roberto Marinho, bem como todas as suas modificações/atualizações realizadas. Além da organização documental, está nos objetivos do projeto entrevistar os principais nomes ligados à concepção e realização do Museu. Como uma das consequências, espera-se fomentar o acesso dos próprios funcionários à história da instituição e seus processos.

2019-2020

6.7) Criação do Observatório do Torcedor

Um dos assuntos complexos de serem abordados no Museu do Futebol é a violência entre torcedores dentro e fora dos Estádios. Desde os anos 1980, acompanhando o crescimento da violência urbana, especialmente nas grandes capitais brasileiras, acumulam-se casos de brigas entre torcidas, que ocasionaram mortes, punições policiais e criação de regras de acesso aos estádios e modos de conduta nas arquibancadas, como o Estatuto do Torcedor (2003), que, no limite, implicaram em novas formas dos torcedores "fazerem sua festa": sem bandeirões, sinalizadores etc – que caracteriza um modo particular do torcer em certas regiões do Brasil e do mundo. Torcidas são foco das ações de pesquisa no Museu do Futebol desde 2011, quando se iniciou a implantação do CRFB. Sedes de torcidas em São Paulo foram visitadas, bem como se acompanhou a ida de grupos a estádios durante jogos. Entre 2014 e 2015, realizamos o registro em vídeo da história de vida de 26 fundadores e lideranças de Torcidas Organizadas dos clubes paulistas (projeto "Territórios do Torcer").



De modo a estabelecer contato com o tema de modo sistemático, articulando diferentes atores e pontos de vista sobre o tema, propomos a criação do primeiro Observatório do Torcedor. Tratar-se-á de uma plataforma de pesquisa e debate, que mediará encontros com especialistas, torcedores, jornalistas e demais interessados em se aprofundar no tema. O site do Museu será o ponto de encontro dos dados pesquisados e dos resultados de encontros presenciais, que podem ser realizados tanto no Auditório do Museu do Futebol quanto em outras localidades.

Os objetivos específicos do Observatório serão:

- mapear formas de torcer, junto de cantos, hinos, adereços, vestimentas e locais de torcer; registrando-as no Banco de Dados do Museu do Futebol;
- levantar histórico e monitorar notícias (clipagem) envolvendo casos de violência entre torcidas;
- publicizar boas práticas torcedoras, especialmente as que visem disseminar a cultura de paz e a diminuir a violência dentro e fora dos estádios;
- promover encontros e debates periódicos com especialistas, representantes de órgãos públicos (Secretarias de Segurança Pública, Ministério do Esporte, Ministério Público, por exemplo), representantes de torcidas e demais interessados;
- realizar entrevistas em vídeo com atores envolvidos na prática de torcer, de policiais que realizam a segurança nos estádios a torcedores, pertencentes ou não a grupos organizados;
- levantamento permanente de pesquisas, artigos e demais publicações sobre o tema.

A meta está prevista para 2019 e 2020, mas, em caso de captação adicional de recursos que permita a contratação de profissionais dedicados exclusivamente ao projeto, ela poderá ser antecipada. São necessários no mínimo 02 profissionais dedicados, um pesquisador e um assistente.

6.8) Projeto CRFB de norte a sul: pesquisa e documentação de acervos em 5 capitais brasileiras (Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador) – Meta condicionada

A pesquisa inaugural do CRFB concentrou-se, entre 2011 e 2013, na cidade de São Paulo. Em 2015 e 2016, por meio da exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área", foi possível agregar



referências de cinco cidades do interior paulista. Inclusive, mostrou-se ser uma ótima fonte de pesquisa em relação aos primeiras décadas do futebol no Brasil, o que poderia alimentar uma ampliação dos acervos expostos na Sala Origens, pluralizando as vozes e a representatividade na exposição de longa duração.

Para que o Museu possa ser líder no país no que se refere a referências patrimoniais do futebol, é de vital importância que a pesquisa se expanda para outras cidades e estados. Assim, por meio de inscrição de projeto nos Planos Anuais do Museu do Futebol (MinC), objetiva-se contratar equipes e infraestrutura locais e produzir a pesquisa em cinco capitais brasileiras: Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador.

Objetivo 7) Integrar os dados do Centro de Referência do Futebol Brasileiro ao Sistema de Gestão de Acervos da Secretaria da Cultura vigente no momento da integração.

A Secretaria de Cultura está desenvolvendo uma plataforma integrada para os 18 museus da UPPM. Com previsão de integração por etapas, na primeira fase do projeto estão contemplados a Pinacoteca do Estado de São Paulo, o Museu da Imigração e o Museu da Casa Brasileira. Visando a integração do Museu do Futebol no novo sistema, a partir de 2020, é necessário o cumprimento do Plano para a Gestão da Informação do CRFB (PGI), apresentado no Relatório Anual de 2015. Esse plano prevê, dentre outros objetivos, as adequações do atual sistema de dados do Museu a normas e procedimentos já previstos no sistema de gestão de acervos da SEC, tais como listas de vocabulário controlado. As ações propostas abaixo tem como norte a adequação do sistema atual do Museu do Futebol, preparando-o para a futura integração.

Ações Propostas
2016-2017

- 7.1) **Encaminhar nova versão do Plano de Gestão da Informação do CRFB (PGI), incorporando as discussões com a UPPM.** A partir de 2017, todas as ações previstas no PGI comporão as rotinas do Programa de Acervo.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA:



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Atuam no Programa de Acervo o Núcleo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (parte do antigo Núcleo de Documentação, Pesquisa e exposições), formado atualmente pelos seguintes cargos:

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Diretora Técnica do Museu do Futebol	Graduada em Ciências Sociais, mestre em Antropologia Social. Em tese de doutoramento, pesquisa e analisa os museus e memoriais esportivos do Brasil, com experiência na América Latina (Argentina e Uruguai) e Europa (Reino Unido)
1	Técnico Pesquisador	Graduação em curso superior em Ciências Humanas e Sociais
1	Técnico Bibliotecário	Graduação em curso de Biblioteconomia
1	Técnica em Documentação	Graduado em curso superior em Ciências Humanas e Sociais
2	Assistentes de Documentação	Graduação em curso superior na área de Ciências Humanas e Sociais
Quantidade	Cargo	Perfil
2	Estagiários	Graduação em andamento na área de Ciências Humanas

IV) PÚBLICO ALVO: funcionários, pesquisadores e usuários

V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE ACERVO

Nas Rotinas do Programa de Acervo, a UGE indica elementos como *Referências* (que o museu pode seguir ou não na elaboração dos documentos e ações. Portanto, não obrigatórias) e os *Modelos* (que devem ser preenchidos obrigatoriamente pelos museus). Para cada Rotina que demanda uma comprovação específica, está assinalado a seguir o que possui uma *Referência SEC* e o que possui um *Modelo SEC* como base a ser considerada pelo museu.

- Manter os acervos em reserva técnica, em exposição ou área de consulta em condições adequadas de umidade, temperatura e iluminância, com uso de mobiliário e equipamentos técnicos adequados para manuseio e armazenamento conforme as características de cada acervo que o museu possui.
- Realizar diagnóstico integrado do estado de conservação dos acervos (quando for o caso), seguindo preferencialmente a publicação "Diagnóstico de Conservação: Modelo Proposto para Avaliar as Necessidades do Gerenciamento Ambiental em Museus", do *Getty Conservation Institute (REFERÊNCIA SEC)*. No primeiro ano do Contrato de Gestão: entregar o "Diagnóstico do Estado de



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Conservação dos Acervos Museológico, Arquivístico e Bibliográfico do Museu XXXXX” ao final do 1º semestre.

- A partir dos resultados do Diagnóstico, elaborar Plano de Conservação Integrado dos Acervos (quando for o caso), tendo como referência o *Caderno de Orientações para elaboração de Planos de Trabalho das OSs (MODELO SEC)*. O plano deve ser algo conciso e direcionado para a realidade do museu, com indicativos objetivos das prioridades, soluções e cronogramas definidos pela própria equipe da instituição. *No primeiro ano do Contrato de Gestão a OS deve entregar o Plano de Conservação Integrado dos Acervos ao final do 3º trimestre. Nos anos seguintes, a OS deve entregar no 2º e no 4º trimestres o "Relatório Semestral de execução de Plano de Conservação" (MODELO SEC).*
- Orientar a execução das ações de gestão de acervos pelos parâmetros internacionais pertinentes, tais como o SPECTRUM/Collections Trust, respeitando a realidade de cada instituição.
- Respeitar todos os procedimentos de aquisição, empréstimo e restauro de acervo museológico, arquivístico e de obras raras estabelecidos pela SEC, submetendo à prévia e expressa autorização do Conselho de Orientação Cultural e da SEC os casos indicados na legislação e resoluções vigentes. *Enviar trimestralmente relação de bens do acervo com prévia autorização no período para: a) restauro; b) empréstimo; c) aquisição por doação ou compra (MODELO SEC).*
- Atualizar e complementar os registros documentais do acervo museológico e manter completo e atualizado no Banco de dados do acervo vigente, com – mas não somente – novos registros fotográficos, informações sobre contexto de produção das obras, data e forma de entrada no acervo, movimentação, estado de liberação de direitos autorais e conexos, uso e estado de conservação dos bens que compõem o acervo. No caso dos museus que possuem materiais cuja preservação demanda predominantemente o uso de dispositivos tais como microfimes, CDs, DVDs, HDs, servidores dedicados, etc, devem ser registrados a localização e o estado de conservação/manutenção onde os mesmos materiais se encontram. *Enviar semestralmente Relatório de atividade de pesquisa de origem e procedência de objetos (MODELO SEC).*
- Atualizar e complementar os registros documentais dos acervos arquivísticos e bibliográficos, em banco de dados informatizado e compatível com padrões vigentes de intercâmbio de dados, com – mas não somente – informações sobre contexto de produção das obras, data e forma de entrada no acervo, movimentação, uso e estado de conservação dos bens que compõem o acervo. No caso dos museus que possuem materiais cuja preservação demanda predominantemente o uso de dispositivos tais como microfimes, CDs, DVDs, HDs, servidores dedicados, etc, devem ser registrados a



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

localização e o estado de conservação/manutenção onde os mesmos materiais se encontram.

- Elaborar e manter atualizado os registros documentais de peças ou acervos de outros museus que estejam em comodato ou depósito na instituição.
- Participar das atividades e reuniões relativas às melhorias e implantações do Banco de Dados de Gestão de Acervos da SEC e de outras atividades do Comitê de Política de Acervo.
- Manter inventário de acervo atualizado (acervo museológico, coleções bibliográficas especiais ou de obras raras e conjuntos arquivísticos históricos aprovados pela SEC para incorporação ao acervo). *Enviar, juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, proposta de aditamento do Anexo IV-A do Contrato de Gestão, contendo as incorporações ou desvinculações de acervo até o período (MODELO SEC).*
- Manter atualizado contratos e termos de cessão de uso de imagem e som dos acervos sob responsabilidade do museu.
- Elaborar e manter atualizado o registro topográfico do acervo (mapa de localização das peças do acervo).
- Realizar, durante toda a vigência do contrato, todos os procedimentos adequados de conservação preventiva e corretiva dos acervos. Incluem-se aqui as ações de higienização mecânica periódica de todos os acervos que o museu possuir. *Enviar no 2º e 4º trimestres o "Relatório de Execução de ações de higienização dos acervos", que faz parte do "Relatório Semestral de Execução do Plano de Conservação". (MODELO SEC).*
- Manter equipe fixa, com profissionais especializados em documentação, conservação e pesquisa para todos os acervos que o museu possuir.
- Manter espaços adequados para exposição, manuseio e armazenamento, equipados conforme a especificidade do acervo e seguros para execução dos trabalhos das equipes.
- Promover o desenvolvimento do Centro de Pesquisa e Referência do museu, realizando pesquisas de acervo e temáticas a partir de linhas de pesquisa claramente definidas (inclusive para as exposições e serviço educativo do museu), e promovendo atendimento a pesquisadores interessados." Na inexistência de um Centro de Pesquisa e Referência, apresentar informes sobre o andamento e/ou desenvolvimento das mais diversas atividades de pesquisa e/ou projetos realizados pelo núcleo de conservação, documentação e pesquisa da instituição, com o objetivo de dar um panorama geral dos procedimentos, projetos elaborados e parcerias realizadas com outras instituições técnicas e/ou acadêmicas. Informar no 2º e 4º trimestres o andamento das atividades.



- Assegurar investimento do repasse anual do Contrato de Gestão para a manutenção das Rotinas e Obrigações Contratuais do Programa de Acervo.
- Participar das atividades do Sistema Estadual de Bibliotecas do Estado de São Paulo (SISEB) [quando aplicável].
- Rotinas da área de tecnologia do Museu do Futebol: realizar backup completo do conteúdo do servidor de dados e do acervo do Museu a cada quinze dias.

3. PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Ampliar a extroversão do acervo e da temática de atuação do museu, contribuindo para a formação de público de museus e equipamentos culturais, por meio de exposições, cursos, oficinas, workshops, palestras e eventos que viabilizem, com acessibilidade, o acesso qualificado da população à cultura e à educação.
- Contribuir para o fortalecimento dos calendários cultural e turístico do Estado e do município, oferecendo à população programação especial e qualificada nos seguintes eventos: aniversário da cidade, Virada Cultural, Semana dos Museus (maio) Férias no Museu (julho), Mês da Consciência Negra (novembro) e Férias no Museu (janeiro).
- Estimular a produção cultural na área temática foco do museu, por meio de premiações, projetos de residência artística e bolsas de estudo para projetos com qualidade artístico-cultural e contrapartida sociocultural (exposições, apresentações, oficinas etc.).
- Contribuir para a integração do museu na Rede de Museus da SEC, por meio de ações articuladas com os demais museus da SEC, potencializando a visibilidade e atratividade das ações realizadas.
- Ampliar o público visitante do museu e de suas atrações e serviços, contribuindo para o crescimento do público previsto no Planejamento Plurianual do Estado.
- Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público, para subsidiar a avaliação e o aperfeiçoamento dos serviços prestados.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

Pela primeira vez na estrutura organizacional do IDBrasil, o Programa de Exposições e Programação Cultural contará com uma equipe exclusiva e focada integralmente nos objetivos do Programa. Em 2015, no Plano Estratégico do Museu, foi apontada a necessidade de revisão de organograma institucional de modo a reorganizar funções e fluxos de trabalho. Desde 2016, constituiu-se o novo núcleo, rearranjando colaboradores que atuavam no antigo Núcleo de Eventos e Núcleo de Documentação, Pesquisa e Exposições. Tal medida visa, sobretudo, à maior



sinergia entre as ações de extroversão do Museu (exposições e ações culturais) com outras áreas fim, como o CRFB e o Educativo.

Os objetivos específicos para o Programa de Exposições e Programação cultural do Museu do Futebol, para o período de 2016 a 2020 são:

1. Realizar projeto para atualização/renovação da exposição de longa duração
2. Atualização da política de exposições temporárias, a partir das linhas de pesquisa do Centro de Referência do Futebol Brasileiro e exposições temporárias com acervos de terceiros.
3. Ampliar e diversificar a programação cultural anual do Museu, dirigida a diferentes perfis de público, englobando ações no entorno do Museu, como a Praça Charles Miller e o bairro do Pacaembu.
4. Realizar exposições itinerantes e virtuais a partir do acervo do Museu.
5. Ampliar parcerias com museus esportivos para intercâmbio de ações culturais e exposições.

