



RELATÓRIO ANUAL DE 2021

IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte

Organização Social de Cultura

UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

CONTRATO DE GESTÃO No. 03/2021

Referente ao: MUSEU DO FUTEBOL

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 27 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 03/2021, apresentamos o relatório do IDBrasil – Cultura, Educação e Esporte, relativo ao exercício de 2021, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas por esta Organização Social de Cultura, no período de 1º de julho até 31 de dezembro, para o Museu do Futebol, detalhando as ações do 3º quadrimestre. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

Para este ano cabe destacar o início do **novo contrato de gestão**, cuja administração foi homologada

O IDBrasil mantém seu compromisso em investir na estruturação de uma **gestão museológica especializada**, a partir de um ambiente de trabalho saudável e diverso, atuando de forma comprometida e colaborativa no planejamento e execução das ações propostas. Um novo ciclo do Museu do Futebol que amplie e qualifique continuamente os serviços à sociedade, que promova o bem-estar e anime a vida das pessoas no pós-pandemia.

Este novo ciclo do contrato de gestão também inclui o desafio da atualização da exposição de longa duração. No 3º quadrimestre foi desenvolvido o planejamento geral e iniciaram-se as tratativas para o financiamento do projeto, resultando, em dezembro de 2021, no aporte adicional de recursos por parte da Secretaria de Cultura e Economia Criativa no valor de R\$ 9.000.000,00 para esta finalidade.

No contexto do **Programa de Gestão Museológica**, é importante mencionar a consolidação de dois marcos necessários para qualificação da gestão do Museu do Futebol: a elaboração do novo Planejamento Estratégico da instituição, alinhado com as diretrizes do Plano Museológico e, por fim, a constituição do Comitê Interno de Sustentabilidade que será o responsável pela mediação, monitoramento e avaliação do Programa de Sustentabilidade que objetiva fortalecer a sustentabilidade como prática transversal e multidimensional nos dois museus sob gestão do IDBrasil.

Ainda neste contexto foi implantado o Comitê Curatorial do Museu do Futebol, colegiado, com representações internas e externas, que irá contribuir para debates e reflexões acerca da programação cultural da instituição, com foco inicial nas linhas curatoriais da nova exposição de longa duração, prevista para ser aberta no último quadrimestre de 2023.

Em 2021, no âmbito do novo contrato de gestão, no **Programa de Gestão Acervos**, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) na perspectiva de produção de conhecimento, foram produzidos e publicados três artigos. Também foram desenvolvidas ações de mapeamento e referenciamento no banco de dados que qualificam esse repositório digital.

O maior destaque deste programa é o fortalecimento do Programa de Pesquisa do CRFB, com a estruturação do primeiro Edital de Pesquisa para Jovens Pesquisadores. Seu objetivo é fomentar a pesquisa acerca da temática “Mulheres do Futebol”, trabalhada desde 2015 pelo Museu do Futebol, além do aprofundamento das informações acerca das coleções digitais da instituição, por meio da seleção de pesquisadores (graduados e pós-graduandos *latu* ou *stricto sensu*) que receberão uma bolsa-auxílio.

No contexto do **Programa de Exposições e Programação Cultural**, ano de 2021 exigiu muito esforço e criatividade. Com a pandemia em curso, quase todos os eventos foram idealizados nas plataformas digitais e mesmo assim foi mantida a qualidade da programação. Alguns exemplos como o “Seminário - Proibidas e insurgentes: os 80 anos da Lei que vetou mulheres no esporte - Lutas, conquistas e reflexões para o futuro” foi composto por cinco mesas de debates acerca da efeméride dos 80 anos da proibição das mulheres no esporte, que ocorreu no mês de abril de 2021. Transmitido pelas redes sociais do Museu do Futebol, teve uma boa participação do público virtual, conforme apresentado no último relatório de metas.

No mês de outubro foi realizado o primeiro evento presencial desde o início da pandemia em março de 2020. O evento que fazia parte da Programação Cultural foi uma parceria com a Panini, em que aconteceram atividades ao ar livre para toda família, como “chute a gol” e troca de figurinhas.

Parte da programação cultural do 3º quadrimestre 2021 se baseou na temática da exposição temporária “Tempo de Reação: 100 Anos do goleiro Barbosa” em cartaz desde junho deste ano. Foram realizados seminários, lançamento de livros, exhibições de filmes, bate papos e, ainda, uma *live* com crianças, sobre a vida de Moacyr Barbosa, a posição de goleiro e a questão do racismo no esporte. Os eventos ocorreram com diversos parceiros, como a *live* realizada com o canal Papo de Goleiros do jornalista Fernando Richter, que abordou o universo dos goleiros e goleiras, em bate papo com atletas, ex-atletas e treinadores.

O **Programa Educativo** conclui o primeiro ano do novo contrato de gestão com todas as metas atingidas. Ainda que, aos poucos, as atividades presenciais venham ganhando força novamente, os projetos virtuais do Programa seguiram atendendo seus diferentes públicos. O *Revivendo*

Memórias #emcasa contabilizou 115 atendimentos somente no terceiro quadrimestre. No total do ano foram 540 encontros voltados para o público idoso, pessoas com deficiência ou em situação de vulnerabilidade social. Foi um ano intenso para o projeto: além do patrocínio e apoio dos Laboratórios Aché para sua realização, o *RM#emcasa* também rendeu a produção de um documentário, lançado em agosto e disponível no canal do YouTube, a realização de mais um Simpósio com especialistas para debater o envelhecimento, a divulgação do projeto em uma matéria no Fantástico (TV Globo) e a criação da cartilha digital *Museu Amigo do Idoso*, com objetivo de trazer dicas e cuidados para o bem envelhecer.

Este quadrimestre também marcou o início de novos e importantes projetos do Programa que irão se desenvolver em 2022. É o caso do *Educativo na Praça* que, neste ano, passou pela etapa de pesquisa de perfil e de levantamento de interesses do público frequentador da Praça Chales Miller. Em um cuidadoso processo de observação dos territórios e públicos, a equipe do Educativo desenvolveu e aplicou um questionário com o objetivo de conhecer melhor os frequentadores da praça e saber deles o que os instigaria a participar das ações educativas que serão promovidas ali em 2022. Também é o caso do Comitê Jovem, cujo edital para a seleção dos membros que irá compor o grupo no ano que vem foi lançado no final de 2021.

Além disso, outras duas novas publicações passaram a integrar a biblioteca digital do Núcleo Educativo: o livro *Diálogos em Campo: experiências educativas em museus durante a pandemia*, cuja produção contou com diferentes artigos de um seleto grupo de autores da área da educação e da museologia e a *Cartilha para Professores*, a primeira de uma série de cinco volumes que tem como objetivo oferecer um material de apoio didático para a comunidade escolar. Ambas as publicações estão em formato digital.

Em 2021, todas as metas previstas no **Programa de Integração ao SISEM/SP** foram cumpridas, contando com a realização da parceria com a Representação Regional do SISEM para a capital paulista e o desenvolvimento de uma ação formativa, direcionada aos profissionais de museus do interior e do litoral, focada em perspectivas de captação de recursos externos, liderada pela equipe de Desenvolvimento Institucional.

A equipe do IDBrasil conquistou resultados relevantes ao longo do segundo semestre de 2021, que corresponde ao primeiro ano de vigência do Contrato de Gestão nº 03/2021, no **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**. Apesar da pandemia, o time foi capaz de manter a instituição relevante para a imprensa e nas redes sociais, canais utilizados estrategicamente para gerar relacionamento com públicos diversificados, disseminar conteúdo de qualidade e atrair visitantes ao Museu,

acompanhando o movimento de flexibilização dos protocolos sanitários de prevenção à Covid-19.

Os sites institucionais registraram 200.147 visitantes virtuais únicos (ver nota de rodapé no detalhamento da meta, a seguir), dobrando a meta inicialmente proposta. Nas redes sociais, a equipe do IDBrasil conquistou 11.790 novos seguidores por meio de uma estratégia de diversificação de canais e de conteúdos, tendo publicado, ao longo do período, 1.090 posts originais. A fim de atingir públicos de nicho, foram realizadas também três ações com influenciadores digitais.

O relacionamento com a imprensa continuou aquecido, tendo sido identificadas 1.828 menções ao Museu do Futebol em veículos digitais, jornais impressos, rádios e TVs, mantendo-se em alta como fonte de jornalistas e cenário para gravações, tanto em pautas sobre o esporte quanto passeio, programação e vida cultural.

No **Programa de Edificações** foi executado o plano de emergência composto por uma série de orientações e rotinas direcionadas para todas as equipes no que tange a situações de riscos, em especial no caso de incêndios. Cabe ainda mencionar a elaboração e implantação dos indicadores de manutenção (KPI's) que buscam mensurar e otimizar o funcionamento dos processos, a fim de aumentar a eficiência e a produtividade das rotinas que competem ao referido Núcleo. Anexo ao relatório segue o arquivo detalhado.



GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA

Objeto: Museu do Futebol	OS: IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte - IDBRASIL
CG: 03/2021	Vigente: 1ª TA

QUADRO RESUMO PARA RELATÓRIO/PARECER ANUAL – 2021

(I)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CONFORMIDADE</th> <th>2021</th> <th>FONTE</th> <th>Observação OS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Orçamento previsto para RH (R\$)</td> <td>3.521.950,00</td> <td>Plano Orçamentário</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total despendido com RH (R\$)</td> <td>3.188.052,00</td> <td>Plano Orçamentário</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)</td> <td>249.760,00</td> <td>Plano Orçamentário</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total despendido com diretoria (R\$)</td> <td>239.905,00</td> <td>Plano Orçamentário</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Número de empregados CLT (em 31/12/2021)</td> <td>64</td> <td>Relatório Sintético de RH</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Número de demissões em 2021</td> <td>12</td> <td>Relatório Sintético de RH</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total despendido com rescisões em 2021 (R\$)</td> <td>85.277,93</td> <td>Informado pela OS</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Percentual limite para gastos de RH com demais funcionários</td> <td>70%</td> <td>CG /último TA</td> <td>70%, do total anual de despesas no plano orçamentário para remuneração e vantagens para os empregados</td> </tr> <tr> <td>Percentual limite para gastos de Diretoria</td> <td>15%</td> <td>CG /último TA</td> <td>15%, do total anual de despesas no plano orçamentário para a remuneração e vantagens de qualquer natureza para os diretores.</td> </tr> </tbody> </table>	CONFORMIDADE	2021	FONTE	Observação OS	Orçamento previsto para RH (R\$)	3.521.950,00	Plano Orçamentário		Total despendido com RH (R\$)	3.188.052,00	Plano Orçamentário		Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	249.760,00	Plano Orçamentário		Total despendido com diretoria (R\$)	239.905,00	Plano Orçamentário		Número de empregados CLT (em 31/12/2021)	64	Relatório Sintético de RH		Número de demissões em 2021	12	Relatório Sintético de RH		Total despendido com rescisões em 2021 (R\$)	85.277,93	Informado pela OS		Percentual limite para gastos de RH com demais funcionários	70%	CG /último TA	70%, do total anual de despesas no plano orçamentário para remuneração e vantagens para os empregados	Percentual limite para gastos de Diretoria	15%	CG /último TA	15%, do total anual de despesas no plano orçamentário para a remuneração e vantagens de qualquer natureza para os diretores.
CONFORMIDADE	2021	FONTE	Observação OS																																						
Orçamento previsto para RH (R\$)	3.521.950,00	Plano Orçamentário																																							
Total despendido com RH (R\$)	3.188.052,00	Plano Orçamentário																																							
Orçamento previsto para gasto com diretoria (R\$)	249.760,00	Plano Orçamentário																																							
Total despendido com diretoria (R\$)	239.905,00	Plano Orçamentário																																							
Número de empregados CLT (em 31/12/2021)	64	Relatório Sintético de RH																																							
Número de demissões em 2021	12	Relatório Sintético de RH																																							
Total despendido com rescisões em 2021 (R\$)	85.277,93	Informado pela OS																																							
Percentual limite para gastos de RH com demais funcionários	70%	CG /último TA	70%, do total anual de despesas no plano orçamentário para remuneração e vantagens para os empregados																																						
Percentual limite para gastos de Diretoria	15%	CG /último TA	15%, do total anual de despesas no plano orçamentário para a remuneração e vantagens de qualquer natureza para os diretores.																																						
(II)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>EFICÁCIA E EFETIVIDADE</th> <th>2021</th> <th>FONTE</th> <th>Observação OS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de mensurações pactuadas previstas</td> <td>70</td> <td>Plano de Trabalho</td> <td>A somatória das mensurações refere-se à meta-produto, meta-resultado e dado-extra.</td> </tr> <tr> <td>Nº de mens. pactuadas integralmente cumpridas (>=100%)</td> <td>69</td> <td>Plano de Trabalho</td> <td>A somatória das mensurações refere-se à meta-produto, meta-resultado e dado-extra.</td> </tr> <tr> <td>Nº de mensurações condicionadas previstas</td> <td>3</td> <td>Plano de Trabalho</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nº de mens. condicionadas integralmente cumpridas (>=100%)</td> <td>1</td> <td>Plano de Trabalho</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Índice de satisfação do público/aluno</td> <td>93,60%</td> <td>Plano de Trabalho</td> <td>Caso haja mais de um resultado, inserir (*) e especificar em quadro a parte o nome da pesquisa, o público pesquisado e o percentual atingido. Caso a pesquisa não utilize percentual, inserir (*) para especificar a forma de avaliação adotada.</td> </tr> </tbody> </table>	EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2021	FONTE	Observação OS	Nº de mensurações pactuadas previstas	70	Plano de Trabalho	A somatória das mensurações refere-se à meta-produto, meta-resultado e dado-extra.	Nº de mens. pactuadas integralmente cumpridas (>=100%)	69	Plano de Trabalho	A somatória das mensurações refere-se à meta-produto, meta-resultado e dado-extra.	Nº de mensurações condicionadas previstas	3	Plano de Trabalho		Nº de mens. condicionadas integralmente cumpridas (>=100%)	1	Plano de Trabalho		Índice de satisfação do público/aluno	93,60%	Plano de Trabalho	Caso haja mais de um resultado, inserir (*) e especificar em quadro a parte o nome da pesquisa, o público pesquisado e o percentual atingido. Caso a pesquisa não utilize percentual, inserir (*) para especificar a forma de avaliação adotada.																
EFICÁCIA E EFETIVIDADE	2021	FONTE	Observação OS																																						
Nº de mensurações pactuadas previstas	70	Plano de Trabalho	A somatória das mensurações refere-se à meta-produto, meta-resultado e dado-extra.																																						
Nº de mens. pactuadas integralmente cumpridas (>=100%)	69	Plano de Trabalho	A somatória das mensurações refere-se à meta-produto, meta-resultado e dado-extra.																																						
Nº de mensurações condicionadas previstas	3	Plano de Trabalho																																							
Nº de mens. condicionadas integralmente cumpridas (>=100%)	1	Plano de Trabalho																																							
Índice de satisfação do público/aluno	93,60%	Plano de Trabalho	Caso haja mais de um resultado, inserir (*) e especificar em quadro a parte o nome da pesquisa, o público pesquisado e o percentual atingido. Caso a pesquisa não utilize percentual, inserir (*) para especificar a forma de avaliação adotada.																																						
(III)	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS</th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th colspan="2">2021</th> </tr> <tr> <th>Ação/público/etc</th> <th>REALIZADO</th> <th>REALIZADO</th> <th>PREVISTO</th> <th>REALIZADO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de exposições realizadas</td> <td>N/A</td> <td>N/A</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Nº de eventos realizados</td> <td>N/A</td> <td>N/A</td> <td>19</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>Público educativo</td> <td>N/A</td> <td>N/A</td> <td>N/A</td> <td>3.141</td> </tr> <tr> <td>Público total</td> <td>N/A</td> <td>N/A</td> <td>93.800</td> <td>63.555</td> </tr> </tbody> </table> Fonte dos anos anteriores - http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/. Não alterar os dados apresentados relativos aos anos anteriores. Indicar em nota de rodapé, para cada item de 2021, o número das ações/mensurações do plano de trabalho que compõem o resultado apresentado. Para o realizado poderão ser somadas as realizações condicionadas, indicando em nota de rodapé o número da ação condicionada incluída.	PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS	2019	2020	2021		Ação/público/etc	REALIZADO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO	Nº de exposições realizadas	N/A	N/A	2	2	Nº de eventos realizados	N/A	N/A	19	22	Público educativo	N/A	N/A	N/A	3.141	Público total	N/A	N/A	93.800	63.555										
PRINCIPAIS RESULTADOS FINALÍSTICOS	2019	2020	2021																																						
Ação/público/etc	REALIZADO	REALIZADO	PREVISTO	REALIZADO																																					
Nº de exposições realizadas	N/A	N/A	2	2																																					
Nº de eventos realizados	N/A	N/A	19	22																																					
Público educativo	N/A	N/A	N/A	3.141																																					
Público total	N/A	N/A	93.800	63.555																																					
(IV)	<table border="1"> <tr> <td>A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?</td> <td>() NÃO</td> <td>(X) SIM</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Em caso positivo, exemplifique: A OS faz o monitoramento periódico e acompanhamento frequente das ações. Um dos acompanhamentos qualitativos feitos é junto à equipe de assessoria museológica.</td> </tr> </table>	A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?	() NÃO	(X) SIM	Em caso positivo, exemplifique: A OS faz o monitoramento periódico e acompanhamento frequente das ações. Um dos acompanhamentos qualitativos feitos é junto à equipe de assessoria museológica.																																				
A OS realizou monitoramento e avaliação qualitativa das ações?	() NÃO	(X) SIM																																							
Em caso positivo, exemplifique: A OS faz o monitoramento periódico e acompanhamento frequente das ações. Um dos acompanhamentos qualitativos feitos é junto à equipe de assessoria museológica.																																									
(V)	<table border="1"> <tr> <td>A OS realizou parceria com outra Organização Social em 2021?</td> <td>(X) NÃO</td> <td>() SIM</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Em caso positivo, especifique com qual(is):</td> </tr> </table>	A OS realizou parceria com outra Organização Social em 2021?	(X) NÃO	() SIM	Em caso positivo, especifique com qual(is):																																				
A OS realizou parceria com outra Organização Social em 2021?	(X) NÃO	() SIM																																							
Em caso positivo, especifique com qual(is):																																									
(VI)	<table border="1"> <tr> <td colspan="3">RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2021</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Com relação às informações preenchidas pela OS no quadro resumo, a UGE:</td> </tr> <tr> <td>() VALIDA INTEGRALMENTE</td> <td>() VALIDA PARCIALMENTE</td> <td>() NÃO VALIDA</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Nos casos de validação parcial e não validação, indicar em nota de rodapé divergências e providências a respeito.</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Nº de mensurações não executadas integralmente com justificativa aceita pela UGE</td> </tr> <tr> <td colspan="3">A UGE realizou ações de acompanhamento in loco ou à distância e avaliação dos resultados qualitativos?</td> </tr> <tr> <td colspan="2">() NÃO</td> <td>() SIM</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Em caso afirmativo, comente os resultados e os principais destaques qualitativos (máximo 10 linhas)</td> </tr> </table>	RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2021			Com relação às informações preenchidas pela OS no quadro resumo, a UGE:			() VALIDA INTEGRALMENTE	() VALIDA PARCIALMENTE	() NÃO VALIDA	Nos casos de validação parcial e não validação, indicar em nota de rodapé divergências e providências a respeito.			Nº de mensurações não executadas integralmente com justificativa aceita pela UGE			A UGE realizou ações de acompanhamento in loco ou à distância e avaliação dos resultados qualitativos?			() NÃO		() SIM	Em caso afirmativo, comente os resultados e os principais destaques qualitativos (máximo 10 linhas)																		
RESERVADO PARA UGE - QUADRO SINTÉTICO PARA PARECER ANUAL 2021																																									
Com relação às informações preenchidas pela OS no quadro resumo, a UGE:																																									
() VALIDA INTEGRALMENTE	() VALIDA PARCIALMENTE	() NÃO VALIDA																																							
Nos casos de validação parcial e não validação, indicar em nota de rodapé divergências e providências a respeito.																																									
Nº de mensurações não executadas integralmente com justificativa aceita pela UGE																																									
A UGE realizou ações de acompanhamento in loco ou à distância e avaliação dos resultados qualitativos?																																									
() NÃO		() SIM																																							
Em caso afirmativo, comente os resultados e os principais destaques qualitativos (máximo 10 linhas)																																									

METAS DE GESTÃO TÉCNICA

2.1. PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA - PGM

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2021)

No **Programa de Gestão Museológica**, o trabalho de prospecção de patrocinadores foi realizado ativamente pelo IDBrasil ao longo do terceiro quadrimestre, buscando maximizar as oportunidades que essa frente representa na geração de receitas ao equipamento a fim de incrementar as ações do Museu ao longo de 2021. Como resultado do trabalho celebrou-se a conquista de novos patrocinadores, a saber: Goodyear, Movida, Eurofarma, Syngenta, Yamaha, Lojas Torra, Banco Safra, Eaton, Perfetti Van Melle e Zanchetta, e renovados os contratos com EMS e Evonik, todos por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura. Pela Lei Federal de Incentivo ao Esporte, foram firmados acordos com Braskem, TCL e Pinheiro Neto Advogados. Além disso, o projeto "Mostra Contra-Ataque! As Mulheres do Futebol" foi contemplado pelo ProAC direto, com compromisso de aporte de R\$ 250.000,00.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
1	Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Nº de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados	2º Quadrimestre	2	2
					3º Quadrimestre	1	1
					META ANUAL	3	3
					ICM	100%	100%
		1.2	Meta-Resultado	33,7% do repasse do exercício no contrato de gestão (*)	2º Quadrimestre	-	R\$ 221.363
					3º Quadrimestre	R\$ 1.015.000	R\$ 4.320.139
					META ANUAL	R\$ 4.512.245	R\$ 4.541.502
					ICM	100%	100,6%
2	Recursos financeiros captados via	2.1	Meta-Resultado	5,1% do repasse do exercício do	2º Quadrimestre	R\$ 197.726	R\$ 496.998

	geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso dos espaços			contrato de gestão (*)	3º Quadrimestre	R\$ 486.278	R\$ 1.210.082
					META ANUAL	R\$ 684.004	R\$ 1.707.080
					ICM	100%	249,6%
3	Pesquisas de Público – Índices de satisfação do público geral	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	2º Quadrimestre	= ou > 80%	94,4%
					3º Quadrimestre	= ou > 80%	93,4%
					META ANUAL	= ou > 80%	93,6%
					ICM %	100%	100%
4	Pesquisas de Público – Índices de satisfação do público com palestras, oficinas e cursos	4.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	2º Quadrimestre	= ou > 80%	94,4%
					3º Quadrimestre	= ou > 80%	87,0%
					META ANUAL	= ou > 80%	90,7%
					ICM %	100%	100%
5	Captação de doações - pessoas físicas	5.1	Meta-Produto	Aplicação de pesquisa junto a pessoas que já doaram ao Museu para mensuração do potencial /motivação para novas doações	2º Quadrimestre	-	-
					3º Quadrimestre	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		5.2	Meta-Produto	Implantação de doação por meio de Pix e/ou cartão de crédito	2º Quadrimestre	-	-
					3º Quadrimestre	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		5.3	Meta-Produto	Realizar campanha	2º Quadrimestre	-	-

				de doação por meio de lei de incentivo e doação direta	3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
6	Gestão de Recursos Humanos	6.1	Meta-Produto	Censo Diversidades entregue	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		6.2	Meta-Produto	Encontro de Escuta dos funcionários realizado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
7	Projeto Conviver	7.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados com equipe IDBrasil e terceirizados	2º Quadrim	-	2
					3º Quadrim	1	-
					META ANUAL	1	2
					ICM	100%	200%
		7.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes no encontro do Projeto Conviver	2º Quadrim	-	10
					3º Quadrim	10	-
					META ANUAL	10	10
					ICM	100%	100%
8	Comitê de Parceiros	8.1	Meta-Produto	Comitê criado e implantado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

9	Comitê Curatorial	9.1	Meta-Produto	Comitê criado e implantado	2º Quadrim	1	-
					3º Quadrim	-	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
10	Comitê Interno de Sustentabilidade	10.1	Meta-Produto	Comitê criado e implantado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
11	Planejamento Estratégico	11.1	Meta-Produto	Documento entregue	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
12	Elaboração e Implantação do Plano de arquivamento de documentos digitais	12.1	Meta-Produto	Entrega de Política de arquivamento de documentos digitais	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
13	Avaliação do Nível de Maturidade Digital	13.1	Meta-Produto	Diagnóstico do Nível de Maturidade Digital	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
14	Pesquisa de satisfação de público virtual	14.1	Meta-Resultado	Pesquisa desenvolvida	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1

					ICM	100%	100%
15	Planejamento do Projeto da Nova Exposição de Longa Duração	15.1	Meta-produto	Pré-projeto elaborado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA

Ação 1.1: Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais

Ao longo do ano, foram inscritos 4 projetos em editais, sendo eles:

- **ProAC Direto Edital 38/2021 ("Mostra CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol"):** projeto para realização de uma mostra itinerante inspirada na exposição "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol", a ser exibida por um mês no Museu de Futebol e Esportes da cidade de Araraquara em 2022. O resultado foi publicado em 9 de dezembro de 2021 e o projeto foi contemplado em R\$ 250.000,00 a serem creditados em 2022.
- **ProAC Editais (IV Simpósio Internacional de Estudos de Futebol):** realização de 4 dias de evento em setembro de 2022, com 3 dias de encontros e apresentações na sede do Museu e 1 dia no campus da Cidade Universitária da USP, no Departamento de História, no valor de R\$ 100 mil. O projeto não foi selecionado.
- **Edital "Resgatando a História" do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES):** projeto para reformulação da exposição de longa duração do Museu do Futebol. O projeto não foi selecionado.
- Foi inscrito em 29 de setembro de 2021 o **Plano Anual - Museu do Futebol 2022 na Lei Federal de Incentivo à Cultura, proposta 353092**, entretanto, foi arquivado por, segundo a Secretaria Especial de Cultura, não se enquadrar no Artigo 24 do Decreto 10755/2021. Alega-se que o proponente não exerce atividade exclusivamente cultural, não possui CNAES exclusivamente culturais e que o projeto não é voltado a atividades de museus públicos, patrimônio material e imaterial ou ações formativas. Em virtude do arquivamento da proposta 353092, solicitou-se em 30 de novembro de 2021 a readequação orçamentária e prorrogação da execução do Plano Anual

de Atividades do Museu do Futebol 2021, inscrito na Lei Federal de Incentivo à Cultura, nº Pronac 204732. A aprovação do pedido foi publicada na portaria nº 0750/20 de 21/12/2021, e no D.O.U 22/12/2022. O plano virou bianual, com período de execução atualizado 01/05/2021 a 31/12/2022.

Para registro, o Museu do Futebol conta com Plano Anual de Atividades 2022 aprovado no Pro-Mac em 2 de outubro no valor de R\$ 370.120,00.

Ação 1.2: 33,7% do repasse do exercício no contrato de gestão

O resultado da captação de recursos foi de R\$ 4.541.501,84, detalhado a seguir.

Relação dos aportes, por meio da **Lei Federal de Incentivo à Cultura**:

Parceiro	Aporte
Goodyear	R\$ 1.000.000,00
Movida	R\$ 400.000,00
Eurofarma	R\$ 400.000,00
EMS	R\$ 350.000,00
Evonik Brasil	R\$ 261.363,00
Syngenta	R\$ 250.000,00
Yamaha	R\$ 217.241,00
Lojas Torra	R\$ 200.000,00
Safra	R\$ 100.000,00
Eaton	R\$ 100.000,00
Perfetti	R\$ 84.838,94
Zanchetta Alimentos	R\$ 70.000,00
Doações de pessoas físicas	R\$ 1.300,00

Relação dos aportes, por meio da **Lei Federal de Incentivo ao Esporte** (Projeto Praia de Paulista - Processo 71000.053658/2020-14):

Parceiro	Aporte
Braskem	R\$ 900.000,00
TCL	R\$ 146.758,90
Pinheiro Neto Advogados	R\$ 60.000,00

ProAC 38/2021 - 1625.3314.6686 - "Mostra Contra-Ataque! As Mulheres no Futebol": R\$ 250.000,00, a serem creditados em 2022 (não computados nas captações de 2021).