Objetivo 1.) Realizar projeto para atualização/renovação da exposição de longa duração

Ações propostas

2017

- 1.1) Criação de comitê curatorial para a renovação da exposição (composto por representantes da FRM, SEC, IDBrasil/Museu do Futebol e convidados especialistas)
- 1.2) Organização de seminário com especialistas em ciências do esporte (fisiologia, neurociência, engenharia de materiais, etc) para prover conteúdos e ideias visando a inclusão do tema na exposição.
Vale ressaltar que o tema é parte do projeto original de curadoria do Museu do Futebol e que, portanto, já houve investimento inicial em pesquisa sobre o tema, que será recuperada na proposta de renovação. O tema das ciências do esporte, com foco nas ciências biomédicas, visa criar no Museu um espaço para divulgação científica e estímulo à pesquisa a partir do tema futebol.

2018-2019

- 1.3) Criação de mobiliário expositivo que possibilite intervenções de curta duração na exposição de longa duração, ampliando conteúdos e exposições de acervos do museu ou de terceiros. – meta condicionada
Pretende-se, a partir desse mobiliário, agregar à Programação Cultural, a exposição de informações e objetos relacionados, por exemplo, a datas comemorativas do futebol, celebração de clubes vencedores de torneios e campeonatos, dentre outros.

2019-2020



- 1.4) Renovação salas da exposição de longa duração. – projeto a ser detalhado a partir de 2018 para inscrição em projeto de captação de recursos junto à iniciativa privada.

Objetivo 2) Atualização da política de exposições temporárias, a partir das linhas de pesquisa do Centro de Referência do Futebol Brasileiro e exposições temporárias com acervos de terceiros.

Buscaremos organizar a política de exposições temporárias a partir de temas pesquisados pelo CRFB, em consonância com as pesquisas de satisfação e perfil de público e com calendários esportivos mundiais (exemplo: Copa do Mundo na Rússia em 2018). A constituição do Conselho de Orientação Cultural – COC (meta no Programa de Acervo) será fundamental para a validação da política de exposições e orientação geral da programação cultural do Museu, cumprindo assim com a diretriz da UPPM de buscar mecanismos de gestão participativos nas instâncias decisórias do Museu.

A lista de temas sugeridos para a Política de exposições temporárias está descrito no “Anexo – Política de exposições” no Plano de Metas 2016-2020.

Objetivo 3) Ampliar e diversificar a programação cultural anual do Museu, dirigida a diferentes perfis de público, englobando ações no entorno do Museu, como a Praça Charles Miller e o bairro do Pacaembu.

O IDBrasil, ao longo da gestão do Museu do Futebol desde 2008, vem ampliando e diversificando a oferta de programação cultural, tendo criado eventos que tornaram-se consagrados e pedidos anualmente pelo público, tais como:

- Oficinas e torneios de Futebol de Botão;
- Encontros de colecionadores de camisas;
- Participação dos festivais de cinema dedicados ao futebol, como o Cinefoot;
- Oficinas educativas e lúdicas no Programa Férias no Museu;
- III Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol (em 2018);

Além dessas atividades, propomos ações inovadoras para o período do novo contrato de gestão, especialmente os voltados ao envolvimento do Estádio e da Praça Charles Miller, resumidas abaixo.

3.1) Projeto “Se Joga na Praça” - Atividades lúdico-esportivos na Praça Charles Miller – Meta Condicionada



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Inscrito na Lei Estadual de Incentivo ao Esporte, no início de 2016, o projeto propõe a realização de oficinas de incentivo à prática esportiva. Educadores físicos, em espaços adaptados (na Praça, na quadra do Estádio ou mesmo no Foyer do Museu), ensinam crianças e adolescentes os fundamentos de alguns esportes. Para a primeira fase do projeto, planejada para o segundo semestre de 2016, foram escolhidas cinco modalidades olímpicas: futebol e futebol de 5 (cegos), basquete, rugby, vôlei e handball. Além das oficinas esportivas, haverá a presença de atletas ou ex-atletas para relacionamento com o público, visitas educativas no Museu e cinema drive-in na Praça Charles Miller, encerrando as atividades do final de semana.

O projeto prevê 1 final de semana (2 dias) por mês. Essa atividade é condicionada à captação de recursos.

3.2) Programa “Uma noite no Museu” – meta condicionada

Tomando por exemplo casos bem sucedidos em Museus no exterior, a proposta é produzir um conjunto de atividades voltadas ao público adolescente e que ocupe as salas de exposição de longa duração do Museu do Futebol quando este está fechado à visitação. Os jovens poderão dormir no Museu e, ao longo da noite participar de uma série de atividades lúdicas e divertidas que se relacionem com o acervo do Museu. Exemplos: jogos de tabuleiro na Sala Números e Curiosidades, Caça ao tesouro, boate na Sala Anjos Barrocos, filmes na Sala Jogo de Corpo, estações para videogames, entre outras.

A atividade requer a contratação de empresa especializada em produção de eventos, com profissionais qualificados para esse atendimento. Por isso, a atividade terá custos extras e precisa ser auto-sustentável. Assim, ao contrário das demais atividades culturais do Museu que serão gratuitas, espera-se cobrar ingresso diferenciado para esse programa, visando inclusive a geração de receita para a instituição.

3.3) Programa “Economia criativa e futebol”: feiras na Praça/Foyer

Nos últimos anos houve o crescimento de feiras e espaços para a comercialização de produtos feitos por pequenas empresas, cooperativas e artesãos. Do ramo da alimentação, vestuário, decoração, entre outros, são inúmeros os espaços na cidade de São Paulo que hoje agregam à venda dos produtos, atividades de lazer e recreação para famílias.

O objetivo do projeto é tornar o complexo Praça Charles Miller, Estádio do Pacaembu e Museu do Futebol um ponto de referência para os paulistanos interessados nesse tipo de atração. Assim, o Museu pretende atuar como



facilitador de grupos e organizar uma feira para exposição e venda de produtos. O diferencial é desafiar o produtor a criar uma peça inspirada no futebol, dentre as mercadorias que são vendidas.

Almeja-se cobrar pela cessão do espaço (Foyer), visando a geração de receitas para o Museu.

3.4) Programa “Estádio tamanho família”

Durante um final de semana por mês, propõem-se atividades livres voltadas à convivência familiar no Museu, envolvendo as áreas comuns com o Estádio do Pacaembu. Jogos de tabuleiro, feira gastronômica, jogos educativos, espaços para pic-nics, apresentações musicais e outras ações voltadas para as famílias. O objetivo é atrair pessoas para o complexo Praça Charles Miller, Estádio do Pacaembu e Museu do Futebol, consolidando-o como alternativa de lazer para o paulistano.

3.5) Projeto “Empoderamento feminino pelo esporte” – título provisório (ação extra-muros – meta condicionada)

Em 2015, o Museu investiu na pesquisa sobre a história do futebol feminino no país. Foi possível observar o engajamento de atletas e outros profissionais interessados em expandir a prática do futebol entre mulheres. Um dado trazido pelo público é a falta de engajamento das famílias para a prática do futebol entre meninas ainda na infância e adolescência, ao contrário do que ocorre com os meninos que, desde muito cedo, são levados pela família a clubes e escolinhas de futebol.

Para que a modalidade cresça em importância no país, é fundamental que haja o interesse de mulheres pela prática do futebol. Pensando nessa questão, o “Pelado Futebol Clube”, time amador de mulheres em São Paulo, em conjunto com o Museu do Futebol e o Instituto Maurício de Souza, propõem, por meio de inscrição de projeto em Lei Federal de incentivo ao Esporte, atuar junto de comunidades nas regiões periféricas de São Paulo, em espaços onde já ocorre a prática do futebol feminino, levando às praticantes a história da modalidade, as histórias de vida de atletas consagradas, como Marta, Formiga e outras, e uma clínica especialmente desenvolvida por duas ex-jogadoras: Aline Pelegrino e Juliana Cabral, ambas vice-campeãs olímpicas e campeãs pan-americanas pela Seleção Brasileira.

A clínica consiste em cinco dias de atividade com as meninas, associando o treinamento ao ciclo de vida de um atleta. Almeja-se, desse modo, sensibilizar as adolescentes para a importância de buscar espaços para atuar como jogadora de futebol no Brasil, conhecer a trajetória de



mulheres, debates temas como desigualdade de gênero e empoderamento feminino. Com essa ação, o Museu do Futebol poderá levar o acervo conquistado sobre a modalidade a novos públicos, inserindo-os em debates contemporâneos sobre gênero e formas de atuação para questões mais amplas da sociedade

A lista de eventos para a Programação Cultural está descrito no "Anexo – Descritivo Resumido da Programação Cultural" no Plano de Metas 2016-2020.

2º. Sem. 2016: 12 eventos; 2017: 20 eventos; 2018: 27 eventos; 2019: 20 eventos; 2020: 20 eventos.

Objetivo 4) Realizar exposições itinerantes e virtuais a partir do acervo do Museu.

Ações propostas **2016-2020**

4.1) Exposições virtuais na Plataforma Google Cultural Institute

O Museu do Futebol integrou a Plataforma em 2013 e até então já realizou 4 mostras virtuais. O processo de elaboração das exposições mostrou-se um instrumento importante para a formação das equipes da Diretoria Técnica no que se refere a curadoria, elaboração de textos e pesquisas no acervo.

Propomos a elaboração de 1 nova mostra virtual por ano, com temas diversificados e partindo sempre das pesquisas do CRFB. A proposta de temas segue no Anexo Política de Exposições e Programação Cultural constante do Plano de Metas.

4.2) Dar continuidade à exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" – Meta condicionada

Em 2015 iniciamos o projeto de mostra itinerante "Museu do Futebol Na Área", realizando, desde agosto de 2015, 3 edições (Piracicaba, Taubaté e Santos) que somaram quase 60 mil visitantes. Até o final de agosto estão previstas mais duas cidades (Ribeirão Preto e Sorocaba), completando cinco cidades, do total de sete aprovadas no projeto inscrito no MinC, em parceria com a empresa Arquiprom (proponente no MinC).

Diante do sucesso do projeto, o objetivo é completar o projeto MinC, realizando mais duas cidades no interior paulista. Ao mesmo tempo, inscrever a exposição no ProaC e/ou ampliar o projeto no MinC, de modo a possibilitar sua continuidade mediante aporte de patrocínios.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Meta: até 10 novas cidades entre 2016 e 2020.

Objetivo 5) Ampliar parcerias com museus esportivos para intercâmbio de ações culturais e exposições.

Ação proposta
2017-2020

5.1) Realizar parcerias com museus de futebol no Reino Unido, Espanha, Portugal, Museu FIFA e os latino-americanos Museu do Centenário (Uruguai), Museu da Comenbol (Paraguai), Museu do Boca Juniors e River Plate (Argentina) - Meta condicionada

Os museus esportivos são exemplos de instituições que inovaram nos formatos expositivos e conquistaram espaço mundial. O Museu do Futebol em São Paulo tem lugar de destaque nesse conjunto de instituições, servindo de inspiração para muitos museus inaugurados desde então, como o Museu do Clube Porto (Portugal), Museu da Comenbol (Paraguai), Museu Nacional do Futebol (Inglaterra) e o recém inaugurado Museu da FIFA (Suíça). A meta propõe o investimento em um modelo de parceria que promova intercâmbios de exposições, eventos e visitas técnicas entre as equipes das diferentes instituições.

O objetivo é tomar o protagonismo nesse tipo de relacionamento, ao mesmo tempo em que se divulgará o Museu do Futebol para o público estrangeiro e gerará oportunidades para dinamizar as atrações para os públicos do Museu do Futebol.

Meta: até 05 parcerias firmadas entre 2016 e 2020

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Diretora Técnica do Museu do Futebol	Graduada em Ciências Sociais, mestre em Antropologia Social. Em tese de doutoramento, pesquisa e analisa os museus e memoriais esportivos do Brasil, com experiência na América Latina (Argentina e Uruguai) e Europa (Reino Unido)
1	Técnica em Produção de Exposições	Graduação em curso superior em Arquitetura, Comunicação e Artes, Museologia
1	Técnica em produção de Eventos	Graduação em curso superior na área de Humanas
1	Assistente de Museografia	Ensino Médio Completo





V) PÚBLICO ALVO: visitantes e usuários em geral

V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

- Elaborar e atualizar a Política de Exposições e Programação Cultural do Museu, considerando sua missão, o acervo que mantém em comodato, seus públicos-alvo e função sociocultural. A definição da programação e das exposições deverá considerar critérios conceituais e curatoriais, sobretudo a partir da temática e dos focos de atuação do museu. *Submeter anualmente para aprovação da SEC, juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, a Política de Exposições e Programação Cultural para o próximo ano, com Descritivo das Exposições e Programação Cultural. As exposições que não estiverem previstas no Plano de Trabalho, deverão ser informadas até o trimestre anterior à sua realização, para aprovação da Secretaria.*
- Atualizar e aprimorar legendas, comunicação visual e acessibilidade expositiva. *Apresentar informação semestral das ações implementadas.*
- Assegurar a acessibilidade expositiva (para pessoas com deficiência e por meio de recursos em inglês e espanhol) à exposição de longa duração e buscar promover a acessibilidade expositiva nas exposições temporárias e itinerantes, bem como na programação cultural oferecida. *Apresentar informação semestral das ações implementadas.*
- Informar o número de visitantes presenciais mensalmente e sempre que solicitado. *Apresentar mensalmente por e-mail o público presencial do museu, especificando os segmentos de público recebidos e enviar planilha segmentada e quantitativa de públicos (nos relatórios de atividades trimestrais e anual).*
- Participar das ações de integração e eventos da Rede de Museus da SEC, composta pelos 18 museus da SEC geridos em parceria com Organizações Sociais de Cultura, tais como a Semana Nacional de Museus e a Mostra de Museus da SEC.
- Participar com ação ou programação das seguintes campanhas promovidas ou apoiadas pelo Governo do Estado: Campanha do Agasalho e Virada Inclusiva e outras programações pontuais ou específicas que ocorram ao longo do ano, apoiadas pelo Governo do Estado.
- Assegurar investimento do repasse anual do Contrato de Gestão para a manutenção das Rotinas e Obrigações Contratuais do Programa de Exposições e Programação Cultural.
- Rotinas da área de tecnologia do Museu do Futebol: realizar manutenção preventiva nos equipamentos audiovisuais da exposição



de longa duração, Auditório e exposições temporárias (quando for o caso).