É importante destacar que a superação da meta de captação é desejável, pois os recursos obtidos são todos investidos em potencializar ações culturais no Museu, ampliação do acesso à cultura e investimentos diversos no equipamento.

Ação 2: Recursos financeiros captados via geração de receita de bilheteria, cessão onerosa de uso dos espaços

No período deste contrato de gestão, de julho a dezembro, o resultado com bilheteria foi de R\$ 637.423,45, e com locações R\$ 305.335,70, com destaque para três eventos de empresas e uma ativação de marca do SporTV e Centauro. A ação é uma campanha nacional das marcas, que consiste em doação de chuteiras para instituições sociais. No Museu do Futebol, foi feita cenografia especial na atração "Chute a Gol" do Museu, convidando os visitantes a marcar gols, que foram convertidos em doações. Destacamos ainda nesse período, as permutas de mídia, no valor total de R\$ 764.321,92.

Abaixo, quadro resumo das captações no período.

MUSEU DO FUTEBOL - CG 03/2021 - CAPTAÇÃO DE RECURSOS

Período: julho a dezembro / 2021

Captação Operacional	2º QUADRIMESTRE (em R\$)	3º QUADRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	242.224	395.199	637.423
Cessão de Espaço -locações mensais	-	152.346	152.346
Cessão de Espaço - locações diversas	-	152.989	152.989
Permuta Publicitária	254.774	509.548	764.322
Subtotal - Captação Operacional	496.998	1.210.082	1.707.080
Indicativo de meta de Captação Operacional no período (5,1% do repasse)	197.726	486.278	684.004
Índice de cumprimento da meta operacional no período	251,4%	248,8%	249,6%

Captação Leis de Incentivo/Editais	2º QUADRIMESTRE (em R\$)	3º QUADRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Captação leis de incentivo / editais			-
Leis de Incentivo - Plano Anual 2021	-	3.434.743	3.434.743
Lei do Esporte	-	1.106.759	1.106.759
Subtotal - Captação Leis de Incentivo		4.541.502	4.541.502
Indicativo de meta de Captação leis de incentivo / editais no período (33,7% do repasse)	-	4.512.245	4.512.245
Índice de cumprimento da meta de captação em leis de incentivo / editais no período		100,6%	100,6%
Total Captação	496.998	5.751.583	6.248.581

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

O relatório consolidado da pesquisa junto aos visitantes extraído do sistema eletrônico (toteim presente no final da exposição de longa duração), no período de 1 de julho de 2021 e 31 de dezembro de 2021, teve **índice de satisfação de 93,6%, calculado pelo consolidado das respostas à pergunta: "O que achou da exposição principal do Museu do Futebol?"**.

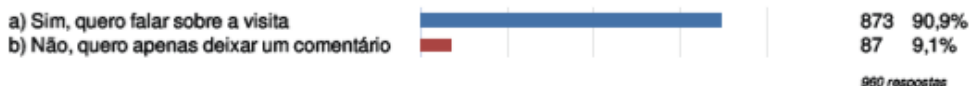
Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

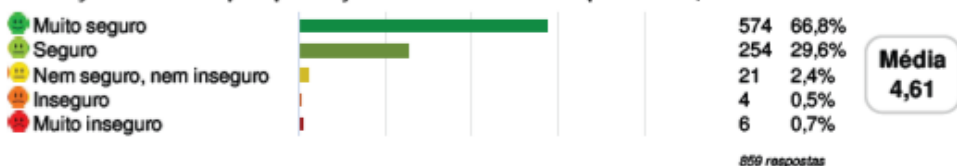
Filtros:

- avaliações entre 01/07/21 e 31/12/21

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



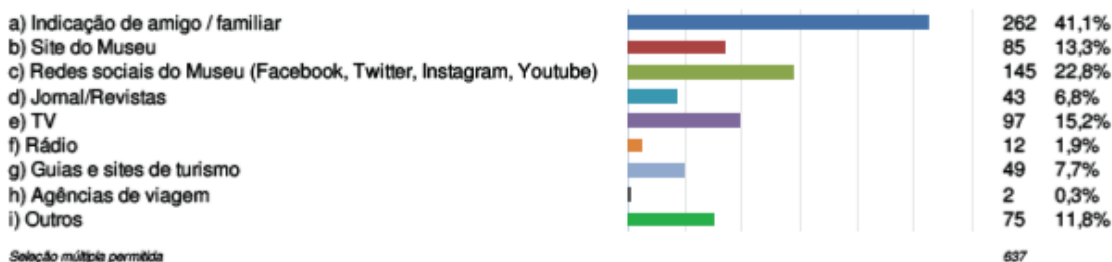
2. Com relação às medidas para prevenção da Covid-19 adotadas pelo Museu, você se sentiu:



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



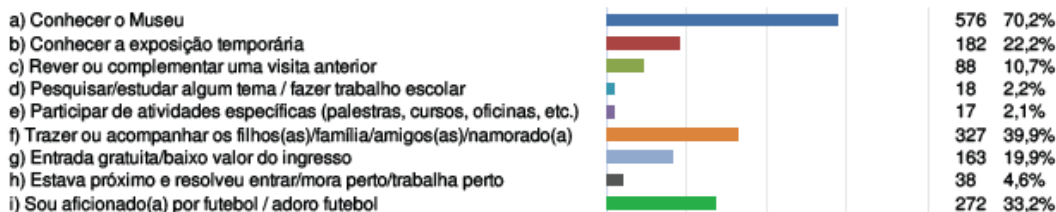
4. Como você nos conheceu?



5. Qual(is)?



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



Seleção múltipla permitida

820
respondentes

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



818 respostas

Média
4,68

8. O que achou da exposição temporária que está em cartaz?



818 respostas

Média
4,58

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



814 respostas

NPS
81

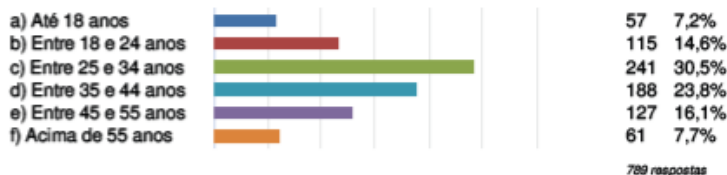
10. O que poderia ser melhor para que você nos recomendasse?



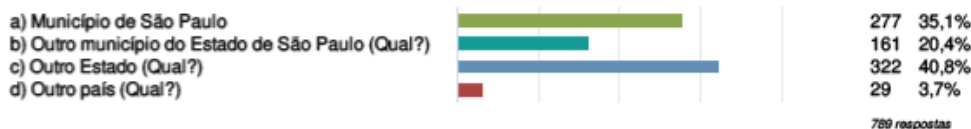
11. Como você se reconhece?



12. Qual a sua idade?



13. Onde você mora?



14. Qual a sua escolaridade?



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



Ação 5: Captação de doações – pessoas físicas

5.1 Aplicação de pesquisa junto a pessoas que já doaram ao Museu para mensuração do potencial /motivação para novas doações

Em 4 de novembro de 2021, foi encaminhada pesquisa junto às 343 pessoas que contribuíram para a campanha de financiamento coletivo “Matchfunding BNDES+”, realizada pelo Museu do Futebol em 2020. A bem-sucedida campanha objetivou a produção de áudio-guia com a história do futebol feminino no Brasil. Obtiveram-se 61 respostas e os resultados seguem abaixo:

RESULTADOS DA PESQUISA

Você já visitou o Museu do Futebol?		
Sim	46	75.41%
Não	15	24.59%
	61	100%

O que mais motivou a sua participação na campanha do audioguia sobre a história do futebol feminino? (mais de uma opção pode ser selecionada)		
Conheço e confio no trabalho do Museu	38	62.30%
A causa futebol feminino/igualdade de gênero	56	91.80%
A campanha foi indicada por alguém de minha confiança	10	16.39%
As recompensas me atraíram	5	8.20%
Outro	1	1.64%

Você já fez doações por meio de leis de incentivo (dedução fiscal)?		
Sim	11	18.03%
Não	50	81.97%

Para quais instituições	
Casa do Povo, Museus da Imagem do Inconsciente e outros	
Não me recordo (2)	
MAM, MASP	
MASP e MAR	
Abrigo infantil	
Santa Marcelina	
Não responderam (4)	

Você faz a sua declaração de imposto de renda no modelo completo?		
Sim	18	29.51%
Não	22	36.07%
Não sei	10	16.39%
Prefiro não responder	8	13.11%
Não respondeu	3	4.92%

O que seria determinante para você contribuir com o Museu do Futebol novamente?

Uma campanha relacionada a uma causa social	37	60.66%
Recebimento de recompensas	1	1.64%
Ambas as respostas	17	27.87%
Outros	4	6.56%
Não respondeu	2	3.28%

O que seria determinante para você contribuir com o Museu do Futebol novamente? No caso de campanha relacionada a uma causa social, qual?

1. Qualquer uma
2. Voltada para questões raciais e de gênero
3. Ligado à democratização do acesso a museus, como exposição fora do museu em periferias e interior do estado, apoio a ligas de futebol de várzea, LGBT, o cruzamento entre futebol e política.
4. Campanhas ligadas ao racismo ou futebol feminino
5. Apoio à memória dos futebóis locais. Apoio a pequenos clubes. Campanhas com recortes raciais, de gênero e sexualidade.
6. Futebol feminino e futebol de base
7. Futebol de base, futebol feminino.
8. Relacionada a diversidade.
9. Para ajudar crianças carentes.
10. Não sei responder.
11. Combate ao racismo no futebol.
12. Sobre homofobia, ou questões étnico-raciais relacionadas ao esporte.
13. Incentivo a jogadorAs de futebol
14. Qualquer campanha que tivesse como pauta o fim das opressões e a sua relação com o futebol.
15. Sobre Diversidade & Inclusão.
16. algo para público LGBT e pessoas com deficiência
17. ?
18. Não sei
19. Não sei. Depende da proposição feita por vcs
20. Feminismo e antirracismo
21. Luta contra o racismo, contra a homofobia, pela inclusão.
22. Que se ocupasse de fazer o Museu acessível a público maior

Você faria parte de um programa de Amigos do Museu do Futebol, com contribuições anuais ou mensais, recebendo benefícios exclusivos?

Sim	38	62.30%
Não	19	31.15%

Não responderam	4	6.56%
-----------------	---	-------

Se sim, que tipo de benefícios você gostaria de receber?		
Visitas ilimitadas para você e um acompanhante	22	50.00%
Visitas exclusivas com curadores	27	61.36%
Nome publicado no site	8	18.18%
Dedução fiscal do valor da doação	10	22.73%
Brindes exclusivos do Museu	33	75.00%
Desconto na loja e no café	20	45.45%
Desconto em outras instituições e experiências culturais	30	68.18%
Outro	2	4.55%

Ao fazer parte de um Programa de Amigos, você acredita que disporia de qual valor anual (podendo ser parcelado)?		
Até R\$ 100	27	61.36%
Até R\$ 200	13	29.55%
Até R\$ 500	4	9.09%
Mais de R\$ 500	0	0.00%

Se desejar, deixe um comentário
1. Não participaria de um programa de amigos do Museu pois não sou da cidade de SP.
2. Preços mais populares podem aumentar a adesão!
3. Parabéns pelo trabalho e pelo follow. Importante demais ter vocês nas "trincheiras".
4. Seria interessante sortear ingressos para jogos entre os assinantes do programa, participar de aberturas ou sessões privadas de filmes ou outros eventos.
5. O trabalho de vocês é fundamental.
6. vida longa ao museu do futebol. E que possa apoiar ainda mais o futebol feminino também!
7. Que não houvesse nada de cunho político partidário em qq ação proposta.
8. Parabéns ao Museu!

Resumo dos resultados da pesquisa:

- O que motivou a contribuição foi, para 91,8% deste público, a causa futebol feminino
- A maioria (70,5%) não afirmou fazer a declaração de IR pelo modelo completo
- Para novas contribuições, a causa seria o principal fator motivador (em especial racial e de gênero)
- 61% fariam parte de um programa de Amigos

- O interesse maior seria em benefícios de: descontos em outras instituições culturais, brindes exclusivos do Museu e visitas exclusivas com curadores
- A maior parte dos respondentes investiria até R\$ 100,00/ano

Conclusões da pesquisa e diretrizes atuais:

O principal fator motivador de contribuições é relacionado a causas. Embora 61,4% declarem que fariam parte de um programa de amigos, 70,5% não afirmaram fazer a declaração de imposto de renda pelo modelo completo. Desta forma, podemos aferir que, dentro da amostra, o potencial para doações de valores superiores a R\$ 100,00/ano é baixo.

Considerando o baixo potencial para doações maiores, o IDBrasil considera oportuno o lançamento de campanhas de *crowdfunding* pontuais (pelo menos uma por ano), a exemplo da realizada com o apoio do BNDES e relacionadas a uma causa em detrimento à criação de um programa clássico de amigos composto por pacotes de benefícios por faixa de contribuição. É importante registrar, no entanto, que o canal para recebimento de doações ao Museu com ou sem uso das leis de incentivo estará sempre aberto por meio de informação em página específica do site oficial e, no último bimestre do ano, próximo ao encerramento do ano fiscal, será realizada divulgação junto ao banco de dados do Museu e redes sociais para doações por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet).