4. PROGRAMA EDUCATIVO

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Contribuir com a educação não formal, possibilitando a acessibilidade e a construção de conhecimentos (cognitivos, afetivos, sensíveis, críticos, desenvolvimento de habilidades etc.) a partir do patrimônio preservado e comunicado pelo museu por meio de visitas educativas, produção de materiais e conteúdos pedagógicos, oferta de oficinas, além da estruturação de programas e projetos específicos para diferentes públicos, promovidos por equipe fixa e qualificada;
- Contribuir para a formação de público para museus por meio de parceria com as redes pública e privada de ensino, e implantar estratégias de manutenção do acesso do público escolar aos museus, a partir de ações específicas desenvolvidas de acordo com as especificidades e potencialidades da instituição;
- Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar, para subsidiar a avaliação e o aperfeiçoamento dos serviços prestados.
- Aperfeiçoar e intensificar as parcerias com as redes estadual e municipal de educação, instituições de ensino superior e instituições não escolares diversas, tais como ONGs, Institutos, Associações, agências de turismo, dentre outros.
- Desenvolver e executar projetos e ações que promovam a inclusão social, trazendo para o museu ou levando o museu a locais onde se encontram grupos sociais diversificados, marginalizados e com maior dificuldade no acesso a equipamentos culturais (tais como pessoas com deficiência, idosos, pessoas em situação de vulnerabilidade social) ou que estejam no entorno do museu.
- Apoiar a qualificação dos principais responsáveis por visitas de grupos, por meio de cursos e oficinas de capacitação para professores, educadores, guias de turismo e outros.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O Núcleo Educativo do Museu do Futebol realiza a mediação entre o acervo e o público por meio de visitas em grupo, oferecimento de jogos e atividades a partir dos elementos da exposição de longa duração, das exposições temporárias e das programações culturais específicas. O principal foco é o atendimento ao visitante. Para tal, o Núcleo utiliza recursos lúdico-pedagógicos que visam ampliar o diálogo do público com o acervo por meio de reflexões e da transposição da linguagem.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

O Núcleo é composto pela coordenação (1 coordenador e 1 assistente de coordenação), 1 assistente administrativo responsável pelo agendamento e apoio à gestão dos dados dos públicos atendidos pelo núcleo; 4 supervisores (educadores e orientadores); 11 educadores e 08 orientadores de público.

Como resultado prático das ações que o Educativo desenvolve diretamente com o público, a partir do âmbito teórico, o educador do Museu do Futebol, desde o início de sua função, passa por etapas fundamentais de aprendizado e reflexões que o levam a buscar uma excelência na relação com o público. Como processo inicial, o educador ingressante dedica-se um mês na apropriação de conceitos pedagógicos, tais como referências psicopedagógicas, exercícios de aplicação e produção de materiais. O resultado desta formação inicial é a elaboração de um roteiro temático que exige tempo de pesquisa e apropriação do acervo e do conteúdo do museu. A interdisciplinaridade da equipe reflete diretamente na diversidade dos roteiros e atividades produzidas.

A mediação é a metodologia fundamental para que a visita resulte em uma experiência estética, crítica e lúdico-pedagógica dentro do museu. Além do roteiro, estrutura definidora da visita educativa de cada educador, faz parte das ações dos educadores desenvolverem jogos e atividades para o público em geral, sempre com a preocupação de que a adaptação da linguagem seja possível dentro dos jogos e atividades, de modo a incluir todos os perfis de públicos.

No campo da gestão intelectual, o Núcleo Educativo incentivará a participação de seus membros em mesas redondas, palestras, simpósios e seminários para falar de educação, mediação e acessibilidade, bem como realizar visitas técnicas para empresas e outras instituições culturais e do ensino formal e não formal interessadas em ampliar o diálogo com seus clientes ou público de maneira acessível e acolhedora.

Uma importante ferramenta de gestão, a avaliação individual 360º com a equipe, foi retomada em 2016, e será uma constante na gestão administrativa do Núcleo no período do próximo contrato, sendo realizada anualmente. Nesta avaliação de processos, educadores, orientadores, assistentes e supervisores realizam uma profunda reflexão acerca das realizações de seu trabalho e de como, individualmente, podem oferecer soluções e ideias para melhorar ainda mais o que já dá certo e o que pode ser aperfeiçoado.

Desde o início do Museu, a formação continuada é marca registrada do Educativo do Museu do Futebol. Não somente com a possibilidade da participação da equipe em eventos ligados à área da cultura, mas com a capacitação realizada internamente. Educadores e orientadores possuem



horários de pesquisa dentro de suas jornadas diárias de trabalho, e os resultados têm se mostrado eficazes e produtivos. Para os educadores, é o momento de criação de novas maneiras de interação com o público, bem como de uma atualização necessária dos conteúdos pertinentes ao tema, ao acervo e também das discussões que permeiam os debates pedagógicos em sala de aula e em espaços de educação não formal.

Para os orientadores, a possibilidade da realização de uma pesquisa interna vem ao encontro da proposta de que os mesmos ampliem, cada vez mais, as possibilidades de diálogo no atendimento ao público em seus postos de trabalho. Esta perspectiva educativa implantada para esta equipe, original e estritamente operacional, desde outubro de 2013, quando a Orientação passou para a gestão do Núcleo Educativo. Workshops sobre os diversos temas de domínio das formações da equipe, multidisciplinar por essência, continuarão a acontecer, expandindo a troca de conhecimentos interdisciplinares.

Perfis de Público e Avaliação Institucional

No período do novo Contrato de Gestão, compreendido desde o segundo semestre de 2016 até 2020, pretende-se manter o conhecimento dos diversos perfis de público e aprofundar o diálogo com os visitantes que frequentam o museu – estudantes do ensino formal público e privado, professores, pessoas em situação de vulnerabilidade social, pessoas com deficiência, famílias, profissionais de diversos segmentos, turistas, entre outros. Para que isto ocorra, é estratégico manter como atividade rotineira do Programa as avaliações, traçadas por meio de formulários que possibilitam identificar o perfil e medir a satisfação do público atendido pelos educadores. A avaliação constante também permite fazer um balanço das ações da equipe, da qualidade do atendimento, bem como auxiliar no desenvolvimento de jogos e atividades, roteiros adaptados e materiais educativos extra-acervo.

Nesse sentido, será primordial a manutenção da plataforma virtual pela qual os formulários são preenchidos e enviados (Google Formulários). Desde a sua concepção, a Avaliação Institucional de Visita Educativa é alvo de constantes investimentos de melhoria, seja para facilitar o preenchimento, seja para ampliar as possibilidades da coleta de dados. Em 2015 iniciamos o uso de plataforma virtual, como forma de aprimorar a análise dos dados e em 2016 passamos a realizar todo o preenchimento da avaliação em base virtual, evitando o uso massivo de papel na impressão dos formulários. Desta forma, o Núcleo seguirá investindo no aperfeiçoamento da avaliação como tem feito desde seu início.

Como estratégia para captação do não público e de ampliação do diálogo com nosso atual público, contribuiremos com novas ideias para conteúdos



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

das exposições temporárias e de longa duração, reformulação do conteúdo do nosso site, plano de comunicação e ações em conjunto com o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), reafirmando a proposta de transversalidade já aplicada ao Museu desde a assunção da atual diretoria técnica.

Os objetivos específicos que pautam as ações propostas para o período de 2016 a 2020 são:

1. Ampliar o acesso ao museu pelo público escolar.
2. Ampliar e diversificar as parcerias institucionais para viabilizar o acesso ao museu por diferentes segmentos de público, ampliando os públicos agendados, incluindo as pessoas com deficiência, em situação de vulnerabilidade, idosos e famílias.
3. Diversificar as atividades para os visitantes, por meio da criação e oferecimento de jogos, atividade e dinâmicas educativas para o público.
4. Ampliar as ações de inclusão e acessibilidade por meio da continuidade e a ampliação dos projetos bem sucedidos como o "Deficiente Residente", projeto "Museu Amigo do Idoso"
5. Desenvolvimento de novas ações extra-muros.
6. Ampliar a divulgação das ações educativas no site do Museu do Futebol

Objetivo 1.) Ampliar o acesso ao museu pelo público escolar.

A capacidade total de vagas para público agendado, no período de 2016 a 2020 é de 271.440 pessoas, distribuídos em: 30.160 no segundo semestre de 2016 e 60.320 em cada ano subsequente. Do total dessas vagas, prevemos uma ocupação de até 60% com o público escolar, perfazendo 162.864 vagas. Sobre essa previsão, a meta mínima a alcançar no período total do contrato é de 66.800 alunos, distribuídos da seguinte forma: 2016 (2º semestre): 6.600; 2017 – 13.600; 2018: 15.200; 2019: 15.200 e 2020: 16.200.

Para outros públicos, prevemos 108.576 vagas no período, com meta mínima de atendimento de 48.100 pessoas, conforme os anos: 2016 (2º semestre): 4.500; 2017: 10.600; 2018: 11.000; 2019: 11.000; 2020: 11.000.

Para ampliar o público escolar, contaremos com a manutenção da parceria com a Secretaria Municipal de Educação que, desde 2015 envia ônibus para as escolas municipais visitarem o Museu do Futebol e com a divulgação das vagas disponíveis para o mailing de escolas públicas e particulares desenvolvido desde a inauguração do Museu.





Além disso, pretendemos buscar novas parcerias com Secretarias (Educação, Cultura e Turismo) de municípios da região metropolitana, compreendendo São Bernardo do Campo, Diadema, Carapicuíba, Guarulhos, Santo André, entre outros.

No período será realizado estudo para melhoria do sistema de agendamento, com levantamento de softwares e sistemas para automatização do preenchimento de dados do agendamento, com criação de banco de dados com escolas, agências de turismo e outras instituições.

Objetivo 2.) Ampliar e diversificar as parcerias institucionais para viabilizar o acesso ao museu por diferentes segmentos de público, ampliando os públicos agendados, incluindo as pessoas com deficiência, em situação de vulnerabilidade, idosos e famílias.

Também se buscará contemplar grupos que vivem em situação de vulnerabilidade social, assim como manter parcerias já consolidadas com instituições que se dedicam a este perfil de público, tal como a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social. Manteremos também o oferecimento de visitas a grupos de pessoas com deficiência e idosos, bem como grupos de empresas, estrangeiros, agências de turismo, personalidades e autoridades, além da realização de visitas técnicas e gravações.

Para o melhor cumprimento dessa meta, será buscado o agendamento ativo a instituições que trabalham com o perfil de público e possam disponibilizar transporte aos grupos. Parcerias com instituições renomadas, como fundações, institutos e ONGs visarão reforçar a melhora dos índices de atendimento desses públicos.

Objetivo 3.) Diversificar as atividades para os visitantes, por meio da criação e oferecimento de jogos, atividade e dinâmicas educativas para o público.

As estratégias para o atendimento ao público espontâneo são:

- a) oferecimento de visita mediada sem o agendamento prévio, aos finais de semana e feriados;
- b) oferecimento de visitas mediadas ao Estádio do Pacaembu aos finais de semana (público espontâneo) e às sextas-feiras (público agendado), incluindo a elaboração de um material inédito complementar à visita mediada ao Estádio, acessível a todos os perfis de público;
- c) criação de novo material educativo disponibilizado no espaço expositivo, para orientar a visita espontânea sem necessariamente contar com a participação de um educador;



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- d) para o ano de 2018 pretendemos trabalhar o tema Copa do Mundo, tendo em vista o campeonato na Rússia desenvolvendo uma cartilha educativa com aspectos culturais Brasil e Rússia a ser distribuída para professores e alunos;
- e) para as famílias e demais perfis que frequentam o museu aos finais de semana, os educadores continuarão a oferecer jogos, atividades e oficinas educativas sempre buscando o diálogo do acervo com os recursos lúdico-pedagógicos. A meta é a criação de 36 novas atividades/jogos/dinâmicas no período 2016-2020 e o oferecimento de até 436 horários específicos para essas atividades, conforme quadro abaixo.

	N. de jogos/atividades/dinâmicas criadas	N. de atividades oferecidas ao público
2016	4	24
2017	8	100
2018	8	104
2019	8	104
2020	8	104
Total	36	436

O quadro abaixo sintetiza as atividades oferecidas ao público e suas capacidades máximas de atendimento, bem como o percentual mínimo que se pretende atingir.

Tipo de atividade	Capacidade (máximo de pessoas atendidas no período total do contrato)	Meta (mínimo de pessoas atendidas)	%
Visitas agendadas	271.440	114.900	42%
Visitas ao Estádio	7.200 (20 px por visita)	5.400	75%
Visitas a famílias (feriados e finais de semana)	8.280 (20 px por visita)	1.272	15%
Pessoas atendidas em jogos e atividades	6.540 (15 px por atividade)	4.360	67%
Total	293.460 pessoas atendidas	125.932	42%
% atendido pelo Núcleo	19,5% (máximo)	8% (mínimo)	





Educativo dentro da meta de visitantes do Museu (1.510.000 pessoas)

Objetivo 4.) Ampliar as ações de inclusão e acessibilidade por meio da continuidade e a ampliação dos projetos bem sucedidos como o "Deficiente Residente", projeto "Museu Amigo do Idoso"

4.1) Museu Amigo do Idoso

Como principais projetos dentro do Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol (PAMF), manteremos, no segundo semestre de 2016, o projeto de residência *Museu Amigo do Idoso*, com pessoas idosas e que já está em curso desde o primeiro semestre deste ano. O projeto parte da mesma premissa do *Deficiente Residente*, de que a melhoria no atendimento da pessoa idosa parte das necessidades e indicações realizadas por uma pessoa idosa que convive juntamente com a equipe.

Em 2017, como consolidação desta experiência inédita no museu, apresentaremos um artigo a ser publicado em plataforma online e, posteriormente, se possível, em publicação escrita. Como continuidade deste projeto e pensado com os residentes que atuaram no mesmo, propomos como meta condicionada a criação do *Espaço Museu Amigo do Idoso*, que tem como objetivo realizar encontros mensais em um espaço cenográfico do museu que seja acolhedor, aconchegante, com músicas para poder dançar e fazer outras atividades propostas pela equipe. Um espaço de convivência, de coleta de histórias, de troca de experiências, de fazer novos amigos, de atividades mediadas por nossas equipes (como uma praça onde as pessoas se encontram para jogar algum jogo, aprender alguma técnica de arte, compartilhar memórias, etc.). O motivo para que esse encontro aconteça periodicamente é, aos poucos, propiciar, para este público, apropriação, interesse e engajamento do nosso não público.

4.2) Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada

Neste mesmo ano de 2017 iniciaremos a 2ª Temporada do já premiado projeto *Deficiente Residente* que, entre algumas novidades, contará com um residente com síndrome de Down. Ao final de cada ano, apresentaremos uma nova atividade pensada juntamente com o residente da edição, bem como um manual de convivência para a deficiência específica trabalhada. Em 2020, consolidaremos todos os manuais para uma publicação única a



ser distribuída gratuitamente para instituições culturais e do ensino formal e não formal. O retorno deste projeto, em uma nova temporada, tem como objetivo atingir parte significativa da equipe de educadores e orientadores que não participou das primeiras edições da primeira temporada, que durou seis anos. Nesse sentido, muitos dos educadores e orientadores que hoje atuam conosco ainda não eram funcionários do museu quando do início do projeto em 2010.

4.3) Novo projeto: Laboratório de Acessibilidade e Inclusão na Educação

Paralelamente a isto e com o mesmo objetivo e com a nossa expertise já reconhecida no campo da educação e acessibilidade daremos início, em 2019, ao Laboratório de Acessibilidade e Inclusão na Educação, que terá como principal ação trazer convidados especialistas para dialogar com a equipe educativa e público geral interessado a respeito dos desafios da inclusão e da acessibilidade quando a pauta é educação. Para tanto, os convidados ficarão conosco durante dois dias para uma apropriação das atividades do Núcleo, bem como sua gestão, e para a realização do diálogo com público, podendo ser uma palestra, uma oficina, um workshop, um mini-curso, entre outras possibilidades. Estes encontros serão divulgados e abertos ao público interessado, gratuitamente. Como requisito, pediremos aos palestrantes o envio de um artigo sobre o tema a ser dialogado para que, como resultado, tenhamos ao final de cada ano uma publicação com os artigos dos convidados e do Núcleo de Ação Educativa e, ao final de cada semestre uma “pílula” com o material captado nos encontros.