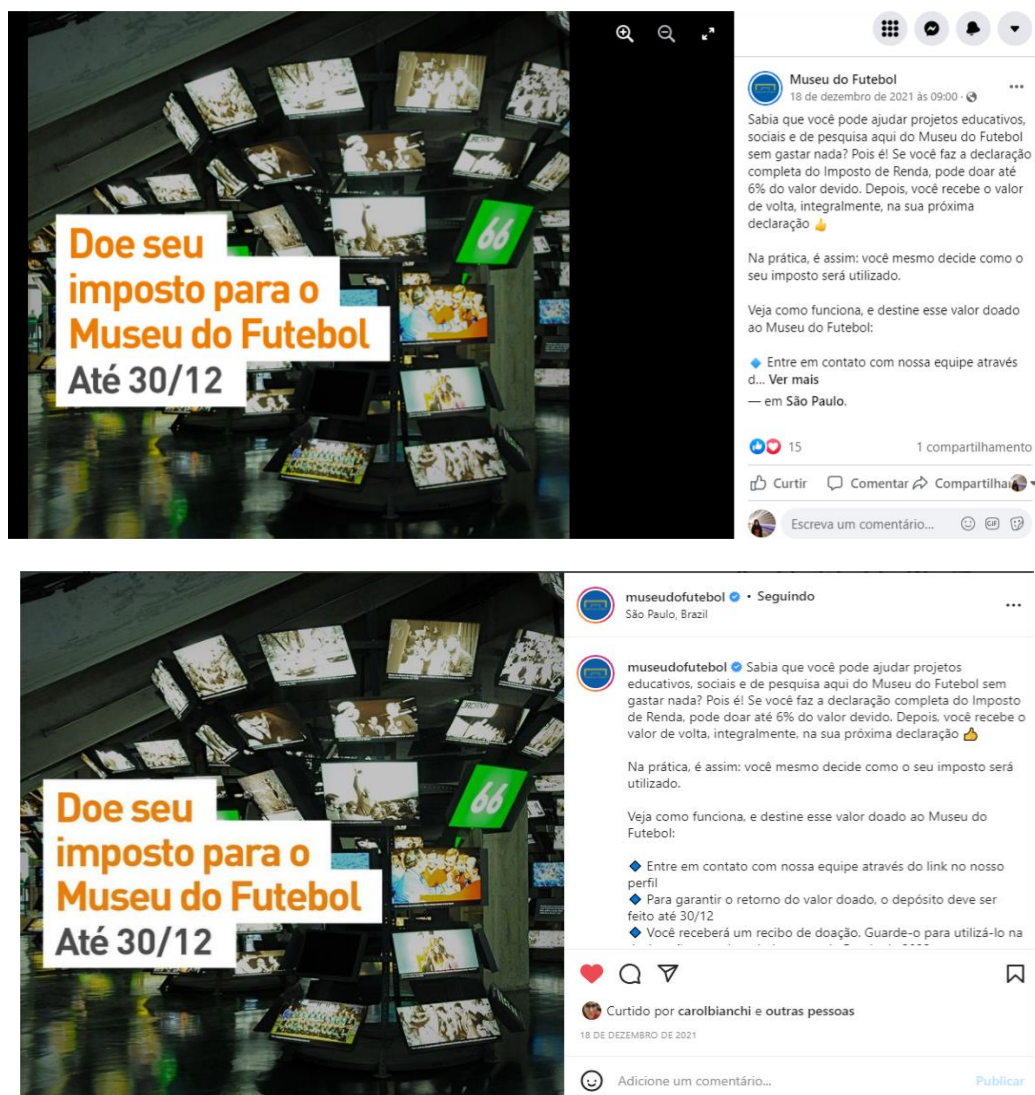
A decisão para doações, como ficou claro no resultado da pesquisa, passa pelo fator “causa”, mas também pela “*call for action*”, ou seja, uma campanha com o sentido de urgência e curto objetivo seja concretizado/tangibilizado em um curto período de tempo. A base de doadores será ativada sempre que houver uma nova campanha de crowdfunding e para participação em oportunas ações institucionais.

5.2 Implantação de doação por meio de Pix e/ou cartão de crédito

A chave Pix foi criada pelo Museu e será utilizada na campanha para contribuições junto a pessoas físicas por meio de Pix e/ou depósito, em janeiro de 2022. Adicionalmente, esclarecemos que a Lei Rouanet ainda não está habilitada para recebimento de doações por meio de Pix e cartão de crédito. Portanto, em dezembro de 2021, período em que as pessoas físicas e empresas fazem prioritariamente suas doações com dedução fiscal, foi realizada divulgação para contribuições com foco no uso das leis de incentivo, sem o uso de Pix.

5.3 Realizar campanha de doação por meio de lei de incentivo e doação direta

Em dezembro de 2021, foi amplamente divulgada nas redes sociais e *newsletter* do Museu a possibilidade de doação por meio da Rouanet. Como estratégia, optou-se por lançar em janeiro de 2022 campanha para doações sem dedução fiscal para uma comunicação mais efetiva das duas formas de contribuição. Abaixo seguem exemplos da campanha realizada em dezembro de 2021 e informações sobre a campanha a ser lançada em janeiro de 2022.



A campanha para contribuições sem uso da lei de incentivo será focada para o fomento de projetos que apoiam a pesquisa e a divulgação da história do futebol feminino. Os valores doados serão utilizados em ações e pesquisas que resgatam, registram e valorizam as vivências das mulheres no futebol, e os apoiadores vão receber um kit exclusivo como recompensa.

A contribuição terá valor único de R\$ 95, que poderá ser pago por Pix ou depósito bancário. Os contribuintes ganharão um pôster com a manchete de jornal "Impedido pela polícia o futebol feminino", de 1941, que está exposta no Museu do Futebol e faz referência ao período em que a modalidade foi proibida por lei no Brasil, e uma bolsa exclusiva com ilustração da fachada do Estádio do Pacaembu. Além disso, inclui também uma carteirinha digital individual que garante visitas ilimitadas ao museu em 2022. O Kit pode ser adquirido em nome do doador ou dado de presente. Seguem abaixo imagens ilustrativas do cartaz e da bolsa:





Ação 6.1: Censo diversidades

O primeiro Censo Diversidades, realizado entre as pessoas que trabalham no IDBrasil, é uma ação que vem sendo pensada, estruturada e articulada desde os primeiros meses de 2021. Ele teve por objetivo saber quão diversa é a equipe e como essa diversidade reflete o dia a dia do trabalho. Para tanto, a direção, em conjunto com o Núcleo de Recursos Humanos e o grupo de trabalho interno denominado “GT Diversidades”, convidou os colaboradores a participarem da pesquisa, que foi totalmente anônima, para promover ações que contribuam para um ambiente de trabalho com acolhimento, amigável, respeito, segurança e valorização profissional.

O GT Diversidades foi criado no final de 2019 por colaboradores que trabalham no IDBrasil, inicialmente com colaboradores do Museu do Futebol e posteriormente ampliado para as novas equipes do Museu da Língua Portuguesa, que compartilham da ideia de que com união de esforços é possível ajudar na construção de um ambiente de trabalho diverso e acessível.

O termo “Diversidades” foi escolhido pelo grupo pensando na amplitude da palavra e por entender que a sociedade é constituída por pessoas diferentes no tocante a origem, gênero, etnia, crença, orientação sexual, classe social,

escolaridade, constituição física, entre outras tantas características que a torna plural. A coleta de dados do Censo buscou traçar um panorama da equipe para possibilitar o planejamento de ações futuras. Foi totalmente anônimo e realizado em formulário online disponibilizado por uma empresa contratada externamente. A análise feita a partir do conjunto dos resultados e não das respostas individualizadas, garantindo o sigilo de todos os dados.

O censo ajudará também a melhor traçar os planos e políticas internas da instituição para a gestão de pessoas e novas contratações. Os principais dados colhidos estão a seguir:

Quantidade de respondentes: 203 de um total de 220 colaboradores, incluindo terceirizados (92% de adesão)

Distribuição dos respondentes por faixa de idade:

Faixa Etária	Quantidade
Até 20	8
21 até 30	57
31 até 40	64
41 até 50	46
51 até 60	20
Acima de 60	8

Quantidade de respondentes por nível de escolaridade:

Nível de formação	Quantidade
Ensino fundamental incompleto	12
Ensino fundamental	4
Ensino médio incompleto	9
Ensino médio	53
Ensino técnico	12
Ensino superior	71
Pós-graduação (latu sensu)	23
Mestrado	14
Doutorado	4
Não considero a questão relevante	1

Quantidade de respondentes por estado civil:

Estado civil	Quantidade
Solteira/o	90
Casada/o	59
Convivo com companheira/o	31
Divorciada/o	12
Viúva/a	5
Outro	3

Não considero a questão relevante	2
Não me sinto à vontade para responder	1

Quantidade de respondentes por local de nascimento, segundo dimensão selecionada

Estado	Quantidade
São Paulo	148
Pernambuco	9
Bahia	8
Minas Gerais	7
Paraná	5
Alagoas	3
Piauí	3
Rio de Janeiro	3
Ceará	2
Mato Grosso do Sul	1
Paraíba	1
Rondônia	1
Santa Catarina	1
Nasci em um país estrangeiro	4

Quantidade de respondentes que podem possuir alguma deficiência:

Possui deficiência?	Quantidade
Sim	3
Não	200

Quantidade de respondentes por praticar alguma religião:

Pratica alguma religião?	Quantidade
Sim	89
Não	104
Não considero a questão relevante	8
Não me sinto à vontade para responder	2

Quantidade de respondentes por cargo:

Função	Quantidade
Coordenador de núcleo/Diretoria	16
Assistente/Analista/Técnico/Supervisor	47
Auxiliar/Bilheteiro/Orientador/Educador	64
Estagiário/Aprendiz	8
Colaborador terceirizado	57
Outro	4
Não me sinto à vontade para responder	3
Não considero a questão relevante	4

Quantidade de respondentes que podem ter sofrido situações de racismo e/ou assédio:

Já sofreu racismo ou assédio	Quantidade
Não sofreu nenhuma situação	171
Situação de assédio	17
Situação de racismo	14
Situação de racismo e assédio	1

Ação 6.2: Encontro de escuta de funcionários

O encontro foi promovido com objetivo de ouvir as coordenações de núcleos quanto aos retornos de suas equipes sobre o trabalho presencial e assim trazer as impressões para o encontro com as diretorias. Diversas contribuições foram levantadas quanto aos ganhos e pontos de atenção do novo formato de trabalho, para ajudar a direção em formatar um modelo que contemple os pontos positivos da nova dinâmica apresentada, bem como minimizando os impactos negativos.

Dentre os principais pontos levantados, percebeu-se que as equipes gostariam de manter o trabalho híbrido, com algumas observações sobre a questão de maior concentração para o trabalho realizado remotamente (home office), facilidade para os dias de agenda com várias reuniões online, elaboração de relatórios e atividades administrativas, ao mesmo tempo que o trabalho presencial facilita na organização e fluidez da comunicação e dinâmica com as equipes.

Percebeu-se a necessidade de adequação dos equipamentos tecnológicos, especialmente aos coordenadores que atuam nos dois museus geridos pelo IDBrasil. Ter uma estrutura que permita a atuação a partir de qualquer local, mostrou-se fundamental para dar maior fluidez às atividades e processos internos.

Sobre a comunicação entre as equipes, notou-se a importância de alinhar um formato de ferramenta para comunicação rápida entre as equipes como uso do 'trello' ou 'teams', da microsoft.

Registro do encontro realizado online:



Ação 7: Projeto Conviver

No segundo quadrimestre de 2021, antecipadamente ao que estava previsto no plano de trabalho, houve o encontro de integração do “Projeto Conviver”, numa ação conjunta entre o Núcleo de Recursos Humanos com o Núcleo Educativo, que promoveram encontros entre equipes terceirizadas e efetiva do IDBrasil. Foram dois encontros que aconteceram com a mediação de uma educadora, apresentando a exposição temporária “Tempo de reação – 100 anos do goleiro Barbosa” aos grupos participantes.

Os encontros proporcionaram momentos de integração das equipes e reflexão sobre o tema racismo dentro e fora do campo. Os encontros aconteceram no dia 20 de julho em dois horários, respeitando o número máximo de 5 participantes, reforçando junto às equipes a necessidade de manter os protocolos sanitários de distanciamento social.



Ação 8: Comitê de parceiros - Comitê criado e implantado

No terceiro quadrimestre foram delineadas as premissas do Comitê de Parceiros do Museu do Futebol, bem como inclusa cláusula nos contratos dos patrocinadores da Temporada 2022 para participação de representante das empresas nas reuniões do comitê. Os representantes estão sendo definidos pelas empresas patrocinadoras que já foram contatadas pelo IDBrasil. Abaixo estão indicadas as premissas do Comitê:

- O objetivo principal do comitê é compartilhar os resultados da instituição junto aos patrocinadores e apoiadores. Tem também o objetivo de engajá-los nas atividades do Museu a fim de potencializá-las, seja por meio de novos aportes financeiros ou outras formas de apoio;
- Prevê-se a realização de encontro quadrimestral ou em outra periodicidade a ser acordada entre as partes. Como previsão inicial, espera-se que os encontros aconteçam nos meses de maio e setembro. As datas das reuniões serão agendadas pelo IDBrasil com, no mínimo, 15 dias de antecedência;
- Por parte do IDBrasil, haverá a participação das seguintes pessoas, conforme disponibilidade: Presidente do Conselho de Administração, Diretora Executiva, Diretora Técnica e Coordenadora de Desenvolvimento Institucional. Outros participantes, incluindo representantes da SEC, poderão ser convidados em função de pautas específicas. A participação dos patrocinadores e apoiadores estará condicionada à vigência do contrato.
- Os encontros poderão ser presenciais, na sede do Museu do Futebol, com possibilidade de participação remota, ou inteiramente virtuais, e terão a duração de até duas horas, com possibilidade de extensão a partir de necessidades pontuais.
- O Presidente do Conselho de Administração ou a Diretora Executiva darão as boas-vindas e abrirão as reuniões, e a Diretora Executiva do IDBrasil apresentará as pautas que serão percorridas. De forma geral, serão apresentados os destaques do Museu no período e o planejamento de atividades futuras. Quando oportuno, será aberta a possibilidade de discussão de como cada empresa pode contribuir com ideias, apoio financeiro ou outra forma de contribuição a determinada iniciativa. As empresas poderão sugerir pautas e trazer exemplos de iniciativas que estão realizando ou visam realizar para compartilhamento e troca entre o Comitê de Parceiros. Ressalta-se que nas reuniões não serão abordados assuntos relativos aos acordos individuais com cada parceiro, mas temas de interesse comum.
- Após as reuniões, será enviada aos participantes do Comitê de Parceiros a Ata para registro e ciência daqueles que estiveram impossibilitados de participar.