Ainda dentro do Programa de Acessibilidade do Museu do Futebol, como ação de destaque, realizaremos a implantação do videoguia para o público surdo utilizando-se de recortes temáticos escolhidos com os nossos antigos residentes surdos, de modo a ampliar o acesso deste perfil específico de público. É bem sabido, nesse sentido, e também foi possível comprovar com a terceira edição do projeto *Deficiente Residente* (que trabalhou a deficiência auditiva), que o público surdo constitui uma comunidade com hábitos e características próprios, incluindo-se a LIBRAS, a Língua Brasileira de Sinais como marca inerente da comunidade surda. O videoguia vem para complementar ainda mais os recursos de acessibilidade do museu, juntamente à toda a estrutura física e aos audioguias para estrangeiros e público cego. Nesse sentido, o desenvolvimento de um projeto de videoguia em LIBRAS e sua implantação reforçam a acessibilidade como um dos pilares fundamentais do Museu do Futebol.



Síntese dos projetos propostos:

2016:

- Continuidade do projeto Museu Amigo do Idoso (residência de 1 idoso por 3 meses e realização de 1 evento planejado pelos residentes no Dia Internacional do Idoso)

2017:

- Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – Síndrome de Down
- Projeto Museu Amigo do Idoso – publicação de artigo sobre a experiência e celebração de evento no Dia Internacional do Idoso
- Criação do Espaço Amigo do Idoso (meta condicionada)

2018:

- Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – surdos
- Criação de videoguia para surdos visitarem a exposição
- Continuidade das ações do Espaço Amigo do Idoso (meta condicionada, caso seja implantada em 2017)

2019:

- Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – deficiência física/motora
- Criação do Laboratório de Acessibilidade e Inclusão na Educação
- Continuidade das ações do Espaço Amigo do Idoso (meta condicionada, caso seja implantada em 2017)

2020:

- Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada – cegos/baixa visão
- Continuidade das atividades do Laboratório de Acessibilidade e Inclusão na Educação
- Continuidade das ações do Espaço Amigo do Idoso (meta condicionada, caso seja implantada em 2017)

Objetivo 5.) Desenvolvimento de novas ações extra-muros.

5.1) Projeto Museu Vai à Escola – meta condicionada

Como ação extramuros voltada para o ensino formal, o Educativo pretende inaugurar, em 2018, o projeto *Museu do Futebol Vai à Escola*. Como espaço referência dedicado ao futebol, o Museu do Futebol percebe a limitação da abrangência de estudos acadêmicos e atividades educativas envolvendo a parceria entre ensino formal/ ensino não formal, o que limita o



reconhecimento de recursos que uma instituição de ensino não formal possui para atrair e engajar um processo compartilhado de aprendizagem e troca de conhecimentos e experiências com instituições de ensino formal, comprometendo, desta forma, a noção de identidade em nossa cultura e, em um segundo plano, das plataformas de ensino disponíveis na atualidade. Este projeto busca, portanto, além de suas funções educativas, ser uma ponte de aproximação do ensino formal com o ensino não formal. Será selecionado um grupo de membros do educativo, cerca de três ou quatro pessoas, que desenvolverão um roteiro de mediação que busque apresentar os conteúdos trabalhados no Museu do Futebol para um público que está distante do acervo. Como material de apoio serão utilizados objetos, imagens, jogos e quaisquer outras peças relevantes no processo de aprendizado. O grupo educativo irá se deslocar até a instituição de ensino, que por sua vez disponibilizará horário e local adequado para a apresentação (auditório, sala de aula). Por meio de visitas educativas às instituições de ensino, será feita uma mediação com os alunos e professores na qual serão abordados temas ligados a história do futebol, sob a égide de patrimônio cultural e imaterial que norteia o pensamento do Museu do Futebol. Como resultado, teremos a elaboração, em parceria com a escola, de uma atividade educativa a ser utilizada com a faixa etária atendida no projeto.

O projeto será integrado, a depender da disponibilidade de recursos, da meta condicionada "Biblioteca itinerante", de responsabilidade da equipe do CRFB e descrita no Programa de Acervo.

5.2) Projeto Aproximações

Em sua segunda edição, o projeto terá como público-alvo os feirantes da Praça Charles Miller. Tal como na primeira edição, o objetivo principal do projeto será estabelecer com os trabalhadores da praça um vínculo de modo a envidar com eles a noção de pertencimento e apropriação do patrimônio museológico, além de conciliá-los como multiplicadores da campanha da memória do bairro, auxiliando na formação de um acervo sobre o entorno, em um projeto conjunto com o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (a ação do CRFB será a campanha "Memórias do Pacaembu, iniciada em 2016).

Tal como a primeira edição, os encontros serão filmados e fotografados para manter o registro das ações e, na medida do possível, desenvolver um novo documentário do projeto.

5.3) PAMF Além Muros (2017-2020)



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Com o principal objetivo quebrar as barreiras do acesso e da distância, levando o conteúdo do Museu do Futebol, por meio de ações educativas com a mediação, atividades, oficinas e jogos para casas de repouso, hospitais, aldeias indígenas, abrigos, creches, orfanatos, ou seja, locais e instituições que constituem parte significativa do nosso não-público. Este projeto, de carácter extramuros, parte do princípio de que a acessibilidade também deve ser aprimorada nos dois sentidos. O acesso não significa apenas receber o visitante no museu, mas levar o museu até o (não) visitante.

Objetivo 6.) Ampliar a divulgação das ações educativas no site do Museu do Futebol

Como estratégia de fortalecimento da comunicação museal e também de divulgação das ações as quais o Educativo tem amplo reconhecimento, tais como acessibilidade, mediação e educação, pretendemos ampliar ainda mais o diálogo sobre estas temáticas por meio da produção de artigos assinados pela equipe e publicados na página do Educativo no site do Museu.

Outra plataforma importante é a atuação mais direta da equipe nas mídias sociais já existentes do museu, alcançando, assim o estreitamento das relações com o público interessado e com professores do ensino formal da rede pública e privada.

Meta: número de artigos publicado no site do Museu do Futebol: 2016: 2; 2017: 4; 2018: 4; 2019: 4; 2020: 4.

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA:

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Coordenador do Núcleo Educativo	Graduação em curso superior na área de Ciências Humanas
1	Assistente de Coordenação Educativa	Graduação em curso superior na área de Ciências Humanas
2	Supervisores do Educativo	Graduação em curso superior na área Ciências Humanas
2	Supervisores de Orientadores de Público	Ensino Médio completo - desejável curso superior em andamento
11	Educadores	Graduação em curso superior em Ciências Humanas e Sociais, Educação e Física, Comunicação e Artes
08	Orientadores de	Ensino Médio Completo



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

	público	
1	Assistente administrativo	Ensino Médio completo

IV) PÚBLICO ALVO: estudantes e grupos de visitantes

V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA EDUCATIVO

- Executar e aprimorar periodicamente o Plano Educativo, contemplando o atendimento de vários segmentos de público, bem como os programas e projetos para públicos específicos, priorizando a acessibilidade do museu. No primeiro semestre do primeiro ano do Contrato de Gestão: entregar o "Plano Educativo". A partir daí, submeter anualmente para aprovação da SEC, juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, a atualização do Plano Educativo.
- Manter equipe fixa em número suficiente, com profissionais especializados (inclusive para o atendimento a pessoas com deficiência) e bilíngües (inglês/espanhol), além de promover periodicamente ações de capacitação da equipe. Informar no "Relatório Anual de ações do Educativo" os resultados alcançados com relação às ações de capacitação.
- Realizar mediação de visitas a grupos agendados em todo período de abertura do museu ao público, observando a capacidade de atendimento qualificado das visitas. Informar semestralmente em "Relato Complementar das Ações do Programa Educativo (informações adicionais, quando for o caso)".
- Articular parcerias com a rede escolar e com instituições vinculadas aos demais grupos alvo para ampliar o número de grupos atendidos em todos os horários disponíveis. Apresentar semestralmente "Relato das Ações de Ampliação e/ou Diversificação do Público Agendado".
- Promover inclusão social e cultural a grupos sociais diversificados, marginalizados e com maior dificuldade no acesso a equipamentos culturais (tais como idosos, pessoas com deficiência, pessoas em situação de vulnerabilidade social, doentes em hospitais, etc) ou que estejam no entorno do museu, por meio de projetos e programas acessíveis e participativos. Informar no "Relatório Anual de ações do Educativo" os resultados alcançados nos projetos e programas realizados.
- Proporcionar, dentro do escopo de atuação do núcleo de ação educativa, acessibilidade de conteúdo por meio de diversos recursos (audioguia, maquetes táteis, entre outros), com o intuito de promover uma visita autônoma. Informar no "Relatório Anual de ações do Educativo" os recursos implementados.
- Promover ações voltadas à "Consciência Funcional" para a integração, educação e conscientização dos funcionários de todos os demais setores, a respeito das atividades e funções do museu e o papel e



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

importância de cada um dentro do equipamento. Informar no "Relatório Anual de ações do Educativo" os resultados alcançados das ações realizadas.

- Promover cursos de formação, workshops e palestras para professores, educadores e guias de turismo. Informar semestralmente em "Relato Complementar das Ações do Programa Educativo (informações adicionais, quando for o caso)".
- Elaborar, juntamente com a equipe responsável pela área de pesquisa do museu, materiais qualificados e em diferentes suportes (apostilas, jogos, folders, vídeos etc) para apoio às ações educativas voltadas aos diferentes públicos. Dependendo do suporte do material produzido, deve-se disponibilizá-lo no site do museu. Apresentar semestralmente "Informe dos Materiais Educativos Disponibilizados (impressos e virtuais)".
- Realizar programas, projetos e ações integrados com as áreas técnicas do museu e, também, com núcleos de ação educativa de outros museus pertencentes à SEC. Informar no "Relatório Anual de ações do Educativo" os resultados alcançados dos programas, projetos e ações realizados.
- Realizar pesquisa de perfil e de satisfação do público escolar, para subsidiar a avaliação e o aperfeiçoamento dos serviços prestados. Apresentar semestralmente "Relatório Analítico da Pesquisa de Satisfação do Público Escolar".
- Apresentar dados coletados em pesquisas e avaliações aplicadas ao público atendido pelo núcleo de ação educativa em que se utilizaram modelos próprios da instituição. Informar no "Relatório Anual de ações do Educativo" a análise dos dados obtida.
- Participar das reuniões e atividades do Comitê Educativo.
- Participar das ações em rede promovidas pela Unidade Gestora/SEC (campanhas, eventos, impressos, etc.).
- Participar dos projetos desenvolvidos nas parcerias da Secretaria da Cultura com a Secretaria de Estado da Educação.
- Assegurar investimento do repasse anual do Contrato de Gestão para a manutenção das Rotinas e Obrigações Contratuais do Programa Educativo.

5. PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Integrar e participar ativamente do Sistema Estadual de Museus de São Paulo, SISEM-SP.
- Disseminar boas práticas e conhecimento técnico para o conjunto de museus do Estado de São Paulo, por meio da colaboração do seu corpo técnico na elaboração e execução de ações em municípios da Região Metropolitana de SP e do interior do Estado.



- Realizar ações de articulação, capacitação, difusão e apoio técnico em instituições museológicas e culturais em municípios da RMSP e do interior do Estado, conforme orientação do Grupo Técnico de Coordenação do SISEM-SP/UPPM/SEC.
- Participar das Redes Temáticas de Museus de São Paulo, atuando na articulação, levantamento de informações e realização de ações de apoio à área temática afim.
- Propor novas ações que se coadunem com as linhas estabelecidas, em diálogo com o GTCSISEM-SP.
- Ampliar a visibilidade institucional do museu na RMSP e no interior.
- Ampliar o público atendido pela Organização Social a partir de ações desenvolvidas na RMSP e no interior.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

A atuação do Museu do Futebol no SISEM foi constante e com bons resultados desde 2010. Podemos destacar a itinerância das exposições "Ora, Bolas! O Futebol pelo mundo", em 2010, para Piracicaba e Praia Grande; "Olhar com outro olhar" para Araraquara em 2011 e "Museu do Futebol Na Área" para Piracicaba, Taubaté e Santos em 2015 e 2016. Além da circulação das exposições, realizamos em média 2 visitas técnicas ao ano, desde 2011, com foco em gestão de acervos, montagem de exposições, manutenção predial e educação e acessibilidade. Realizamos diferentes workshops e palestras sobre os temas de expertise do Museu do Futebol.

Em 2013, foi formada a Rede Memória e Esporte, que reúne representantes de museus, centros de memória, instituições culturais, clubes esportivos ou interessados no tema. Há três anos mantêm-se ativa, com a proposição de uma agenda comum de trabalho, sempre com o foco em ampliar as possibilidades de intercâmbio técnico entre profissionais e a divulgação dos acervos, programas e eventos. Para 2016, ano de Jogos Olímpicos no Brasil, almeja-se a realização de ações mais integradas com foco em exposições sobre os jogos.

As estratégias para o Programa de Integração ao SISEM, para o período 2016-2020 pautam-se em três frentes de atuação:

a) Intercâmbio educativo

Projeto por meio do qual educadores e orientadores e supervisores e coordenação do Núcleo Educativo realizarão visitas técnicas em espaços de educação não formal, tendo como prioridade os museus da SEC e do interior de São Paulo mediante articulação do SISEM, ampliando para outros espaços de transmissão de conhecimento e diálogo para com o público. Estas visitas resultarão em relatórios que apontarão elementos e ações



positivas que a outra instituição pode absorver para refletir em melhorias de atendimento ao público, bem como ações que a nossa equipe pode agregar em sua rotina de trabalho com este mesmo objetivo. Além disso, teremos uma participação ativa dos educadores na REM (Rede de Educadores de Museus) bem como o engajamento e fortalecimento em outras redes e encontros que venham a surgir. Do mesmo modo, que a equipe do Núcleo Educativo do Museu irá até outros museus, abre-se a oportunidade de receber educadores e outros profissionais para estágios e/ou vivências de curta duração no Museu do Futebol.

Metas

De 2016 a 2020: 1 encontro por trimestre; total de 18 intercâmbios.

b) Formação de professores/educadores

Propomos ampliar a atuação do Núcleo Educativo na área de formação de professores, educadores e demais profissionais por meio de cursos presenciais e/ou on line. Levar esse programa ao SISEM visa a melhor articulação dos públicos e o oferecimento das expertises do Museu do Futebol sobre acessibilidade e inclusão aos profissionais dos museus do estado de São Paulo.

Para as ações de formação a distância, criaremos mini-cursos temáticos que poderão ser acessados a partir do site do Museu do Futebol. Como temáticas iniciais, abordaremos, por exemplo: Como lidar dentro da educação com pessoas com deficiência? Como mediar com acervo de patrimônio imaterial? Como bem utilizar a tecnologia e a educação? Como realizar avaliações qualitativas de ações educativas? Como estabelecer relações do ensino não formal com o ensino formal?, entre outros.