Composição inicial prevista:

- **IDBRASIL:**
 - a) Carlos Antônio Luque, Presidente do Conselho de Administração;
 - b) Renata Vieira da Motta, Diretora Executiva;
 - c) Marília Bonas, Diretora Técnica
- **EMPRESAS**
 - a) Goodyear;
 - b) Movida;
 - c) SEM;
 - d) Eurofarma;
 - d) Evonik;
 - e) Syngenta;
 - f) Yamaha;
 - g) Lojas Torra;
 - h) Banco Safra;
 - i) Eaton;
 - j) Perfetti Van Melle
 - h) Zanchetta
 - k) Braskem
 - l) TCL
 - m) Pinheiro Neto Advogados

Ação 9: Comitê Curatorial implantado

No dia 17 de novembro ocorreu a primeira reunião do Comitê Curatorial do Museu do Futebol. A implantação deste colegiado, coordenado pelo jornalista esportivo e pesquisador do futebol, Marcelo Duarte e com representações internas e externas, visa ao estabelecimento de discussões mais plurais e democráticas acerca da nossa programação cultural – visando alcançar os objetivos pactuados no novo contrato de gestão, alicerçados na perspectiva de consolidarmos um museu cidadão, com transparência em suas ações e comprometido com as causas urgentes e emergentes de nossa sociedade.

Além da reunião já mencionada, foi realizada um segundo encontro no dia 9 de dezembro, consolidando o referido colegiado. A pauta desses encontros privilegiou a apresentação e debate da programação cultural do Museu para o ano de 2022 e reflexões acerca das linhas curatoriais para a nova exposição de longa duração, que será inaugurada no último quadrimestre de 2023.

Abaixo, segue a composição do Comitê Curatorial:

Nome	Representação
Marcelo Duarte	Coordenação do Comitê

Marília Bonas	Diretoria Técnica
Milly Lacombe	Jornalista (repres. externa)
Raí Oliveira	Ex-jogador de futebol (repres. externa)
Dr. Flávio de Campos	Docente e pesquisador (repres. externa)
Rodrigo Saturnino	Cineasta / Memofut (repres. externa)
Sérgio Vaz	Poeta (repres. externa)
Maurício Rafael	Assessoria Museológica
Juliana Pons	CRFB
Ialê Cardoso	Educativo
Mariana Chaves	Exposição e Programação Cultural
Renata Beltrão	Comunicação



Ação 10: Comitê Interno de Sustentabilidade implantado

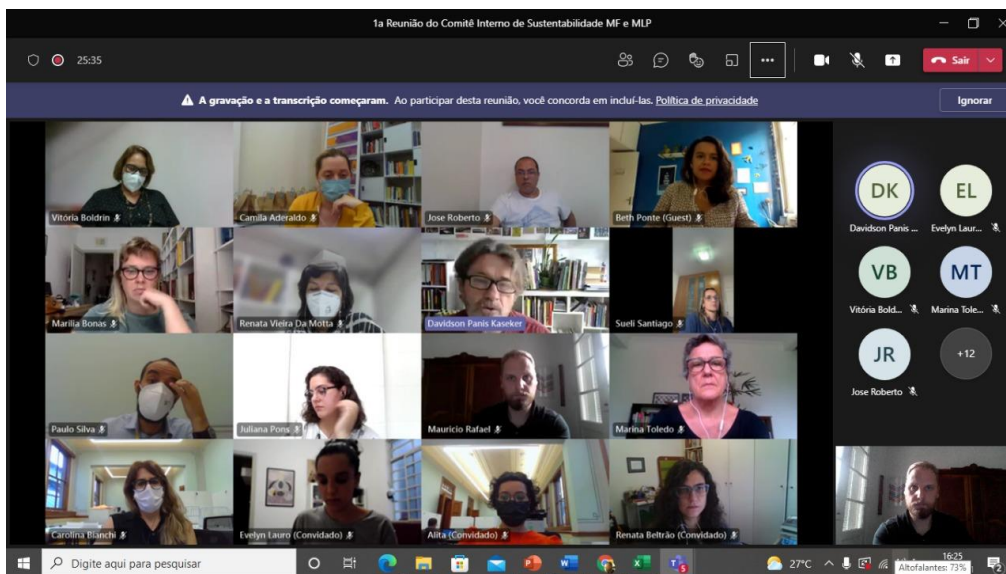
Aliado a elaboração das diretrizes para o Programa de Sustentabilidade do IDBrasil para o museus da SEC que estão sob sua responsabilidade (Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa), a organização social pactuou a implantação de um comitê interno que terá como atribuições principais de colaborar na construção do documento - ao propor ações para conscientização dos públicos sobre o desenvolvimento sustentável e a adoção de práticas sustentáveis no dia a dia do museu, bem como promover o monitoramento e avaliação das ações estabelecida no documento norteador.

Cabe também mencionar que o Programa de Sustentabilidade do IDBrasil propõe uma nova metodologia para fortalecer a sustentabilidade como prática transversal e multidimensional nos dois museus sob sua gestão. Esta metodologia, que integra a sustentabilidade às ações do planejamento anual dos museus, além de facilitar a familiarização das equipes com as diferentes dimensões da sustentabilidade e com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), tem como base a “eficiência com efetividade” e a construção participativa, por meio da atuação do **Comitê Interno de Sustentabilidade**, formado por representantes de todas as áreas, meio e finalística da organização e dos dois museus.

A primeira reunião do grupo, que marcou a implantação do referido Comitê, foi realizada no dia 13 de dezembro e contou com a participação, além dos representantes de cada área, do diretor técnico do Grupo de Coordenação do SISEM-SP e a mediação da consultora de gestão cultural Beth Ponte, convidada para assessorar o IDBrasil na construção do Programa Interno de Sustentabilidade.

O encontro serviu para apresentar informações sobre a “Política SP Museus e Sustentabilidade”, a perspectiva de atuação do IDBrasil no campo da sustentabilidade aplicado aos museus e debater as ações já pactuadas com a SEC - que serviram de base para a construção do texto do referido Programa.

O grupo manterá uma periodicidade de encontros ordinários a cada dois meses e, se for necessário, também haverá reuniões extraordinária para o acompanhamento do Programa Interno de Sustentabilidade (documento pactuado e entregue no plano de trabalho do terceiro quadrimestre do Museu da Língua Portuguesa).



Representantes do Comitê Interno de Sustentabilidade – IDBrasil:

Nome	Área / Núcleo representado
Renata Vieira da Motta	Diretoria Executiva
Vitória Boldrin	Diretoria Administrativa e Financeira
Marília Bonas	Diretora Técnica
Maurício Rafael	Assessoria Museológica e CRFB
Juliana Pons	Assessoria Museológica e CRFB
Evelyn Lauro	Articulação Social
Carolina Bianchi	Desenvolvimento Institucional
Renata Beltrão	Assessoria de Comunicação
Paulo Silva	Recursos Humanos
Luis Marcatto	Infraestrutura e Operações
Felipe Macchiaverni	Tecnologia
José Roberto Nascimento	Gestão Administrativa e Financeira MF
Sueli Santiago	Gestão Administrativa e Financeira MLP
Camila Aderaldo	Centro de Referência MLP
Mariana Toledo	Educativo MLP
Ialê Cardoso	Educativo MF
Alita Mariah	Exposições e Programação Cultural MLP
Mariana Chaves	Exposições e Programação Cultural MF

Ação 11: Planejamento Estratégico entregue

Como organização social especializada em gestão museológica e comprometida com o cumprimento das ações pactuadas, o IDBrasil reconhece a importância do estabelecimento de marcos regulatórios internos para o desenvolvimento equilibrado das ações da cadeia operatória

museológica, bem como o pleno atendimento da Política Estadual de Museus. O planejamento estratégico é um documento norteador que contribui para o desenvolvimento de práticas mais eficientes e eficazes. Trata-se de um processo sistêmico, que permite definir e acompanhar o melhor caminho a ser seguido por uma organização para produzir resultados na forma de um sistema integrado de decisões.

A elaboração deste documento, alinhada com as novas perspectivas adotadas no CG 03/2021, contou com o apoio de uma consultoria especializada (Ponte Cultura & Desenvolvimento) e teve como foco a sinergia, a eficiência e a valorização dos ciclos de planejamento realizados durante a elaboração do novo Plano Museológico (2021–2025) e da Proposta de Trabalho do Contrato de Gestão Nº 03/2021.

A partir dessa perspectiva optou-se por estabelecer um grupo de trabalho, coordenado pela Assessoria Museológica, que visa o monitoramento das metas inseridas no Plano Museológico, bem como o acompanhamento do Planejamento Estratégico – tendo em vista o já citado alinhamento entre esses dois documentos. O referido grupo se reunirá bimestralmente para discutir e aferir a execução das diretrizes dos dois planejamentos e, consequentemente, reportar sua análise para as diretorias do IDBrasil. Anexo ao relatório segue o novo Planejamento Estratégico do Museu do Futebol.

Composição do Grupo de Trabalho

Nome	Área ou Núcleo
Renata Motta	Diretora Executiva
Marília Bonas	Diretoria Técnica
Maurício Rafael	Assessoria Museológica
Juliana Pons	Assessoria Museológica
Carolina Bianchi	Desenvolvimento Institucional
José Roberto Nascimento	Gestão Administrativa e Financeira
Paulo Silva	Recursos Humanos
Ademir Takara	CRFB
Marcelo Continelli	Educativo

Ação 12.1: Política de planejamento de arquivamento de documento digitais

Neste novo ciclo de gestão do Museu do Futebol o IDBrasil direciona atenção especial à área de Tecnologia da Informação, uma vez que administra museus que preservam e pesquisam patrimônios imateriais e operam com exposições, acervos e referências em suportes digitais — que são e serão afetados pela constante evolução nestas áreas de conhecimento, não somente no país, mas também no ambiente internacional.

Desta forma, com o de gerenciar e executar procedimentos que garantem tanto o funcionamento dos sistemas que atendem as rotinas de trabalho

administrativa, sites e bilheteria, quanto o acervo digital museológico e arquivístico (arquivos histórico e institucional) foi desenvolvido pelo Núcleo de Tecnologia um planejamento que orienta o correto arquivamento de documentos digitais (desde sua nomeação seguindo preceitos padronizados até o correto armazenamento nos repositórios virtuais), visando a preservação e rápida recuperação desses ativos. O documento segue anexo a este relatório.

Ação 13.1: Diagnóstico do nível de maturidade digital

Conforme a incorporação de elementos digitais na operação do Museu do Futebol vem avançando, percebe-se que os programas museológicos se encontram em diferentes graus de maturidade digital, que representa a capacidade de uma instituição em adaptar-se continuamente para manter-se competitiva em um ambiente cada vez mais digital. Esta definição considera que a transformação digital é um processo que vai além da simples implementação de novas tecnologias, devendo estar alinhado à estratégia, força de trabalho, cultura, tecnologia e estrutura organizacional, de forma a atender às expectativas digitais dos públicos, stakeholders, colaboradores e parceiros.

Desta forma, a realização da avaliação do nível de maturidade digital é considerada pelo IDBrasil como um processo valioso para aprimorar a gestão tecnológica do Museu do Futebol. O trabalho foi desenvolvido por meio de uma consultoria realizada pela empresa Percebe, de forma a subsidiar a criação de ações de treinamento e capacitação necessárias para a progressão dos programas museológicos na escala de maturidade digital. Segue anexo a este relatório, o referido diagnóstico.

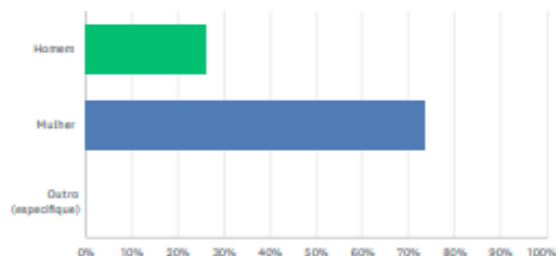
Ação 14.1: Pesquisa de satisfação de público virtual

O relatório consolidado da pesquisa junto público que participou das ações de programação virtuais (formulário disponibilizado por meio link durante a realização do evento) no período de 1º de julho de 2021 e 31 de dezembro de 2021, teve índice de satisfação NPS de 87, calculado pelo consolidado das respostas à pergunta: "**Qual a probabilidade de você recomendar os cursos/eventos do Museu para um amigo(a) ou colega?**".

Pesquisa de público online MF

P1 Como você se reconhece?

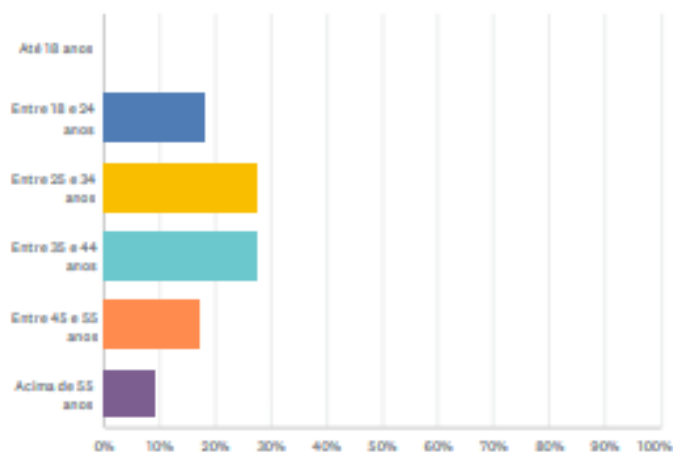
Responderam: 76 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Homem	26.32% 20
Mulher	73.68% 56
Outro (especifique)	0.00% 0
TOTAL	76

P2 Qual a sua idade?

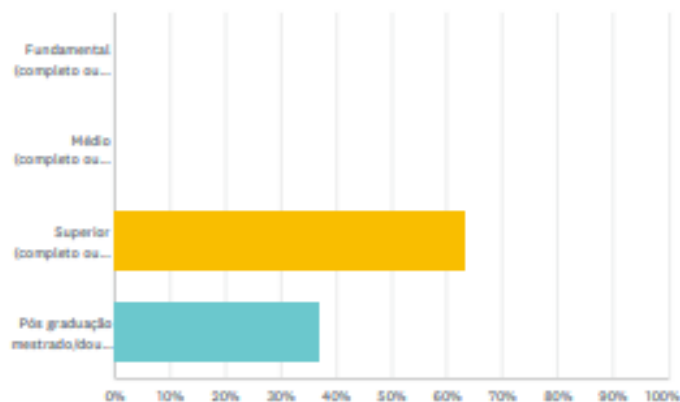
Responderam: 76 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Até 18 anos	0.00% 0
Entre 18 e 24 anos	18.42% 14
Entre 25 e 34 anos	27.63% 21
Entre 35 e 44 anos	27.63% 21
Entre 45 e 55 anos	17.11% 13
Acima de 55 anos	9.21% 7
TOTAL	76

P3 Qual a sua escolaridade?

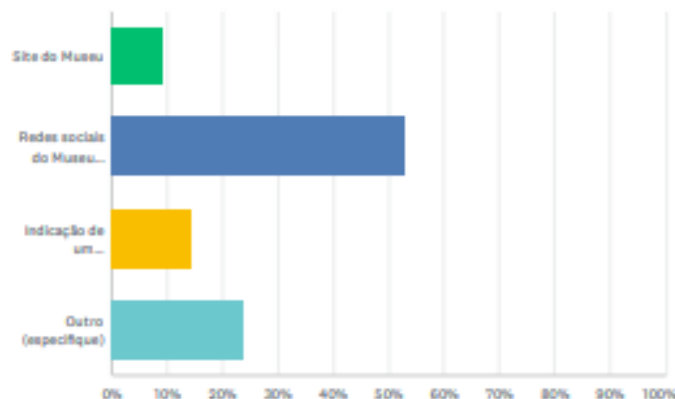
Respondentes: 76 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Fundamental (complete ou não)	0.00% 0
Médio (complete ou não)	0.00% 0
Superior (complete ou não)	63.16% 48
Pós graduação mestrado/doutorado	36.84% 28
TOTAL	76

P4 Como você ficou sabendo do curso/evento?

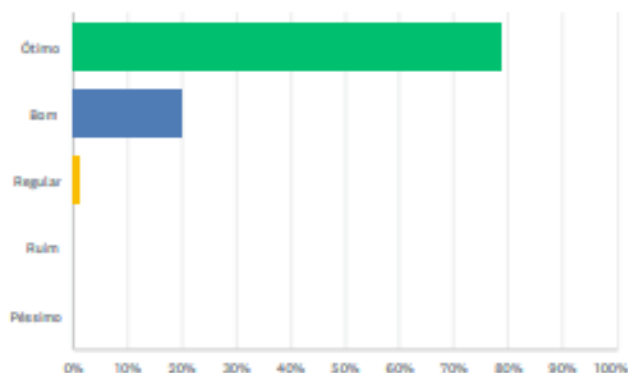
Respondentes: 76 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
Site do Museu	9.21% 7
Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)	52.63% 40
Indicação de um amigo/familiar	14.47% 11
Outro (especifique)	23.68% 18
TOTAL	76

P5 O que você achou do curso/evento?

Respondentes: 76 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Ótimo	78.95%	60
Bom	19.74%	15
Regular	1.32%	1
Ruim	0.00%	0
Péssimo	0.00%	0
TOTAL		76

P6 Qual é a probabilidade de você recomendar os cursos/eventos do Museu a um(a) amigo(a) ou colega?

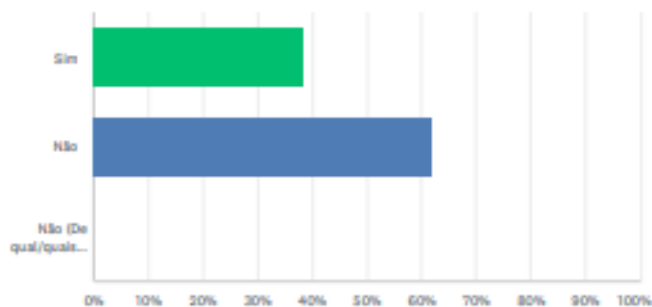
Respondentes: 75 Ignoraram: 1



DETRATORES (DE 0 A 6)	PASSIVOS (DE 7 A 8)	PROMOTORES (DE 9 A 10)	NET PROMOTER SCORE
2% 1	11% 8	87% 65	87

P7 É a primeira vez que participa de um curso/evento do Museu?

Respondentes: 76 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Sim	38,16%	29
Não	61,84%	47
Não (De qual/quais outro(s) evento(s) do Museu do Futebol você já participou?)	0,00%	0
TOTAL		76

Ação 15.1: Pré-projeto da nova exposição de longa duração

O novo contrato para a gestão do Museu do Futebol, apresentou alguns desafios institucionais, dentre os quais destacamos a produção da nova exposição de longa duração. A atual mostra foi inaugurada junto com o Museu, em 2008 e, ainda que tenha incorporado diversas atualizações de conteúdo, sua estrutura curatorial, museografia, soluções tecnológicas e experiência de visitação mantiveram-se as mesmas.

O IDBrasil considera a nova exposição de longa duração como uma das grandes prioridades deste novo ciclo de gestão. Esse projeto deverá incorporar atualizações que dialogam com os desafios contextuais apontados acima, em um processo necessariamente participativo e democrático. Se a atual exposição de longa duração tem como eixos "história, emoção e diversão", propomos "história, cultura, emoção e diversidades" como eixos orientadores iniciais para o processo de construção da nova mostra. Com isso, deseja-se evidenciar que, mais do que um esporte, o futebol é uma *linguagem* que promove diálogos entre praticantes de diferentes grupos, gêneros, classes sociais e gerações e é também um *discurso* por meio do qual esses praticantes fazem valer sua voz.

Portanto, atendendo ao plano de trabalho pactuado o IDBrasil solicitou ao coordenador do comitê curatorial do Museu do Futebol, o jornalista Marcelo Duarte, a elaboração do pré-projeto, aqui entendido como o partido curatorial e marco inicial do processo de reformulação que incluirá planejamento, pesquisa, desenvolvimento curatorial e expográfico, licenciamento de obras,

construção e montagem para inauguração prevista para último quadrimestre de 2023. O referido texto segue anexo a este relatório.

2.1. PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA - PGM

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2011)

Condicionada à captação de recursos						
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral	
16	Ações de saúde, bem-estar e ergonomia funcionais	16.1	Meta-Produto	Número de ações de saúde, bem-estar e ergonomia oferecidas aos funcionários	2º Quadrim	-
					3º Quadrim	1
					META ANUAL	1
					ICM	100%

Essas ações não aconteceram no ano de 2021 devido às limitações impostas pela pandemia, as medidas sanitárias protetivas e à limitação de recursos, que foram destinados às ações pactuadas.

2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS – PGA

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2021)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
17	Editatona Wiki-Fut [VIRTUAL]	17.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos realizados	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	2	2
					ICM	100%	100%
		17.2	Dado Extra	Nº de público virtual – participação	2º Quadrim		7
					3º Quadrim		6
					ANUAL		13
18	Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e de terceiros	18.1	Meta-Produto	Nº de artigos produzidos	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	2	2
					META ANUAL	3	3
					ICM	100%	100%
19	Projeto de Pesquisa	19.1	Meta-Produto		2º Quadrim	3	3
					3º Quadrim	5	5

	"Diversidade s em Campo: Futebol LGBT+"	19.2	Meta-Produto	Nº mínimo de referências mapeadas	META ANUAL	8	8
				Nº mínimo de itens coletados/produtos publicados no Banco de Dados	ICM	100%	100%
					2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	15	15
					META ANUAL	15	15
20	Edital de pesquisa	20.1	Meta-Produto	Criação do comitê de orientação	ICM	100%	100%
					2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	-	-
					META ANUAL	1	1
		20.2	Meta-Produto	Seleção das coleções - base de pesquisa	ICM	100%	100%
					2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		20.3	Meta-Produto	Edital elaborado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
21	Projeto de Pesquisa "Protagonismo Negro no Futebol"	21.1	Meta-Produto	Nº de entrevistas da exposição Tempo de Reação transcritas e catalogadas	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	3	3
					META ANUAL	3	3
					ICM	100%	100%
		21.2	Meta-Produto	Nº de itens da exposição Tempo de Reação catalogados e publicados no Banco de Dados	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	50	50
					META ANUAL	50	50
					ICM	100%	100%
		21.3	Meta-Produto	Nº de entrevistas realizadas com especialistas	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	2	2
					META ANUAL	3	3
					ICM	100%	100%
22	Acervos Digitais em Rede	22.1	Meta-Produto	Seleção de itens do acervo para compartilhamento com códigos abertos na	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

				plataforma Wiki			
--	--	--	--	--------------------	--	--	--

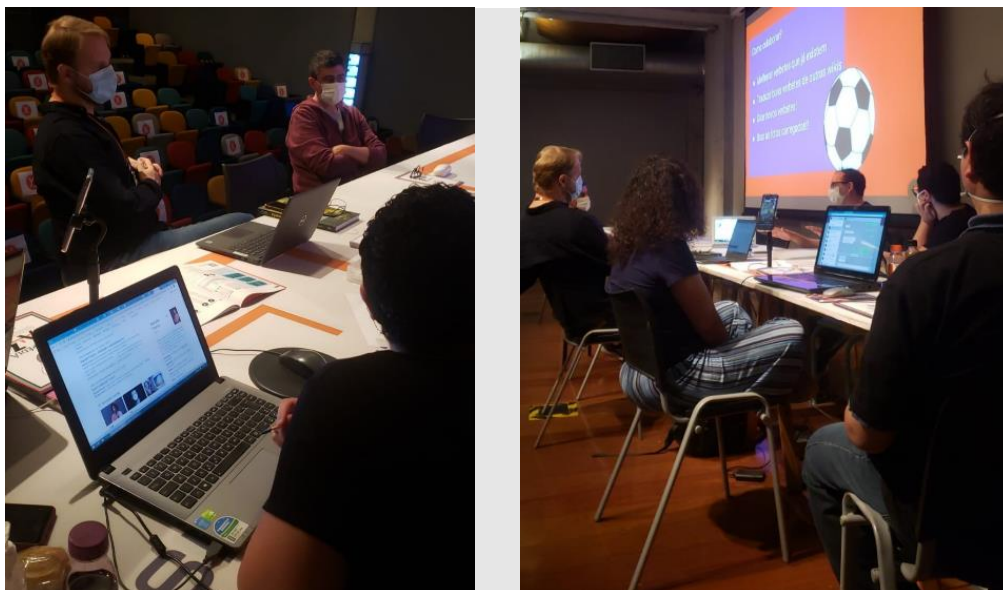
DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVO- PGA

Ação 17: Editatona Wiki-Fut

Em 20 de novembro de 2021, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro organizou a quinta maratona de edições da Wikipedia, promovida e sediada pelo Museu do Futebol: a Editatona Goleiros e Goleiras. O evento contou novamente com a parceria do grupo Wiki Movimento Brasil, presente também nas edições anteriores.



A ação teve como objetivo reunir voluntários para editar, criar e melhorar verbetes na Wikipédia a partir de fontes confiáveis e verificadas sobre goleiros e goleiras do futebol brasileiro. A temática do evento relacionou-se com a exposição temporária "Tempo de Reação - 100 Anos do Goleiro Barbosa", em cartaz no Museu do Futebol até 30 de janeiro de 2022. A atividade estava prevista para acontecer virtualmente, mas com a flexibilização do Plano São Paulo para retomada segura das atividades, optou-se pela realização presencial.



Vale ressaltar que, em 28 de agosto de 2021, o Museu sediou uma maratona de edições com foco nas Paralimpíadas de Tóquio, destacando os atletas brasileiros e as modalidades disputadas. Em 2019, como parte da programação da mostra temporária "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol", foram realizadas três edições sobre o futebol de mulheres, abrangendo as jogadoras da Seleção Brasileira, os clubes do Campeonato Brasileiro e a Copa Libertadores da América.



Para participar do evento era necessário inscrever-se através do e-mail crfb@museudofutebol.org.br, informando nome completo e número do RG. Em respeito às orientações de combate à pandemia do coronavírus, foram disponibilizadas apenas 15 vagas, com uso obrigatório de máscaras. Como requisito, solicitou-se aos inscritos que levassem um notebook e criassem

uma conta na Wikipédia antes da Editatona. O museu ofereceu café da manhã e certificado de participação.

A ação desenvolveu-se com uma formação feita pelo professor João Alexandre Peschanski, diretor executivo do Wiki Movimento Brasil. Nela, foram abordadas informações sobre a Wiki, seu histórico, uso e alcance, além de sua interação com outras plataformas (como a migração e reutilização de dados da Wikidata, Wikimedia Commons e projetos GLAM).

Abaixo seguem imagens de artigos produzidos e editados no evento:

Kemelli [ocultar]

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

Kemelli Trugilho Firmiano Ferreira (Petrópolis, 12 ou 13 de março de 1999)^{[1][2]}, mais conhecida como **Kemelli**, é uma futebolista brasileira que joga como goleira. Defende desde 2021 a equipe do Corinthians, onde venceu o Campeonato Brasileiro no ano de sua chegada, atuando como titular.^{[3][4]} Venceu a Libertadores da América, em 2021.^[5] Atuou anteriormente no *Internacional*, Santos e Flamengo. Foi revelada no *Criciúma*.^[6]

Kemelli
Nascimento
13 de março de 1999 (22 anos)
Petrópolis
Cidadania
Brasil
Estatura
1,75 m
Ocupação
futebolista
[edite no Wikidata]

Índice [esconder]

- Seleção Brasileira
- Títulos
- Referências
- Ligações externas

Seleção Brasileira

Kemelli atuou nas categorias de base da Seleção Brasileira. Em 2016, participou da Copa do Mundo Sub-17 e, em 2018, jogou no Mundial Sub-20.^[7]

Títulos

Corinthians

- Campeonato Brasileiro: 2021^[4]
- Libertadores da América: 2021^[5]

Referências

- ↑ «Kemelli, últimas notícias e perfil do jogador | Goal.com». *www.goal.com*. Consultado em 17 de novembro de 2021
- ↑ Piccolo, Lucas (28 de maio de 2019). «De Petrópolis para o mundo». *Medium* (em inglês). Consultado em 17 de novembro de 2021

Verbete da atleta Kemelli Trugilho Firmiano Ferreira.