Metas

De 2016 a 2020: 1 encontro por trimestre; total de 18 encontros. Cada encontro para até 20 pessoas, estimativa de 360 professores/educadores atendidos, presencial ou on-line

Ações para a Rede Memória e Esporte

O Núcleo do CRFB, com o apoio do Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional atuará de modo mais intenso na Rede Memória e Esporte, articulando, conforme consenso entre seus membros:

- Plano de comunicação integrada para a página no facebook e blog da Rede, já existentes;
- Criação de página sobre a Rede no site do Museu do Futebol, dando destaque à iniciativa e relacionando possibilidades de roteiros entre as instituições;
- Utilização dos espaços nas estações de metrô para criação de mini-exposições conjuntas entre as instituições da Rede.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Como metas condicionadas, que dependerão da disponibilidade de recursos humanos e equipamentos adicionais, indicamos:

- criar procedimentos e plano de necessidades para abertura e oferecimento de Serviços de Preservação Digital (Digitalização e Conservação) para comunidade relacionada à memória do esporte.

Metas

2016 – Realização de Mostras na Linha 4 Amarela do Metrô sobre o tema Olimpíadas

2016-2020 – Integrar a Rede de Memória e Esporte nas ações de divulgação institucional do Museu do Futebol

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Coordenador do CRFB* (cargo vago)	Graduado, com experiência em projetos de gestão de acervos, pesquisa e documentação
1	Técnico Pesquisador	Graduação em curso superior em Ciências Humanas e Sociais
1	Técnico Bibliotecário	Graduação em curso de Biblioteconomia
1	Técnico em Documentação	Graduação em curso superior em Ciências Humanas e Sociais
1	Assistente de Pesquisa* (cargo vago)	Ensino Médio completo
2	Assistentes de Documentação	Graduação em curso superior na área de Ciências Humanas e Sociais
1	Coordenador do Núcleo Educativo	Graduação em curso superior na área de Ciências Humanas
1	Assistente de Coordenação Educativa	Graduação em curso superior na área de Ciências Humanas
---	Educadores, orientadores e supervisores, conforme demanda	Nível superior completo em andamento

IV) PÚBLICO ALVO: museus e municípios do interior e Grande SP e seu público.

V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- Considerar as demandas do interior, litoral e região metropolitana de SP discutidas com o Grupo Técnico e com o Conselho de Orientação do SISEM/UPPM, no planejamento das ações integradas ao SISEM-SP, que poderão ser definidas dentro das linhas de ação existentes (comunicação, apoio técnico, articulação, formação).
- Submeter anualmente para aprovação da SEC, juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, a proposta de ações integradas ao SISEM-SP (exposições itinerantes, com título, necessidades para montagem e proposta de ação atrelada à exposição, por exemplo, bem como a formação da equipe educativa do museu que receberá a exposição; seminários, oficinas e palestras, com descrição de carga horária, número de vagas e ementa; estágios técnicos, com descrição de período de estágio, número de vagas e perfil desejado do candidato ao estágio; visitas de formação - no sentido de receber profissionais de outros museus, com definição de número de vagas e datas de realização; visitas técnicas - no sentido de um profissional da OS ir até a instituição e elaborar um relatório de recomendação, com definição de número de visitas e especialidade a ser tratada - que pode ser expografia, comunicação visual, conservação preventiva, etc). Esta proposta detalhada deverá ser entregue junto ao anexo *Descritivo das Ações de Apoio ao SISEM-SP*. Apresentar informação anual das ações implementadas.
- Participar e promover intercâmbios técnicos, recebendo em estágio técnico, profissionais de museus de diferentes regiões do Estado, de outros Estados e de outros países, bem como enviando também funcionários do museu em iniciativas afins. *Entregar relatório trimestral das atividades de apoio ao SISEM-SP realizadas no período, incluindo estágios técnicos recebidos ou realizados, ações realizadas junto às Redes Temáticas e relato das ações realizadas no âmbito do ICOM Brasil.*
- Encaminhar no prazo de até uma semana após a realização da ação prevista no plano de trabalho, o relatório sintético da ação. O formulário de relatório sintético, já entregue às OSs, pode também ser solicitado pelo e-mail sisem@sp.gov.br.
- Seguir as recomendações de prazos determinados para cada ação conforme estipulado anteriormente pelo GTCSISEM-SP: 45 dias antes da ação, realizar o contato com o município; 30 dias antes da ação, confirmação de local, data, horário e tema a ser trabalhado; 20 dias antes da ação, aprovação da peça de divulgação; 15 dias antes da ação, início da divulgação e 07 dias após a realização da ação, envio de relatório para o GTCSISEM-SP.
- Encaminhar relação de parcerias estabelecidas com outras instituições museológicas, realizadas e previstas, para que o GTCSISEM-SP possa coordenar seu planejamento, evitando assim sobreposições de ações de apoio.



- Divulgar regularmente os serviços e a programação do museu no site do SISEM (www.sisemsp.org.br), seguindo os prazos determinados no ofício circular UPPM/SISEM nº01/2014.
- Participar das ações em rede promovidas pela Unidade Gestora/SEC (campanhas, eventos, impressos, etc.).
- Atualizar anualmente e entregar com a proposta de aditamento anual o mapeamento de ações potenciais para integração do SISEM-SP dentre as ações planejadas em diversas áreas técnicas da OS.
- Assegurar investimento mínimo do repasse anual do Contrato de Gestão para a manutenção das Rotinas e Obrigações Contratuais do Programa de Ações de Integração ao SISEM-SP.

6. PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Divulgar amplamente as exposições, a programação cultural, as ações de pesquisa e os serviços prestados pelo museu, contribuindo para a ampliação do conhecimento e da valorização do patrimônio museológico por parte do público em geral, e para o crescimento do número de visitantes e participantes das atividades desenvolvidas.
- Prestar informações atualizadas sobre a programação e serviços do museu.
- Elaborar publicações diversas, com enfoque educativo, histórico, artístico, técnico e/ou científico-tecnológico, contribuindo para a ampliação do conhecimento geral e específico acerca das linhas de atuação e dos principais temas afetos ao museu.
- Fortalecer a presença do museu nos meios de comunicação como equipamento cultural do Governo do Estado de SP de alta qualidade e interesse social.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO

O Programa é coordenado pela equipe do Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional subordinado à Diretoria Executiva do IDBrasil, em conjunto com a Diretoria Técnica e suas coordenadorias responsáveis pelas atividades finalísticas do Museu do Futebol. Ressaltamos que a área passou por reestruturação dentro do IDBRASIL, no início de 2016, visando reorientar colaboradores internos para ações mais efetivas de comunicação, parcerias e patrocínios do Museu do Futebol.

As ações do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional trabalha com a matéria da programação e serviços oferecidos pela instituição: exposição de longa duração, exposições temporárias, virtuais e itinerantes, programação cultural, Centro de Referência do Futebol



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Brasileiro (CRFB) e serviços: loja, restaurante e espaços para eventos. A programação e serviços de um museu e seu plano de comunicação deve criar a expectativa de uma experiência relevante, emocionalmente impactante ao visitante e suficientemente atraente para a cobertura da mídia, prospecção de patrocínios/parcerias junto à iniciativa privada e instituições do terceiro setor, bem como a admiração dos formadores de opinião.

Uma instituição obtém sucesso quando oferece algo que a sociedade almeja de forma consciente ou não. Nesse sentido, quais são os pontos de sucesso de um museu como o Museu do Futebol? Podemos apontar pelo menos os seguintes:

- a) Exposição de longa duração com acervo apropriado e constantemente modernizado;
- b) Exposições temporárias impactantes, que proporcionem experiências e abriguem temas de interesse do grande público, roteirizadas para algo inesquecível. Sabidamente, o público que já conhece o museu retorna para outras visitas quando há uma exposição nova;
- c) Abrigado em edifício icônico; com ambiente agradável, amigável onde o visitante possa esquecer o tempo e imergir no universo do acervo;
- d) Dotado de recursos humanos preparados e motivados a atender e servir;
- e) Núcleo Educativo com programação de atividades e recursos humanos orientados a receber com propriedade a diversidade dos públicos que se propõe atrair, assim como criar conteúdos para a propagação da mensagem nuclear do museu;
- f) Lideranças reconhecidas por sua capacidade de agregar interesses, atrair patrocinadores e com capacidade de manter relacionamentos com diversos públicos de interesse para elevar a importância da entidade.

Seja qual for a capacidade da área, ela sempre estará limitada ao teto da capacidade criativa individual e coletiva das lideranças que compõem a entidade. Ela não poderá dissertar sobre algo que não existe. Tendo isso em mente, é tarefa desse Núcleo se valer de canais de comunicação e formas de relacionamento para potencializar a visibilidade e atuação, atuando na articulação com o mercado a fim de alavancar patrocínios, parcerias institucionais e de mídia visando à captação de recursos na iniciativa privada e junto a pessoas físicas, e articulação com a sociedade civil organizada para proposição de iniciativas e ações em conjunto, e a implementação do plano de comunicação do museu para a sua divulgação, fortalecimento da imagem institucional e conseqüente aumento de seu prestígio e número de visitantes.

Para cumprir os objetivos de divulgar as ações culturais e educativas da instituição, dar visibilidade pública ao acervo e fortalecer a imagem do Museu como um equipamento cultural do Estado de São Paulo de alta



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

relevância e legitimidade pública, propomos os objetivos, ações e metas descritas abaixo:

Objetivo 1) Divulgar amplamente as exposições, a programação cultural, as ações de pesquisa e os serviços prestados pelo museu, considerando os diferentes públicos

Ações propostas
2016-2020

Elaborar e implantar Plano de Comunicação do Museu do Futebol

O plano de comunicação terá como objetivo a divulgação do Museu como um equipamento de alta qualidade do Governo do Estado de São Paulo, tendo como mote para a campanha publicitária institucional, a ativação da memória afetiva que o futebol invariavelmente desperta em todos os brasileiros, chamando a atenção para o fato de que, ao visitar o Museu do Futebol, todos podem sentir essa experiência. Também estará contemplada no plano de comunicação a divulgação das atividades do Museu e temas de fundamental relevância dentro do meio do futebol como: a paz nas torcidas de futebol, a presença das mulheres no esporte e a conscientização para a questão do racismo, entre outros gerados a partir das ações de pesquisa, exposições, programação cultural e ações educativas. Serão usados os vários canais de comunicação disponíveis para a divulgação do museu tendo como finalidade o aumento de seu conhecimento, prestígio e número de visitantes.

Abaixo estão listadas algumas das ações que farão parte do plano de comunicação a ser apresentado em 2016.

a) Campanhas institucionais

Serão firmadas parcerias de mídia com veículos de comunicação renomados e de grande circulação, na forma de permuta integral, idealmente, como descrito acima, bem como com publicações específicas do meio esportivo, turístico e cultural, e outros canais de comunicação como revistas, sites e redes sociais de Universidades, por exemplo, sempre tendo como premissa a veiculação o conteúdo adequado ao público de cada canal. Como apenas um exemplo, objetiva-se criar anúncios específicos para as publicações dos clubes de futebol usando a logomarca do museu nas cores de cada time e passar a mensagem convidativa à visita ao Museu e à paz nas torcidas.

O Museu já está em direção da ampliação de seus canais de comunicação com as recém firmadas parcerias com o jornal *O Estado de S. Paulo* e com a *Revista Piauí* (em abril de 2016) para veiculação de anúncios impressos ao longo de 12 meses, e com tratativas avançadas junto à empresa Via Quatro - administradora da Linha 4 - Amarela do Metrô - para que o Museu



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

exponha conteúdos convidativos à visita, de julho a setembro deste ano, em cartazes afixados em displays expositivos na estação Paulista, que está a 1,5 quilômetros de distância a pé do museu (um percurso de cerca de 15 minutos). O tema dessa mostra na Estação Paulista será as Olimpíadas e a ação está dentro do Programa de Integração ao SISEM (Ações com a Rede Memória e Esporte).

b) Programa de Rádio "Fábulas da bola" (título provisório)

Como um novo produto para a divulgação do Museu do Futebol, pretende-se desenvolver um programa de rádio, de cerca de 1 minuto de duração, com conteúdo sobre o futebol percorrendo fatos curiosos, as vozes e músicas que embalam os mais emocionantes momentos da história do futebol brasileiro.

Para tanto, deve-se ser firmada uma parceria com uma rádio de grande alcance, cuja programação envolva também a transmissão de partidas de futebol e notícias esportivas. Para a preparação desses programas, contrataremos profissional que ficará responsável pela elaboração de pesquisas, roteiros e produção de áudio. O programa será criativo, dinâmico, espirituoso e recheado de história e recursos auditivos como sons de torcidas, cantos, gritos de guerra, hinos e depoimentos, sempre convidando o ouvinte a visitar o museu e passando uma mensagem sobre as tão variadas formas como o futebol reflete a sociedade, dialogando com a nossa cultura. Para a locução, procuraremos uma personalidade do mundo futebolístico cuja voz seja conhecida e que a pessoa represente os valores do museu.

Esses programas de rádio receberão imagens e virarão vídeos a serem veiculados nas redes sociais (Facebook e Twitter) e canal do Museu no Youtube. Quando o programa estiver solidificado, procuraremos no mercado ou entre os atuais patrocinadores do Museu uma empresa para que seja seu patrocinador e que assine, nas redes sociais e canal do Youtube, o conteúdo juntamente com o Museu, sendo mais uma oportunidade de contrapartida de divulgação de imagem e marca. Portanto, o produto que se pretende criar terá funções múltiplas: a divulgação do Museu e de temas culturalmente relevantes e a criação de um novo produto patrocinável.

c) Ampliação da presença do Museu nas redes e mídias sociais

Atualmente, o Museu do Futebol conta com pouco mais de 39 mil seguidores no Facebook, 20 mil no Twitter e 1.525 seguidores no Instagram. Todas as redes apresentam claro potencial de crescimento. Assim, propomos o crescimento de seguidores dessas redes, visando, até 2020, alcançar a marca de 250 mil seguidores, na somatória de todas as plataformas.





GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Situação atual de todos seguidores)	2016	2017	2018	2019	2020	Meta esperada
60.525	+ 9.475	+ 40.000	+ 50.000	+ 45.000	+ 45.000	250 mil

Nas redes sociais, serão feitos para postagem, com frequência, vídeos curtos com entrevistas realizadas junto a estudiosos, personalidades, participantes e produtores dos encontros, seminários e mesas de discussão que fazem parte da programação cultural do museu e de sua rede de relacionamento institucional. Materiais dinâmicos como vídeos curtos e interessantes costumam ter um maior alcance nesses canais de comunicação. Paralelamente, os principais eventos da programação cultural do museu, de troca de conhecimento e discussão de interesse social, sediados no museu, serão gravados na íntegra e publicados no canal do youtube.

As postagens nas redes sociais estarão em contínuo aperfeiçoamento e adaptação, acompanhando a dinâmica própria desses canais. Continuarão sendo feitos, e estarão ainda mais na pauta do museu, compartilhamentos e interações com notas de instituições que estejam em consonância com a missão, valores visão do museu. Nesse sentido, estará sendo sempre replicado notas de equipamentos que fazem parte da Rede Memória e Esporte e demais aparelhos culturais do Estado, sempre que o conteúdo fizer sinergia com as premissas de comunicação estabelecidas.

Também serão realizadas transmissões ao vivo pelas redes sociais usando os atuais recursos de streaming (facebook mentions, periscope (twitter) e live do youtube) e Museu do Futebol continuará sendo atuante nos movimentos propostos pelas redes sociais como o Museum Selfie day e o Museum Week, postando conteúdo e interagindo com postagens de outras instituições.