Simone Sueli Carneiro [ocultar]

Origem: Wikipédia, a enciclopédia livre.

Simone Sueli Carneiro (Itariri, 10 de janeiro de 1968 – Itariri, 20 de junho de 2018), mais conhecida como **Simone**, foi uma futebolista brasileira que atuou como goleira de futebol de campo e futsal.^[1] Fez parte da primeira Seleção Brasileira de Futebol Feminino, em 1988, que disputou o Mundialito da China e conquistou a inédita medalha de bronze.^{[1][2]} Faleceu em 2018, aos 50 anos de idade, em decorrência de um câncer.

Biografia

Nascida em 10 de janeiro de 1968 na cidade de Itariri, São Paulo^[1], foi uma das goleiras convocadas pela Seleção Brasileira para participar do Mundial experimental de Futebol Feminino da China, realizado em 1988. O Brasil terminou o campeonato na terceira colocação, após vencer a China nos pênaltis. O jogo terminou com a placar de 0–0 no tempo normal e 4–3 nas penalidades, com destaque para atuação de Simone^[1].

Durante a década de 1980 passou pelas equipes do São Paulo Futebol Clube, Santos Futebol Clube e Clube Atlético Juventus, além de jogar futsal.^[1] Faleceu em Itariri, no mesmo município em que nasceu, no dia 20 de junho de 2018.^[1]

Referências

- ↑ «Notícias». *Museu do Futebol*. Consultado em 20 de novembro de 2021
- ↑ «Ex-goleira da seleção brasileira, Simone Carneiro morre aos 50 anos em Itariri». *ge*. Consultado em 20 de novembro de 2021

 [Portal de biografias](#)  [Portal das mulheres](#)  [Portal do futebol](#)  [Portal do Brasil](#)

 Este artigo sobre um futebolista é um esboço relacionado ao projeto esporte. Você pode ajudar a Wikipédia [expandindo-o](#).

Verbete da atleta Simone Sueli Carneiro.

Ação 18: Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e de terceiros

No terceiro quadrimestre de 2021, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) produziu dois artigos na plataforma de publicação de textos Medium <<https://medium.com/museu-do-futebol>>. É necessário explicar que apesar do segundo artigo ter sido publicado no dia 05/01/2022, ele foi escrito, revisado e inserido no Medium em dezembro de 2021. Entretanto houve um problema técnico na plataforma, o que impediu que fosse publicado na última semana de dezembro, como previsto. Sendo assim, consideramos que a meta de dois artigos para o quadrimestre - chegando ao total de três no ano de 2021 - foi alcançada.



Artigo: "Primeiro livro sobre futebol no Brasil" (15/11/2021). A convite do CRFB, o pesquisador e editor Paulo Cezar Alves Goulart, escreveu este artigo sobre o primeiro livro de regras do futebol trazido ao Brasil - a publicação francesa "Les Jeux de Collège", pelo Padre Mantero do Colégio São Luís, em 1881. **Link:** <<https://bit.ly/3EKK0ZX>>.



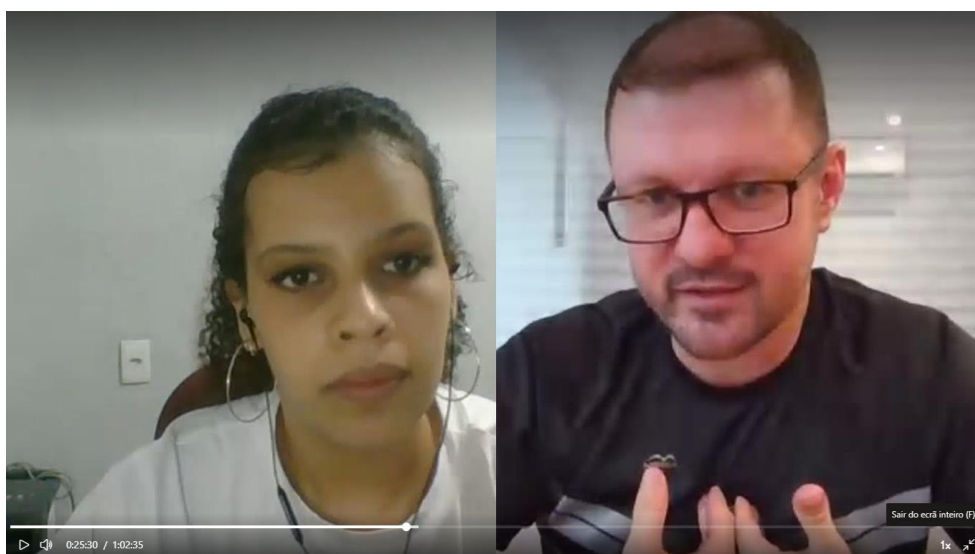
Artigo: “Encontro das pioneiras marca reparação histórica da CBF com as mulheres do futebol” (05/01/2022). A pesquisadora do CRFB, Ligia Dona, e a jornalista Olga Bagatini, do Núcleo de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, do Museu do Futebol, relataram como foi a reunião das pioneiras da Seleção Brasileira, que estiveram na Mundial Experimental da FIFA (1988) e na primeira Copa do Mundo de mulheres (1991), ambas realizadas na China. Foi a primeira vez que a Confederação Brasileira de Futebol, abriu seu centro de treinamento, a Granja Comary, para homenagear as mulheres do futebol. **Link:** <<https://bit.ly/3EZvAFC>>.

Ação 19: Projeto de Pesquisa "Diversidade em Campo: Futebol LGBT+”

19.1 - N° mínimo de referências mapeadas

Nesse quadrimestre, o CRFB deu continuidade ao projeto de pesquisa “Diversidade em Campo: Futebol LGBT+” voltado à ampliação de referências patrimoniais relacionadas ao tema, por meio do mapeamento e registros de times, pessoas, eventos e lugares relacionados à prática desportiva. Foram realizadas duas novas entrevistas, as quais, juntamente com as pesquisas sobre conteúdos na internet e materiais compartilhados por representantes de times, subsidiaram o referenciamento de cinco novos personagens, sendo eles: dois times de futebol, dois jogadores e um evento esportivo.

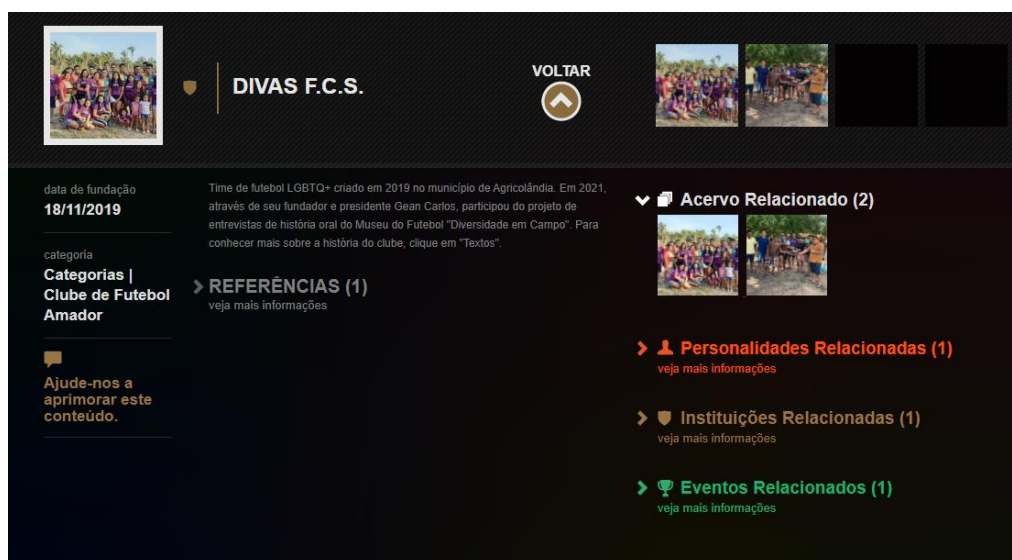
#	Entrevistado	Time em que atuava em 2021	Data da entrevista
1	Renan Evaldt	Magia	27/09/2021
2	Gean Carlos	Divas FCS	29/09/2021



Entrevista com Renan Evaldt, presidente do Magia, realizada em 27/09/2021.

Para a realização das entrevistas foi utilizado o mesmo roteiro apresentado no segundo trimestre de 2020, em que estão estabelecidas as questões norteadoras que balizam as entrevistas. Estas continuaram sendo feitas remotamente, ou seja, através de plataforma online que permite a gravação – o Teams. Além desse material audiovisual, também estão sendo reunidos acervos fotográficos compartilhados por integrantes de times ou pessoas entrevistadas. As pessoas, instituições e eventos referenciados foram catalogadas no banco de dados.

#	Referência	Tipologia	Cidade
1	Renan Evaldt	Personalidade	Porto Alegre/RS
2	Magia SC	Time	Porto Alegre/RS
3	Gean Carlos	Personalidade	Agricolândia/PI
4	Divas FCS	Time	Agricolândia/PI



Print do registro do time Divas FCS no banco de dados do CRFB.

19.2 Número mínimo de itens coletados/produzidos publicados no Banco de Dados

Como uma das estratégias de ampliação de referências acerca do tema Futebol LGBTQ+, a coleta e produção de acervos digitais foi realizada pela equipe do CRFB: por um lado pelos novos audiovisuais criados a partir das entrevistas e, por outro, pela reunião de fotografias digitais compartilhadas pelos integrantes de times que participam do projeto. Até o momento, foram reunidos 366 itens para o acervo, dos quais 135 foram catalogados e publicados no banco de dados, sendo que 15 itens foram publicados neste quadrimestre. Com isso, portanto, batemos a meta de catalogação

quadrimestral. Parte deste material, inclusive, já está em uso pela equipe de Comunicação, integrando posts nas redes oficiais do MF.



Nesse quadrimestre, Gean Carlos, integrante do Divas FCS, compartilhou arquivos digitais do time com a equipe do museu. No segundo quadrimestre de 2021, Marcos Antônio e Mohamad Ludgério também compartilharam novas referências. Na tabela abaixo, segue a quantidade de arquivos de cada pessoa/time publicados no Banco de Dados do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB). Vale dizer que o processamento desses itens, bem como sua organização, está relatado em Rotinas Técnicas.

#	Pessoa	Time	Compart ilhou acervo	Nº iten s	Itens publicados no Banco de Dados do CRFB					
					2020		2021			
					3o TRI	4o TRI	1o TRI	2o TRI	2º QU AD RI	3º QU AD RI
1	Alexandre Antoniazzi	Natus FC	Sim	99	26	5	-	-	-	-
2	Charles Barreto	Real Centro FC	Sim	19	12	-	-	-	-	-
3	Rodrigo Ziegler	Karyocas Club	Sim	23	12	-	-	-	-	-

4	Vinícius Ribeiro	Bharbi xas EC	Sim	5	-	4	-	-	-	-
5	Bernardo Gonzales	-	Sim	21	-	6	-	-	-	-
6	Rodrigo Arcanjo	BigTBo ys	Sim	11	-	6	-	-	-	-
7	Roger Prado	Divers us FC	Sim	11	-	7	-	-	-	-
8	Andre Machado	BeesC ats	Sim	42	-	12	-	-	-	-
9	Mariel Meira	Madal enas FC	Sim	14	-	10	-	-	-	-
10	Josue Junior Gomes Machado	Incofid entes Pride	Sim	15	-	-	-	10	-	-
11	Lucas Sousa da Silva	Canga yceiro s FC	Sim	12	-	-	-	10	-	-
12	Jhonata Nascimento	Barce monas FG	Sim	35	-	-	-	-	-	4
13	Rick Dias	Manot auros EC	Sim	12	-	-	-	-	-	-
14	Marcos Antônio Bernardin o	Predad ores	Sim	22	-	-	-	-	-	2
15	Mohamad Ludgério	Bulls	Sim	16	-	-	-	-	-	7
16	Gean Carlos	Divas FCS	Sim	09	-	-	-	-	-	2
17	Renan Evaldt	Magia SC	Não	0	-	-	-	-	-	-
Total de itens				366	50	50	-	20	-	15

Ação 20: Edital de pesquisa

19.2 Seleção das coleções - base de pesquisa

Conforme proposto no Contrato de Gestão vigente e visando fortalecer o Programa de Pesquisa do CRFB, deu-se continuidade, neste quadrimestre, ao processo de estruturação do primeiro Edital de Pesquisa para Jovens Pesquisadores. Seu objetivo é fomentar a pesquisa acerca da temática “Mulheres do Futebol”, trabalhada desde os idos de 2015 pelo Museu do Futebol, além do aprofundamento das informações acerca das coleções digitais da instituição, através da seleção de pesquisadores (graduados e pós-graduandos *latu* ou *stricto sensu*) que receberão uma bolsa-auxílio.

Foi feito o levantamento de 14 coleções que somam mais de 1000 itens e que servirão de pilar para a pesquisa dos jovens pesquisadores, atendendo às respectivas divisões:

- jogadoras e
- árbitras, jornalistas, técnicas, narradoras e demais profissionais - composta em sua maioria por mulheres, mas não exclusivamente - que se dedicaram ao desenvolvimento da modalidade no Brasil.

Abaixo foram relacionadas as coleções selecionadas para compor este edital:

Jogadoras	Árbitras, jornalistas, técnicas(os), narradoras e demais profissionais
Acervo Aline Pellegrino	Acervo Claudete Troiano
Acervo Dani Alves	Acervo Germana Garilli
Acervo Emily Alves	Acervo Léa Campos
Acervo Ita Maia	Acervo Zuleide Ranieri
Acervo Juliana Cabral	COL42 – Romeu Castro
COL43 – Simone Carneiro	COL72 – Leila Silveira
COL44 – Marcia Honório	
COL45 – Rosilane Motta	

19.3 Edital elaborado

A partir da criação de um Comitê de Orientação interno, elaborou-se o edital com estabelecimento de critérios, metas e ações a serem desenvolvidas pelos jovens pesquisadores. Serão selecionados 2 (dois) bolsistas recém-graduados(as) e/ou pós-graduandos(as) - especialização ou mestrado - para a produção de conhecimento acerca do eixo de pesquisa denominado “Mulheres do futebol”, debruçando-se sobre a história de atletas profissionais e amadoras, árbitras, técnicas, dirigentes, locutoras, jornalistas, dentre

outras, que atuam ou atuaram na construção da modalidade no país, tomando por base tipos diferentes de fontes documentais:

- **Fontes escritas e/ou iconográficas**, tais como: jornais, revistas, fotografias, imagens diversas e documentos similares de jogadoras e outras mulheres que contribuíram para o desenvolvimento do esporte no país. Trata-se de acervos de coleções particulares e outros registros levantados por pesquisas anteriores desenvolvidas pelo CRFB;
- **Fontes orais**, com atenção especial a entrevistas realizadas com jogadoras e outras mulheres que, da mesma forma, fazem parte da história do futebol no país. Tais registros audiovisuais também compõem os acervos sob a guarda do Museu do Futebol.