Objetiva-se uma mudança de tom das postagens: ao invés de tom informativo e distante do público, será investido na criação de uma "persona", com postagem mais criativas, ativas e que provoquem relações, diálogos com os públicos.

Visando ampliar o número de seguidores nas redes, e considerando que é oferecido o serviço de wi-fi gratuito a todos os visitantes do Museu, será implantado, em 2016, o dispositivo de "login social", que atrela a navegação na rede wi-fi a um cadastro ou login por meio de redes sociais. A ferramenta ampliará a base de mailing de divulgação da instituição.

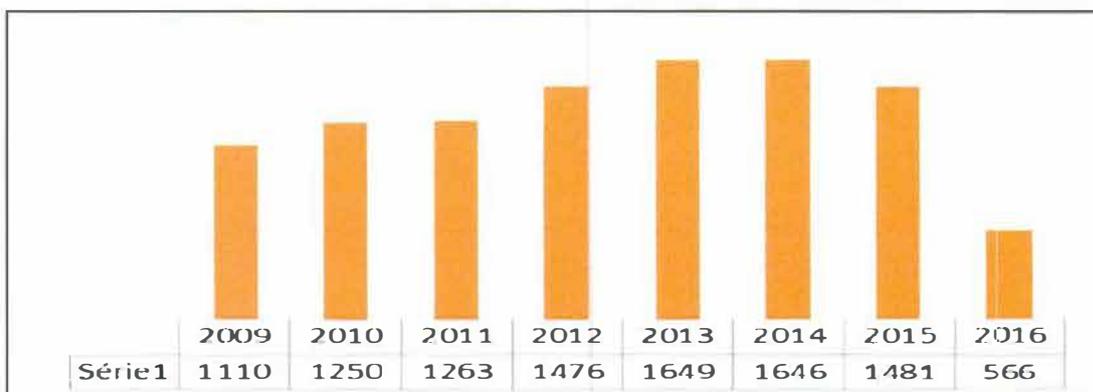


d) Assessoria de Imprensa

O trabalho de assessoria de imprensa será intensificado para a divulgação do museu na mídia, junto aos principais veículos, e também visará a ampliação do relacionamento com blogueiros e formadores de opinião da área esportiva e cultural.

Quando da realização de projetos patrocinados, como exposições, contaremos com a contratação extra de assessoria terceirizada. Quando isso não for possível e, até a possível ampliação do quadro de colaboradores, contaremos com o apoio da Assessoria de Comunicação da Secretaria de Cultura para a elaboração de estratégias de articulação com veículos de imprensa.

Buscaremos manter os bons índices de inserção na imprensa, em todos os tipos de veículos. O gráfico abaixo relaciona o histórico do Museu nesse tipo de divulgação, com a marca de mais de 1.200 inserções/ano, o equivalente a quase 4 inserções/dia.



Lançamento de novo site institucional

O Site do museu está em fase de reformulação para que esteja orientado às melhores práticas para a boa navegação tanto pelo computador, como através de smartphones e tablets (site responsivo). Outro ajuste é a programação adequada para ser mais encontrado nas buscas de usuários pela internet, sendo orientado por SEO (Search Engine Orientation).

O site a ser lançado será mais atraente do ponto de vista visual, com uma navegação fluida e fácil, com uma boa organização dos conteúdos, uma agenda das programações do museu e trazendo em sua home as postagens feitas pelo museu em suas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter). Para a home, foi criado um campo para que seja inserido depoimentos de visitantes do museu e de personalidades contando a sua experiência no museu. Nesse campo, o internauta será convidado a deixar o seu próprio depoimento.

e) Ampliação da base de mailing do Museu do Futebol



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

O Museu possui mailing formado por públicos diversos de interesse da instituição ampliado organicamente ao longo dos 8 anos. O mailing encontra-se segmentado com públicos alvo específicos, como autoridades, profissionais do futebol, visitantes, rede hoteleira e profissionais de turismo, jornalistas, etc. Há a possibilidade de ampliação a partir do público do site, do CRFB, das ações educativas e de empresas que já locaram os espaços do museu e prospects de espaços para eventos e patrocínio.

Para o envio dos E-mails Marketing, o museu conta com uma ferramenta de disparo de e-mails onde é possível filtrar os destinatários de acordo com a mensagem a ser enviada. Após o envio, é possível verificar quantas pessoas receberam a mensagem, quantos e-mails retornaram por serem inexistentes e quantas pessoas abriram a mensagem. Essa é uma forma usada amplamente pelo museu para a divulgação de sua programação, seus assuntos afetos e informações acerca dos seus serviços, aumentando assim o alcance das nossas ações e programas e, conseqüentemente, o aumento do número de pessoas nas atividades, bem como aumento do prestígio institucional por parte dos diversos públicos.

Pretende-se constantemente ampliar o número de e-mails dessa base para envio de mensagens dirigidas por meio da inclusão dos e-mails de visitantes do museu (os e-mails dos visitantes para o recebimento de mensagens podem ser deixados nos totens eletrônicos existentes no museu), e da alimentação dessa base de contatos com os diversos públicos do relacionamento da instituição como um todo, de cada departamentos do museu (equipamentos da Secretaria da Cultura, museus do país, Governo, rede de turismo, corpo diplomático, escolas, universidades, pesquisadores, curadores, prestadores de serviço, entre outros). A ampliação e higienização de e-mails inexistentes dessa base deverá acontecer de forma ativa e sistemática.

f) Peças gráficas e publicações virtuais

O plano de comunicação também envolverá o planejamento da elaboração de materiais de papelaria, impressos (folders, cadernos educativos, entre outros), além de peças gráficas e virtuais como convites para a programação cultural.

Será criado 1 Relatório Anual de Gestão por ano, amplamente divulgado no site e a parceiros. O relatório, por economicidade, será veiculado apenas em formato digital.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Tipo de produto/canal	Número previsto/ano				
	2016	2017	2018	2019	2020
Campanhas institucionais em veículos (jornal/revistas)	6	12	12	12	12
Programa de Rádio "Fábulas da Bola" – a ser veiculado junto de transmissões esportivas e/ou horários disponíveis a partir das permutas	2	6	12	12	12
Produção de vídeos curtos para Canal Youtube e demais redes sociais	4	12	24	24	24
Peças gráficas e convites para eventos (via email marketing/assessoria de imprensa)	10	20	40	35	35
Relatório de Gestão	1	1	1	1	1

Objetivo 2.) Ampliar a visibilidade do acervo do Museu do Futebol e seu ineditismo no que se refere à patrimonialização do futebol como expressão cultural brasileira (patrimônio intangível)

Ações propostas
2017-2020

Elaborar e implantar Plano de Comunicação para o CRFB

Para a elaboração do plano de comunicação específico para o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), será apresentado um diagnóstico de suas atividades e resultados alcançados até o presente momento, seus diferenciais com relação aos demais Centros de Referência existentes no Brasil e no mundo, o mapeamento dos seus atuais frequentadores, bem como os potenciais, para que assim seja traçado seu posicionamento de comunicação e estratégias de divulgação.

De toda forma, pode-se adiantar de que a divulgação do CRFB deverá ser feita de forma integrada e contínua, em publicações impressas e sites voltados ao público-alvo (professores, pesquisadores, jornalistas esportivos), por meio de cartazes em Universidades, em materiais de divulgação dos eventos que fazem parte da programação cultural onde a menção seja relevante, tendo em vista o público alvo de tal evento. Também serão travados contatos com Universidades de Educação Física, Sociologia e Antropologia para o envio de e-mail marketing dirigido aos alunos e professores que estejam estudando ou possam vir a fazer trabalhos acadêmicos e que se valerão do conteúdo presente no CRFB. Nas redes sociais, serão postadas "pílulas" de conteúdos sobre o Centro de Referência e sobre os materiais que fazem parte do seu acervo. Nesse sentido, já se começou e será intensificada divulgação do Centro de



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Referência, seus serviços e a série de conteúdos produzidos e catalogados também no espaço físico do próprio museu e em suas redes sociais.

Nas redes sociais do museu, para divulgação junto ao público em geral, ainda são postados vídeos curtos, usando depoimentos de pesquisadores que se valeram ou estão utilizando as informações presentes do CRFB, bem como vídeos com informações interessantes, valendo-se de depoimentos dos pesquisadores do museu e das imagens coletadas ao longo das pesquisas. Nesse sentido, pretende-se divulgar as pesquisas já realizadas pela instituição, como a sobre o Futebol Feminino, o futebol paulista de várzea, entre outras.

A mensuração da eficácia do plano de comunicação a ser apresentado poderá ser feita acompanhando-se o número de acessos ao banco de dados e o número de visitantes da biblioteca. Será sempre monitorado o público que acessa a biblioteca a partir da pesquisa de perfil a ser implantada a partir de 2016 (meta do Programa de Acervo). Também será coletado o e-mail dos usuários que desejarem receber os e-mails Marketing da instituição.

Objetivo 3) Contribuir para a transparência organizacional e fortalecimento da imagem institucional a diferentes públicos, dentre visitantes, formadores de opinião, parceiros e patrocinadores

*Ações Propostas
2016-2020*

- a) Elaborar anualmente Relatório de Gestão com resultados, indicadores e ações realizadas pelo Museu
- b) Publicar Relatório no site do Museu e divulga-lo por canais digitais diversos (redes sociais, e-mails marketing, dentre outros)
- c) Manter atualizados as páginas referentes aos contratos de gestão vigentes do IDBrasil, bem como seus relatórios de prestação de contas, balanços patrimoniais, lista de dirigentes e conselheiros, dentre outras informações relevantes para os públicos conhecerem os responsáveis e as responsabilidades pactuadas para a gestão dos equipamentos culturais.

Objetivo 4) Contribuir para o engajamento de novos públicos, presenciais e virtuais, para o Museu do Futebol

Parcerias institucionais:

Para atuação em conjunto com instituições sólidas e de atuação alinhadas à missão, valores e visão do museu, pretende-se mapear programas e linhas de atuação de ONGs, programas de Secretarias do Governo, Clubes de Futebol, Clubes de esporte (Pinheiros, Paineiras, etc), Clubes de times de futebol de periferia, instituições de ensino, Associações, entre outros, para a proposição de parcerias institucionais tendo como possibilidade de atuação dois pilares principais: o incentivo para a vinda de seus públicos ao museu e proposição de ações em parceria.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Assim, instituições como Laramara, Dorina Nowill, Fundação Abrinq, Fundação Gol de Letra, Projetos Guri da Secretaria de Estado da Cultura, para ilustrar algumas, e assim por diante, serão convidadas a firmar com o museu um termo de cooperação. Com essas parcerias, o museu estará cumprindo um de seus papéis, o do aumento da democratização de acesso - que já é desenvolvido por meio de sua política de gratuidade e agendamento de grupos escolares da rede pública de ensino pelo Núcleo Educativo do museu-, e estreitará o relacionamento com instituições renomadas buscando a ampliação de sua atuação social com a participação em troca de conhecimento e projetos de interesse social que poderão ser elaborados e promovidos em conjunto, como seminários sobre temas específicos (racismo, participação das mulheres no esporte, violência entre torcidas, acessibilidade e tantos outros temas os quais o futebol sucinta), entre tantos outros.

Outro público que se pretende mapear e estabelecer parcerias são as associações ligadas à atividade turística objetivando a divulgação do museu como opção de lazer com cultura da cidade. Nesse sentido, o museu já conta com parceria junto a SPTuris e São Paulo Convention Bureau, entretanto, pretende-se ampliar significativamente a atuação junto à instituições dessa natureza.

Vale ressaltar que, em abril de 2016, o museu lançou uma campanha chamada MEMÓRIAS DO PACAEMBU, em parceria com a Casa Guilherme de Almeida, Estádio do Pacaembu, Associação Viva Pacaembu Por São Paulo e Cia City para a digitalização de acervo do bairro que tem o objetivo tanto a ampliação do acervo do CRFB como de virar uma exposição virtual no Google Cultural Institute. Paralelamente, também no mês de abril deste ano, o museu iniciou uma parceria com a Fundação Abrinq para a vinda de públicos de suas instituições parcerias. O resultado dessa aproximação foi o planejamento da vinda de 415 jovens ao museu daquele mês.

Objetivo 5) Contribuir para o desenvolvimento e sustentabilidade da instituição por meio da busca ativa de novas parcerias e patrocínios

Ações Propostas:

2016 a 2020

Consolidar Plano para Patrocínio e Parcerias em permuta

Para a prospecção de patrocínios e parcerias em permuta junto à iniciativa privada, pretende-se intensificar o desenvolvimento da sistemática de mapeamento de potenciais empresas patrocinadoras do Museu, tendo como rotina a análise e compilação de dados de revistas de negócio, e o cruzamento com o sistema Salic do Ministério da Cultura para que se levantem as informações quanto aos aportes feitos a projetos culturais por cada empresa, e assim, amplie-se o banco de dados para prospecção de



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

patrocínio/parceria. Pretende-se também, antes da apresentação de uma proposta às empresas, realizar o estudo das linhas de atuação empresarial, levando-se em conta tanto o histórico de aportes feitos por meio da Lei Rouanet e outras leis de incentivo, as diretrizes institucionais para patrocínios (posicionamento, áreas de atuação, localidade, etc), bem como o conjunto de projetos atuais beneficiados pela mesma valendo-se, ou não, das Leis de Incentivo (Rouanet e ICMS -PROAC e Esporte) e Editais.

As propostas de patrocínio/parceria serão sempre, idealmente, em um encontro presencial, levando-se em conta o estudo feito sobre a empresa e a interação com o tomador de decisão da empresa. E a apresentação do museu às empresas prospectadas será de modo a transmitir a qualidade do museu e a efervescência de sua programação, que trabalha a história do futebol, com conteúdo histórico, emoção, interação e diversão, acionando a memória afetiva do público.

Um dos principais desafios do argumento de venda é passar ao interlocutor que não conhece a instituição de que o museu de história e que, portanto, não se restringe aos aficionados pelo esporte. Além disso, o discurso percorrerá os aspectos de acessibilidade do museu, tanto com relação à sua infraestrutura, como do ponto de vista comunicacional, as ações de inclusão de público, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro, as exposições temporárias e virtuais, as atividades educativas, a programação cultural e os aspectos da instituição ao que diz respeito ao perfil do público visitante, número de visitantes, repercussão e inserções na mídia e redes sociais, entre outros aspectos que transmitam o potencial de associação de marca e os ganhos institucionais daquelas empresas que patrocinarem ou vieram a ser parceiras do museu para troca de bens e serviços.

As empresas prospectadas para parcerias forma de negociação em permuta serão:

- os veículos de comunicação para a cessão de espaços publicitários do museu e efetivação do plano de comunicação;
- para materiais e serviços para o museu tais como: uniformes para colaboradores que lidam diretamente com o público; materiais de banheiro, serviço de gráfica, sistema de gerador de energia, manutenção de elevadores, equipamentos para exposições (TVs, projetores, equipamentos de luz, etc) entre outros.

O museu trabalhará com parâmetros de cotas de patrocínio e parceria, com contrapartidas para cada cota, mas haverá, sempre que necessário, a flexibilização das mesmas, na medida do possível e razoável, para que o conjunto de contrapartidas oferecidas atenda plenamente aos interesses específicos da empresa para a efetivação do negócio. Sendo assim, o museu sempre trabalhará com propostas *tailor made*, ou seja, elaboradas sob medida para cada empresa (prospect).



As contrapartidas, por sua vez, envolverão parte ou o conjunto completo do que o museu tem a oferecer aos seus patrocinadores e parceiros, de acordo com o valor do aporte ou permuta, que envolverão dois pilares principais: visibilidade de marca (inserção da logomarca em materiais impresso e digitais; exposição da logomarca no museu – videowall, painel na entrada; ações de ativação de marca no museu; entre outras), e ações de relacionamento e endomarketing (cessão dos espaços do museu para eventos, cota de ingressos, gratuidade a funcionários; visitas exclusivas ao museu após o seu fechamento ou às segundas-feiras quando o museu não abre; etc). Haverá propostas que envolverão exclusividade no segmento de mercado para a empresa; e outras a chancela, e um conjunto específico de contrapartidas, quando o patrocínio envolver programas específicos do museu como uma exposição temporária, projeto de itinerância, exposições virtuais, Centro de referência, programa Educacional, e assim por diante.

Pretende-se travar negociações de patrocínio para um horizonte de dois anos de modo que o esteja vigente até 2018, ano de Copa do Mundo e quando o museu completa 10 anos. – com o compromisso de desembolsos anuais feitos pelas empresas.

Para o cumprimento do acordo de patrocínio/parceria e fidelização das empresas para a renovação do acordo, ao longo da vigência do contrato, haverá o desenvolvimento de ações de relacionamento: o envio sistemático de informações sobre as atividades da instituição, relatórios de prestação de contas, reuniões e, convites para eventos promovidos pelo museu.

O museu sempre estará inscrito nos programas de incentivo à cultura e ao esporte (Plano Anual de Atividades – PRONAC e ICMS (PROAC e Esporte), essenciais na maioria das vezes para a efetivação de acordos, e também em editais promovidos por empresas públicas e privadas.

Objetivo 6) Ampliar as fontes de receita da instituição advindas da iniciativa privada e sociedade civil

Ação proposta

2016-2020

Instituir Programa de Doadores Pessoas Físicas

Para a ampliação das fontes de receita do museu, será desenvolvido um canal de contribuição junto a pessoas físicas, canal este inédito para a instituição até o presente momento. Pretende-se criar as regras de negócio para tal canal, que visará ao mesmo tempo o aumento da receita institucional, bem como a criação de um grupo de pessoas fortemente ligadas à instituição e que serão “embaixadores” da marca, propagando



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

positivamente o museu junto a pessoas e instituições de seu relacionamento.

Será elaborado um conjunto de benefícios (contrapartidas) por parte do museu a seus doadores, entretanto, a eixo central do programa de doações será baseado na causa, ou seja, nos aspectos de responsabilidade social do museu. As contrapartidas às doações serão formatadas para que sejam de fácil operacionalização para entrega, e administrável pela equipe atual, não necessitando, num primeiro momento, a ampliação do número de funcionários do setor.

Entende-se que um programa como este é principalmente de relacionamento, portanto, haverá a elaboração de um ciclo de comunicação por meio de envio de informações acerca do museu, convites para atividades e apresentação de resultados por meio de relatórios anuais de prestação de contas e, quando o grupo de doadores estiver composto por um número significativo, serão realizados encontros específicos com representantes do museu para o estreitamento do relacionamento com esse grupo.

O museu contratará uma empresa de software para o recebimento das doações e envios de documentos fiscais, bem como de comunicados - de forma segmentada, idealmente atrelando o pagamento a tais serviços mediante os resultados obtidos na captação e assim não onerando financeiramente o museu. Pretende-se fixar um teto a partir do qual os recursos oriundos desse canal serão isentos do pagamento da taxa para utilização de tal ferramenta de gestão ao fornecedor. Para as doações, as pessoas físicas poderão optar pelo uso da Lei Rouanet e, assim, deduzir a contribuição do Imposto de Renda Devido, até o limite de 6% conforme determina a Lei. O software deverá permitir o uso de cartão de crédito e débito para que as contribuições sejam realizadas com maior facilidade possível.

Para a divulgação desse novo canal de contribuição, será desenvolvido de comunicação específico visando atingir também grandes fortunas, jogadores de futebol, formadores de opinião (locutores de partidas de futebol, jornalistas esportivos e pessoas renomadas do meio futebolístico), e o público em geral, mas principalmente as pessoas que tenham Imposto de Renda Devido e façam sua Declaração Anual de Rendimentos por meio do Modelo Completo e, assim, possam ser beneficiadas pela Lei Rouanet na sua doação. Entende-se que os resultados desse o canal para a diversificação de receitas não pode ser estimado, afinal ainda não foi testado pelo museu, mas que é de responsabilidade da área de desenvolvimento institucional abrir mais uma possibilidade para a diversificação de suas fontes de receita.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

Tipo de parceria	Número mínimo/ano				
	2016	2017	2018	2019	2020
Permutas em mídia e/ou em materiais (novas e/ou manutenção das existentes ano a ano)	2	4	6	6	6
Doadores Pessoas Físicas	-	10	20	10	10
Parcerias institucionais	2	3	3	4	4
Patrocinadores/apoiadores (leis de incentivo)	Conforme meta de captação				

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA:

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Coordenador do Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional	Graduação em curso superior em Administração / Economia
2	Assistente de Comunicação	Superior em andamento, cursos de Jornalismo, Letras, Comunicação Social
1	Assistente de Relações Institucionais	Superior em andamento, curso de Administração, Marketing/Relações Públicas
1	Assistente de Produção	Curso superior em andamento em Comunicações, Artes, Administração e Marketing
1	Estagiário	Graduação em andamento na área de Comunicação

IV) PÚBLICO ALVO: visitantes, patrocinadores, instituições parceiras e usuários em geral

V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

- Desenvolver Plano de Comunicação e Desenvolvimento Institucional que fortaleça a presença do museu junto a diversos públicos de interesse (estudantes, professores, apoiadores, pesquisadores, patrocinadores, doadores, imprensa e formadores de opinião), firmando-o como equipamento cultural do Governo do Estado vinculado à Secretaria da Cultura. *No primeiro ano do Contrato de Gestão: entregar o "Plano de Comunicação do Museu do Futebol para 2017" ao final do primeiro semestre de vigência do Contrato de Gestão. A partir daí, submeter anualmente para aprovação da SEC,*



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

juntamente com a proposta do Plano de Trabalho do exercício seguinte, a atualização do Plano de Comunicação do Museu.

- Promover o museu na internet e nas redes sociais, seguindo as diretrizes do Plano de Comunicação Institucional e respeitando as orientações do Sistema de Comunicação da Cultura - SICOM.
- Submeter à aprovação da SEC propostas de alteração de logomarca do museu.
- Manter o site do museu atualizado e adequado, divulgando dados institucionais, históricos e de agenda atualizada regularmente, contendo: informações de exposições e programação cultural do museu; informações sobre o SISEM e a Rede Temática da qual faz parte; serviços do museu e formas de acesso; aviso de compras e de processos seletivos para contratações de serviços e de colaboradores para a equipe do museu; documentos institucionais da OS (estatuto; qualificação como OS; relação de conselheiros e mandatos, diretoria e contatos; relatórios anuais; prestação de contas); links para ouvidoria/SEC, para o site da SEC e para o site do SISEM. Divulgar no site e também nas contas de redes sociais mantidas pelo museu informações atualizadas sobre o acervo (restauros importantes que foram concluídos, ações de atualização de informações revelantes no banco de dados do acervo e formas de pesquisa).
- Produzir peças de comunicação tais como convites eletrônicos, boletins eletrônicos ou cartazes para divulgação da programação ou como veículo de comunicação institucional para envio ao *mailing list*, com prévia aprovação de proposta editorial e layout pela SEC.
- Atualizar mensalmente a programação anual contida no Descritivo das Exposições e Programação Cultural, por e-mail, até o último dia útil de cada mês, conforme as datas estabelecidas no Cronograma Anual das OSs de Museus / UPPM / SEC e manter a SEC/UPPM atualizada sobre toda e qualquer alteração de data, conteúdo ou serviço desta programação.
- Submeter previamente à Assessoria de Comunicação da SEC, por e-mail, com cópia para a Unidade Gestora, toda proposta de material de divulgação a ser produzido (folhetos, convites, catálogos, etc.), para aprovação da proposta editorial, layout e tiragem, bem como submeter previamente para aprovação da SEC as minutas de release para imprensa.
- Submeter anualmente à Unidade Gestora para aprovação as propostas de publicações (livros, coleções) do museu, com indicação de proposta editorial, especificação técnica e tiragem. *Enviar Especificações das Publicações Propostas.*
- Aplicar corretamente o Manual de Logomarcas da SEC / Governo do Estado.
- Participar das campanhas de comunicação e esforços de divulgação e de articulação em rede promovidos pela SEC.



- Monitorar público virtual. Apresentar no relatório anual o quantitativo de público virtual, indicando número de visitantes únicos e número total de acessos.
- Seguir as orientações da Política de Comunicação e a Política de Porta-Vozes da SEC.
- Enviar Relatório Trimestral de Destaques do Museu na Mídia do período (Modelo SEC).
- Participar das ações em rede promovidas pela Unidade Gestora/SEC (campanhas, eventos, impressos, etc.).
- Assegurar investimento do repasse anual do Contrato de Gestão para a manutenção das Rotinas e Obrigações Contratuais do Programa de Comunicação de Desenvolvimento Institucional.

7. PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

I) OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Garantir a segurança da edificação, do acervo e das instalações, bem como dos usuários (visitantes, pesquisadores, participantes de eventos) e funcionários.
- Criar condições para a acessibilidade física às áreas expositivas, de trabalho e de uso comum.
- Ampliar a sustentabilidade ambiental do museu.

II) ESTRATÉGIA DE AÇÃO:

O IDBrasil atua na manutenção predial, conservação preventiva e segurança seguindo com rigor as normas técnicas e legislações vigentes. Segundo a Norma Brasileira - NBR 5462/92 da ABNT, manutenção é "a combinação de ações técnicas e administrativas, incluindo as de supervisão, destinadas a manter ou recolocar um item em um estado no qual possa desempenhar uma função requerida".

A mesma norma também apresenta os conceitos que são básico para as estratégias de ação do Programa:

- Mantenabilidade é a facilidade de um item em ser mantido ou recolocado no estado no qual pode executar suas funções requeridas, sob condições de uso especificadas, quando a manutenção é executada sob condições determinadas e mediante procedimentos e meios prescritos.
- Confiabilidade é a probabilidade de que um componente, equipamento ou sistema exercerá sua função sem falhas, por um período de tempo previsto, sob condições prescritas de operação especificadas.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- **Disponibilidade** é a probabilidade de que um componente que sofreu manutenção exerça sua função satisfatoriamente para um dado tempo "t", ou, mais resumidamente, a probabilidade de que o sistema esteja em condição operacional no instante "t".

Segundo a NBR 5674, a manutenção deve ser orientada por um **Plano de Gestão da Manutenção**, isto é, uma estratégia de ação que por sua vez, define as atividades que podem ser classificadas em preditivas, preventivas, corretivas e detectivas. O IDBrasil elaborou o referido Plano quando da abertura do Museu do Futebol e segue atualizando-o anualmente, com base nas seguintes definições:

- **Manutenção Preditiva:** é a atividade que visa ao estudo de sistemas e equipamentos com análises de seus comportamentos em uso, a fim de prever e apontar eventuais anomalias, além de direcionar e programar os procedimentos de manutenção preventiva.
- **Manutenção Preventiva:** é a atividade que atua antecipadamente para que não haja a reparação. São atividades programadas em datas preestabelecidas obedecendo, portanto, a critérios técnicos e administrativos baseados em dados estatísticos ou do próprio histórico da manutenção realizada.
- **Manutenção Corretiva:** é a atividade que visa à reparação, caracterizada por serviços planejados ou não, a fim de corrigir as falhas. Implica, necessariamente, a paralisação de um sistema. Pode consistir em uma intervenção de longo prazo ou não.
- **Manutenção Detectiva:** é a atividade que visa apurar a causa de problemas e falhas para a sua análise, auxiliando nos planos de manutenção. É a Engenharia de Manutenção ou Manutenção Pró-ativa.

As ações do Plano de Gestão da Manutenção do Museu do Futebol são classificadas conforme o tipo de intervenção, a saber:

- **Conservação:** atividade rotineira, realizada diariamente ou com pequenos intervalos de tempo, relacionada com a operação e limpeza dos edifícios.
- **Reparação:** atividade preventiva ou corretiva, antes de se atingir o nível de qualidade mínimo aceitável.
- **Restauração:** atividade corretiva, após ser atingido nível inferior à qualidade mínima aceitável, ou seja, há perda significativa de performance, desempenho, podendo interferir na segurança do usuário.
- **Modernização:** atividade preventiva e corretiva, visando que a recuperação de qualidade ultrapasse o nível inicialmente construído e projetado, fixando um novo patamar de qualidade e desempenho para a edificação e seus sistemas.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

O planejamento dos serviços de manutenção requer a elaboração de uma previsão detalhada dos métodos de trabalho, ferramentas e equipamentos necessários, condições especiais de acesso, cronograma de realização e duração dos serviços de manutenção, consoante recomendações da norma de Manutenção de Edificações - NBR- 5674/99 da ABNT.

O funcionamento da edificação sem plano de manutenção é precário e temerário. Precário, pois a disponibilidade de uso costuma ser comprometida pelas constantes paralisações de equipamentos (elevadores, bombas, interfones, etc), redução do desempenho condominial (falta de água e luz, etc) e desconfortos (entupimentos, sujidades em paredes, etc). A gestão do IDBrasil, por meio da atuação da Diretoria de Operações e Infraestrutura, vem investindo fortemente em atividades de manutenção preventiva, de modo a não desvalorizar ou reduzir a vida útil da edificação.

Em todas as metas e ações propostas para o período de 1/7/2016 a 31/12/2010, teremos como pilares de atuação:

- Manter atualizado o Plano de Gestão e Manutenção.
- Alocar os recursos financeiros de forma mais eficiente.
- Buscar continuamente novas tecnologias em métodos de execução de serviços, ferramentas, máquinas e materiais.
- Buscar a racionalização e otimização dos recursos financeiros, materiais e humanos.
- Manter a equipe de trabalho motivada, capacitada, proativa e disciplinada na execução das tarefas.
- Atender a todas as legislações vigentes.

A equipe atual do Núcleo de Operações e Infraestrutura é multidisciplinar, com habilidades técnicas que contemplam todos os ramos da manutenção predial e manutenção preventiva. Mantemos contratos contínuos (manutenção de elevadores, ar condicionado, plataformas cabinadas e gerador) e contratos esporádicos (combate a pragas e limpeza de caixas d'água) com empresas terceirizadas, que realizam os serviços somente com o acompanhamento de um funcionário da equipe, prezando pela qualidade e segurança das ações.

O método de trabalho da equipe é focado na solução dos problemas de forma integrada, permitindo a formação de especialistas que acrescentarão às suas próprias capacidades a aptidão para atuar como membros de equipes multidisciplinares.

A área atua também na gestão da segurança patrimonial do edifício, por meio de contratação de empresa terceirizada. Hoje são 09 postos de trabalho, supervisionados. Outra frente de atuação é a gestão da limpeza, com 13 postos de trabalho, supervisionados. Em razão dos elevados custos de manutenção das equipes de limpeza e segurança, desde 2014 os





GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

serviços vem sendo otimizados, resultando na diminuição de postos em 2015. Almeja-se a manutenção das rotinas e postos atuais para o período de 2016 a 2020.

Para sustentabilidade ambiental do edifício, foram implantados, entre outros, no período de 2008 a 2016:

- Temporizadores nas torneiras de banheiros, visando controlar o tempo de abertura e aeradores para controle de fluxo e limitador de vazão;
- Iluminação: utilizamos lâmpadas flúor compactas, sensores de presença em corredores no período noturno e lâmpadas LED nas escadas;
- Sensores de proximidade nas escadas rolantes;
- Consumo de água – caixas acopladas em vasos sanitários e caixas d'água com boias automáticas;

Visando melhorar a sustentabilidade, indicamos como meta condicionada que a renovação da exposição de longa duração do Museu do Futebol (meta condicionada no Programa de Exposições e Programação Cultural) invista em certificações de sustentabilidade, como Leed e equipamentos com selo do PROCEL, em razão de essa exposição tomar a maior parte do edifício ocupa a maior parte do edifício e é a principal fonte de consumo energético do edifício.

Outra meta condicionada que visa a otimização de espaços e ampliação de áreas para o edifício é a reforma da área administrativa do Museu, localizada no terceiro andar. Consta um projeto básico, contratado em 2014, que reorganizou os espaços de trabalho das equipes e indicou a criação de áreas para depósitos e/ou reservas técnicas, fundamental para o trabalho com acervos temporários e/ou ampliação do acervo bibliográfico do Museu do Futebol.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

III) NÚMERO E PERFIL DOS FUNCIONÁRIOS DO PROGRAMA:

É responsável por esse programa a equipe do Núcleo de Operações e Infraestrutura, da Diretoria de Operações e Infraestrutura. Constam do quadro atual 10 colaboradores:

Quantidade	Cargo	Perfil
1	Diretor de Operações e Infraestrutura	Graduação superior em Ciências Humanas com experiência na área de Gestão de risco, infraestrutura, programa de manutenção, segurança preditiva - patrimonial
1	Coordenador de Operações e Infraestrutura	Graduação em curso superior em Engenharia ou Administração de Empresas - desejável especialização em Gestão Empresarial
1	Assistente de Coordenação Operacional	Ensino Médio completo - desejável curso superior em andamento em Engenharia ou Administração
Quantidade	Cargo	Perfil
2	Assistentes de Serviços Operacionais	Ensino médio completo com conhecimento em elétrica e hidráulica
1	Assistente Administrativo	Ensino médio completo
4	Auxiliares de Serviços de Manutenção	Ensino Fundamental completo

IV) PÚBLICO ALVO: visitantes e usuários em geral

V) ROTINAS TÉCNICAS E OBRIGAÇÕES DO PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES: MANUTENÇÃO PREDIAL, CONSERVAÇÃO PREVENTIVA E SEGURANÇA

- Manter atualizado e executar periodicamente o Plano de Gestão e Manutenção em Edifícios. Deverá incluir, além da edificação, todas as instalações e infraestrutura predial (luminotecnica; sistema de ventilação, exaustão e climatização; elevadores e plataformas; geradores; etc.) e áreas externas. Entregar trimestralmente a Planilha Trimestral de Acompanhamento dos Serviços Manutenção e Conservação Preventiva das Edificações e anualmente (dezembro) o consolidado dos quatro trimestres na Planilha Anual de Acompanhamento dos Serviços Manutenção e Conservação Preventiva das Edificações. Entregar, além das planilhas trimestrais,



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

relatório semestral (2º e 4º trimestres) contendo descritivo das ações realizadas.

- Promover a regularização cadastral das edificações, com elaboração de todos os projetos e laudos técnicos solicitados pelos órgãos públicos para obtenção e manutenção do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião junto à prefeitura do município. Entregar cópia do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião na obtenção ou a cada renovação ou informar no relatório semestral (2º e 4º trimestres) com registro descritivo das ações realizadas no período visando à obtenção do mesmo.
- Executar programação periódica de combate a pragas: descupinização, desratização, desinsetização e ações para adoção de barreiras físicas impeditivas de pouso e nidificação de pombos na edificação. Entregar relatório semestral (2º e 4º trimestres) contendo descritivo da programação executada no período, com indicação das empresas prestadoras do serviço.
- Obter e renovar o AVCB (Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros) no prazo concedido pelo Corpo de Bombeiros, atualizando sempre que necessário o projeto de bombeiros. Realizar a manutenção periódica dos equipamentos de segurança e prevenção de incêndios (hidrantes, extintores em suas diversas classes, etc.), garantindo boas condições de uso e prazo de validade vigente. Manter atualizado e dentro do prazo de validade o treinamento da Brigada de Incêndio do museu. Entregar AVCB quando da obtenção ou renovação. Entregar cópia do AVCB na obtenção ou a cada renovação ou informar no relatório semestral (2º e 4º trimestres) do Programa de Edificações registro descritivo das ações realizadas no período visando à obtenção do mesmo, com imagens e registros das ações realizadas, declarando se houve laudos técnicos emitidos por empresa prestadoras dos serviços ou "comunique-se" do Corpo de Bombeiros e quais as providências tomadas no período.
- Utilizar e atualizar sempre que necessário o Manual de Normas e Procedimentos de Segurança e o Plano de Salvaguarda e Contingência, com realização de treinamento periódico, no mínimo semestral, de todos os funcionários. Entregar relatório semestral (2º e 4º trimestres) contendo descritivo das ações de segurança, salvaguarda e contingência realizadas.
- Renovar anualmente, dentro do prazo de validade, os seguros contra incêndio, danos patrimoniais, responsabilidade civil e outras coberturas pertinentes, em valores compatíveis com a edificação e uso. Entregar cópia das apólices de seguros a cada contratação, renovação ou alteração das condições de cobertura, sempre no trimestre correspondente.
- Manter e promover condições de acessibilidade física para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Entregar relatório semestral (2º e 4º trimestres) contendo descritivo das ações realizadas.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

- Zelar pela sustentabilidade ambiental contemplando, no mínimo, ações para minimização de gastos com água, energia elétrica, materiais técnicos e de consumo e implantar coleta seletiva. Entregar relatório semestral (2º e 4º trimestres) contendo descritivo das ações realizadas.
- Manter equipe fixa, com profissionais especializados para a manutenção predial e a conservação preventiva da edificação e áreas externas, bem como para a segurança de toda a propriedade e patrimônio nela preservado, e promover periodicamente, no mínimo semestral, ações de capacitação da equipe. Entregar relatório anualmente (1º trimestre) com perfil da área de manutenção, conservação e segurança e dos resultados alcançados.
- Assegurar a manutenção física e a conservação preventiva das edificações, instalações e equipamentos de infraestrutura predial, investindo, no mínimo **5% do repasse anual do Contrato de Gestão de 2016 a 2017, aumentando para 6% de 2018 a 2020**, em ações de operação e em sua manutenção preventiva e corretiva.
- Rotinas da área de tecnologia do Museu do Futebol; realizar manutenção preventiva dos nobreaks

8. METAS CONDICIONADAS

As metas condicionadas foram descritas ao longo das estratégias de ação para cada Programa. Apresentamos aqui a lista de todas as ações, com seus respectivos custos.

N.	Programa de Gestão Executiva, Transparência e Governança	Ano	Valor
1	Gestão de Recursos Humanos - Treinamento para desenvolvimento técnico e competências diversas	2017-2020	R\$ 150.000,00
2	Atualização do Software de Gestão financeira para integração do sistema de bilheteria	2017-2020	R\$ 150.000,00
N.	Programa de Acervo: Documentação, Conservação e Pesquisa	Ano	Valor
1	Adaptação de software de Banco de Dados para implantar biblioteca circulante (sistema de empréstimo de livros)	A partir de 2017	R\$ 60.000,00
2	<u>Biblioteca itinerante</u> : ações extramuros a partir do acervo bibliográfico. R\$ 6.000,00 por local, Meta: 30 locais	2018	R\$ 180.000,00
3	Projeto CRFB de norte a sul: pesquisa e documentação de acervos em 5 capitais brasileiras (Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Salvador). 1 ano de pesquisa em cada cidade, com equipe de 4	2017-2020	R\$ 1.485.000,00





GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

	peças por cidade (1 coordenador, 2 pesquisadores e 1 assistente). Custo de pessoal: R\$ 192.000,00 por cidade/ano Custo de materiais e diárias de pesquisa de campo: R\$ 25.000,00 por cidade/ano Custo de passagens/hospedagens para intercâmbio equipe CRFB – treinamento nas cidades: R\$ 30.000,00 por cidade/ano Custo de equipamentos (câmeras, escâneres, computadores): R\$ 40.000,00 por cidade Total por cidade: R\$ 287.000,00 por cidade		
4	Ampliar capacidade de processamento de informações – contratação de catalogadores temporários (3 por ano, custo anual: R\$ 90.000,00)	2017-2020	R\$ 90.000,00/ano
N.	Programa de Exposições e Programação Cultural	Ano	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	2016	R\$ 790.000,00
2	Projeto “Empoderamento feminino pelo esporte” – título provisório	2016-2017	R\$ 350.000,00
3	Curso “Futebol no mundo das artes” – Série de 10 encontros com artistas plásticos, cineastas, escritores e compositores – condicionado à venda de ingressos especiais e/ou parcerias/patrocínio	2017-2020	R\$ 150.000,00
4	Programa “Uma noite no Museu” – condicionado à venda de ingressos especiais e/ou parcerias/patrocínio	2016-2020	R\$ 15.000,00 por dia de atividade
5	Exposição itinerante “Museu do Futebol Na Área” – até 10 cidades, média de R\$ 350.000,00/cidade	2016-2020	R\$ 3.500.000,00
6	Realizar o programa de Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo ao Plano de Metas – anexo II) Até 5 exposições em 2 anos e meio.	2016-2018	R\$ 2.500.000,00
7	Troca de projetores da Sala Exaltação – 7	2016	R\$ 400.000,00



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

	projetores		
8	Troca de 32 monitores de TV - Sala das Copas	2016-2017	R\$ 70.000,00
9	Aprimoramentos na sinalização expositiva - projeto e execução	2016	R\$ 35.000,00
10	Realizar parcerias com museus de futebol no exterior. Custo: diárias de viagem, passagens e hospedagens para visitas locais. Previsão de visitas e intercâmbios com 1 instituição estrangeira/ano. R\$ 25.000,00 por ano	2017-2020	R\$ 100.000,00
11	Aprimoramentos na estrutura do Auditório (equipamentos de áudio, luz e som)	2016-2018	R\$ 100.000,00
12	Implantação da renovação da Exposição de Longa Duração (estimativa)	2019-2020	R\$ 3.500.000,00
N.	Programa Educativo	Ano	Valor
1	Criação do <i>Espaço Museu Amigo do Idoso</i> e produção de encontros mensais Custo de implantação: R\$ 20.000,00 (mobiliários) Custo por dia de atividade: R\$ 5.000,00 (equipe, convidados, alimentação e materiais) Coordenação do projeto e mobilização de públicos: R\$20.000,00/ano Previsão de 10 encontros/ano. Total: R\$ 90.000,00 (primeiro ano); R\$ 70.000,00 (demais anos) Total de encontros em 4 anos: 40 encontros.	2017-2020	R\$ 300.000,00
2	Projeto Museu Vai à Escola R\$ 3.000,00 por local, Meta: 30 locais (Custos de equipe, transporte, lanche e materiais)	2018	R\$ 90.000,00
3	Provimento de ônibus e lanche a instituições da Região Metropolitana de São Paulo R\$ 50.000,00/ano para capacidade de até 1.200 visitantes de até 30 instituições Total em 4 anos: 4.800 visitantes, de até 120 instituições	2017-2020	R\$ 200.000,00
4	Aprimoramento de jogos e maquetes sensoriais do PAMF	2017-2020	R\$ 50.000,00



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

5	Implantação de melhorias no agendamento (sistema informatizado para criação de banco de dados e relatórios gerenciais)	2017-2020	R\$ 60.000,00
N.	Programa de Integração ao SISEM	Ano	Valor
1	Abertura e oferecimento de Serviços de Preservação Digital (Digitalização e Conservação) para comunidade relacionada à memória do esporte (custos: Equipe, equipamentos, transporte e materiais: R\$ 100.000,00 por ano)	2019-2020	R\$ 200.000,00
2	Realização do mostras itinerantes em conjunto com as instituições da Rede Memória e Esporte (1 mostra para 4 cidades no interior de São Paulo)	2020	R\$ 400.000,00
N.	Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional	Ano	Valor
1	Criação de vinheta de apresentação do Museu em eventos corporativos no Auditório	2016	R\$ 7.000,00
2	Contratação de serviço de assessor de imprensa R\$ 5.000,00/mês; R\$ 30.000,00 - 2016 e R\$ 60.000,00 nos demais anos.	2016-2020	R\$ 270.000,00
N.	Programa de Edificações e Manutenção Predial	Ano	Valor
1	Projeto de gerenciamento de energia elétrica	2016-2020	50.000,00
2	Projeto de automação do sistema de ar condicionado, exaustão e ventilação	2016-2020	75.000,00
3	Projeto de Sustentabilidade ambiental	2016-2020	50.000,00
4	Automação do sistema de controle de acesso, CFTV e alarmes	2016-2020	50.000,00
5	Automação do grupo moto gerador	2016-2020	20.000,00
6	Automação do sistema de combate a incêndio	2016-2020	30.000,00
7	Aprimoramento nas sinalizações (combate a incêndio e rotas de fuga)	2016-2020	R\$ 15.000,00
8	Instalação do gerador	2016-2020	R\$ 200.000,00
9	Contratação de Projeto executivo para adaptação das áreas administrativas (3º. Andar)	2016-2017	R\$ 30.000,00



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DA CULTURA
UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

10	Reforma das áreas administrativas (3º. Andar)	2017-2018	R\$ 250.000,00
11	Certificações LEED, PROCEL e outras para a nova exposição de longa duração	A partir de 2018	R\$ 200.000,00
12	Melhorar iluminação rotas de fuga	A partir de 2017	R\$5.000,00
13	Projeto retrofit iluminação de fachada	A partir de 2017	R\$ 50.000,00
14	Implantação iluminação LED no 3º andar área administrativa	A partir de 2017	R\$ 10.000,00
15	Ignifugação de materiais de revestimento e construção área do auditório	A partir de 2017	R\$20.000,00
16	Tratamento preventivo de cupins no estuque central	A partir de 2017	R\$10.000,00
17	Reuso de água de chuva para lavagem de escadarias e pisos externos	A partir de 2017	R\$15.000,00
18	Estudo implantação de chuveiros automáticos no auditório e sala das Origens e sala de exposição temporária	A partir de 2017	R\$5.000,00
19	Instalação de luminárias à prova de explosão/incêndio nos depósitos de matérias	A partir de 2017	R\$8.000,00
20	Aquisição de roupas e EPI 's para Brigada de combate a incêndio (Capacete, blusão, calça, bota, luvas, tipo profissionais)	A partir de 2017	R\$ 10.000,00
21	Aquisição de 02 EPRA (equipamento de proteção respiratória autônoma)	A partir de 2017	R\$10.000,00
22	Levar circuito independente de energia elétrica do gerador até o no break na cabine primária	A partir de 2017	R\$10.000,00