Ao longo das várias produções e pesquisas já realizadas, o Museu do Futebol angariou uma vasta quantidade e variedade de documentos históricos sobre as mulheres do futebol. A intenção deste Edital é exatamente qualificar esse material, identificando, registrando e selecionando dados das coleções e dos acervos salvaguardados a fim de produzir conhecimento acerca dessa temática. Isso não invalida, evidentemente, a utilização ou a constituição de novos documentos que eventualmente sejam encontrados ou produzidos ao longo das pesquisas. Do mesmo modo, é expectativa do Edital o mapeamento e a reunião de monografias, dissertações, teses, livros e artigos referenciados para o acervo digital do CRFB.

O edital será publicado no próximo quadrimestre, apoiado por uma estratégia de comunicação que garanta que a informação chegue a seus públicos-alvo. Segue abaixo texto do edital na íntegra:

IDBrasil, Cultura, Educação e Esporte
Museu do Futebol
Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Edital de Seleção de Jovens Pesquisadores(as)

O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte, organização social que administra o Museu do Futebol, torna público o presente Edital para inscrição visando a seleção de candidatos(as) para duas vagas de bolsista pesquisador(a) para o ano de 2022, com o intuito de desenvolver pesquisas acerca do futebol feminino e de mulheres do futebol no Brasil.

Inaugurado em 2008 como um espaço para celebração da identidade nacional, a inserção de jogadoras na exposição de longa duração do Museu do Futebol só ocorreu em 2015. Desde então, a instituição assumiu o compromisso de celebrar, retratar e documentar a história do futebol de mulheres no Brasil, engajamento que se fez notório nas exposições temporárias Visibilidade para o Futebol Feminino (2015) e

CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol (2019). Nestes sete últimos anos, o Museu produziu, além das 2 (duas) exposições temporárias supracitadas, 7 (sete) exposições virtuais, 1 (um) audioguia, 3 (três) editatas e mais algumas dezenas de eventos sobre a temática. A primeira edição do Edital de Seleção de Jovens Pesquisadores(as) integra os esforços de retratar e documentar a referida modalidade.

1. Objetivos

- a) Apoiar vocações de pesquisa, possibilitar o domínio do método científico e desenvolver o pensamento crítico do(a) jovem pesquisador(a);
- b) Contribuir de forma decisiva para a qualificação das pesquisas do Museu do Futebol e a consequente produção de conhecimento acerca das referências patrimoniais do futebol feminino brasileiro e de mulheres do futebol no país;
- c) Gerar produtos específicos para a difusão do conhecimento produzido em diferentes plataformas midiáticas.

2. Sobre o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB)

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) é um dos primeiros centros de referência na rede de museus de São Paulo, tornando-se modelo para o público especialista no tema, bem como na área museológica brasileira. Ao iniciar a gestão de um novo museu sem o tradicional abrigo de coleções materiais e arquivos documentais originais, coube à equipe do IDBrasil experimentar e consolidar procedimentos para a pesquisa e a conservação de referências, acervos, coleções e memórias ligadas ao tema futebol. O Programa de Gestão de Acervos do Museu do Futebol, assim, foi amadurecendo a reflexão sobre quais são as especificidades e potencialidades de seu modo de trabalho junto às comunidades, pesquisadores(as) e instituições de memória do esporte.

O CRFB é o setor do museu responsável por cumprir com as funções de pesquisa, preservação e comunicação das diferentes formas de se praticar e significar o futebol como patrimônio cultural, material e imaterial. Além de se tornar referência em estudos e pesquisas sobre o tema, e abrigar a primeira e maior biblioteca pública especializada em futebol no país — atualmente com mais de 15 mil títulos —, o CRFB também despontou no cenário museológico brasileiro como especializado na gestão de acervos digitalizados e nato-digitais, próprios ou de terceiros, como suporte da informação sobre o tema do museu.

Dessa forma, o Centro de Referência vem consolidando a ampliação das referências patrimoniais conjugadas com a articulação junto a diferentes grupos e a ampliação da rede de contatos. Em uma década de atuação — desde o início do projeto de implantação, em 2011 — o CRFB consolidou-se como espaço de reconhecimento e legitimação dos

“futebóis”, isto é, práticas e formas não apenas hegemônicas de experimentar e expressar o futebol.

3. Eixos de pesquisa e linhas temáticas

Na construção do conhecimento sobre novas narrativas acerca do futebol no Brasil e no mundo, o Museu do Futebol valoriza a diversidade que caracteriza as formas de vivenciar o esporte, permitindo a instituição conectar-se e dialogar com novos públicos. Tendo isso em vista, a instituição estruturou quatro eixos e suas respectivas linhas temáticas, a partir das quais estão sendo organizados os projetos de pesquisa. O propósito final é produzir conhecimento e oferecer conteúdo às exposições temporárias, virtuais e itinerantes, aos eventos da programação cultural e às comunicações em canais digitais.

Por meio dos produtos relacionados às pesquisas, que poderão ser de *podcasts* a exposições temporárias e virtuais, artigos e eventos de divulgação, almeja-se, prioritariamente, ampliar narrativas sobre a prática do futebol feminino e as mulheres do futebol no Brasil. Para além disso, pretende-se reunir e mobilizar novos públicos, valorizando a diversidade, os dissensos e o Museu como local seguro para as discussões das diferentes formas de se relacionar com o futebol.

Atualmente o Museu do Futebol possui os seguintes eixos e linhas temáticas de pesquisa:

EIXOS DE PESQUISA				
	1. Futebóis	2. Mulheres do futebol	3. Territórios do futebol	4. Clubes e cadeia de valor no futebol
Linhas temáticas	Diversidades e Acessibilidade	Jogadoras de ontem e hoje	Futebol popular e de várzea	Tecnologias e mídia
	Protagonism o negro no futebol	Mulheres no futebol (árbitras, dirigentes, técnicas, jornalistas)	Torcidas e torcedores: contextos nacional e internacional	Campeonatos Regionais

4. Do objeto de pesquisa para este Edital

O Edital selecionará bolsistas recém-graduados(as) e/ou pós-graduandos(as) (especialização ou mestrado) para a produção de conhecimento acerca do eixo de pesquisa denominado “Mulheres do futebol”, debruçando-se sobre a história de atletas profissionais e amadoras, árbitras, técnicas, dirigentes, locutoras, jornalistas, dentre

outras, que atuam ou atuaram na construção da modalidade no país, tomando por base tipos diferentes de fontes documentais:

- a) **Fontes escritas e/ou iconográficas**, tais como: jornais, revistas, fotografias, imagens diversas e documentos similares de jogadoras e outras mulheres que contribuíram para o desenvolvimento do esporte no país. Trata-se de acervos de coleções particulares e outros registros levantados por pesquisas anteriores desenvolvidas pelo CRFB;
- b) **Fontes orais**, com atenção especial a entrevistas realizadas com jogadoras e outras mulheres que, da mesma forma, fazem parte da história do futebol no país. Tais registros audiovisuais também compõem os acervos sob a salvaguarda do Museu do Futebol.

Ao longo das várias produções e pesquisas já realizadas, o Museu do Futebol angariou uma vasta quantidade e variedade de documentos históricos sobre as mulheres do futebol. A intenção deste Edital é exatamente qualificar esse material, identificando, registrando e selecionando dados das coleções e dos acervos salvaguardados a fim de produzir conhecimento acerca dessa temática. Isso não invalida, evidentemente, a utilização ou a constituição de novos documentos que eventualmente sejam encontrados ou produzidos ao longo das pesquisas. Do mesmo modo, é expectativa do Edital o mapeamento e a reunião de monografias, dissertações, teses, livros e artigos referenciados para o acervo digital do CRFB.

5. Valor e vigência, ações e metas obrigatórias da bolsa de pesquisa

Serão concedidas 2 (duas) bolsas de pesquisas, no valor mensal de R\$ 1.680,00 (um mil, seiscentos e oitenta reais) cada, pelo período de 8 (oito) meses, entre abril e novembro de 2022, conforme disponibilidade. Elas serão distribuídas por tipo de fonte documental:

- a) Fontes escritas e/ou iconográficas (1 vaga);
- b) Fontes orais (1 vaga).

Ao longo desse período, os(as) bolsistas selecionados(as) deverão cumprir com o desenvolvimento de atividades supervisionadas. Eles(as) serão acompanhados(as) por orientadores(as) que realizarão encontros mensais para supervisionar o andamento das pesquisas e, também, pelo Comitê de Orientação que agendará reuniões bimestrais. Esses encontros poderão ocorrer de forma presencial ou virtual – a combinar.

Nesse processo, serão atribuições reservadas que cabem aos(às) bolsistas:

- a) Compartilhar por meio de relatórios mensais o andamento das respectivas pesquisas;

- b) Contribuir sob supervisão com a qualificação do inventário da coleção elegida dentre os acervos já constituídos pelo CRFB.

Para além disso, estão estipuladas metas obrigatórias para cada bolsista, cujas entregas serão combinadas com os(as) respectivos(as) orientadores(as):

- a) Participar de, no mínimo, 1 (um) evento acadêmico nacional ou internacional para divulgação dos resultados parciais da pesquisa;
- b) Produzir 1 (um) artigo científico e submeter à publicação;
- c) Colaborar na organização e no desenvolvimento de um evento da programação cultural do Museu do Futebol para divulgação pública dos resultados finais dos projetos.

A carga horária de trabalho compreenderá 20 horas semanais, sem dedicação exclusiva.

Documentos obrigatórios para inscrição

Cada candidato(a) deve enviar e-mail para o endereço eletrônico crfb@museudofutebol.org.br com o assunto "Edital de Pesquisa", manifestando interesse na vaga, anexando os documentos listados abaixo:

- a) Formulário de inscrição (Anexo I - devidamente preenchido e assinado);
- b) Carta de intenção com no máximo duas laudas, contendo: resumo da trajetória profissional e acadêmica – caso tenha artigo publicado, fazer menção -, justificativa de interesse na participação deste Edital; indicação de preferência por fonte documental (dentre as descritas no Item 4 deste documento); e demais informações que julgar pertinentes;
- c) Comprovante de conclusão de curso de graduação e/ou comprovante de matrícula de pós-graduação (especialização ou mestrado), reconhecido pelo Ministério da Educação;
- d) Cópia da cédula de identidade, ou RNE, ou outro documento de identificação com foto;¹
- e) Link do Currículo Lattes/CNPq atualizado.

1.1 Observações importantes sobre as inscrições:

- a) Na ausência de algum documento obrigatório, será indeferida a inscrição do(a) candidato(a);
- b) Não será permitida a substituição e/ou complementação de documentos após a finalização do processo de inscrição;
- c) As informações prestadas em todos os documentos obrigatórios são de inteira responsabilidade do(a) candidato(a), tendo o Centro de Referência do Futebol Brasileiro o direito de excluir do processo seletivo aquele que não apresentar a documentação completa,

- e/ou preenchimento integral e legível do Formulário de Inscrição e/ou fornecer dados inverídicos. Informações como nome do(a) candidato(a), telefone e e-mail com difícil legibilidade e escritos errados ou no caso de telefone e e-mail desatualizados são de total responsabilidade do(a) candidato(a);
- d) Ao se inscrever, o(a) candidato(a) aceita todos os termos deste Edital;
 - e) Os documentos deverão ser salvos em formato PDF e enviados eletronicamente para o endereço crfb@museudofutebol.org.br, com o assunto de e-mail "Edital de Pesquisa";
 - f) Os arquivos reunidos a serem enviados não deverão extrapolar o tamanho de 4 Mb.

Processo seletivo e critérios de seleção

A seleção será realizada pelo Comitê de Orientação de Pesquisa do CRFB. O processo será composto por duas fases. Na primeira, serão selecionados(as) os(as) seis melhores para cada tipo de bolsa. Seus nomes serão publicados no site do Museu do Futebol (www.museudofutebol.org.br), sendo que os(as) três primeiros(as) candidatos(as) serão convocados para a fase de entrevista e os demais ficarão como suplentes. Na segunda etapa, aqueles(as) que tiverem as três maiores pontuações para cada bolsa de pesquisa oferecida passarão por uma entrevista para avaliação de suas competências e aferição das informações prestadas nos documentos. Serão considerados os critérios abaixo discriminados:

- a) Avaliação da carta de intenção contendo: resumo da trajetória profissional e acadêmica– caso tenha artigo publicado, fazer menção; justificativa de interesse na participação do Edital; indicação da fonte documental com a qual pretende trabalhar. A avaliação atribuirá nota de zero a 10 (dez);
- b) Avaliação do currículo, modelo Lattes/CNPq, abrangendo especialmente os anos de 2018, 2019, 2020 e 2021. A avaliação atribuirá nota de zero a 10 (dez);
- c) Entrevista, na qual será avaliada a objetividade e a coerência das respostas às perguntas elaboradas pelos avaliadores. A avaliação atribuirá nota de zero a 10 (dez).

A nota final será composta pela média ponderada das notas obtidas pelos(as) candidatos(as) nos itens acima:

$$\text{Nota Final} = \frac{(\text{Carta} \times 1) + (\text{Currículo} \times 1) + (\text{Entrevista} \times 1)}{3}$$

Serão selecionados(as) os(as) dois(uas) candidatos(as) com as melhores notas finais, sendo um(a) candidato(a) para cada tipo de fonte documental. Os(As) demais candidatos(as) entrevistados(as) também terão suas notas publicadas, a fim de dar transparência ao processo seletivo e de ficarem como suplentes, em caso de desistência dos titulares. A ordem de classificação será de acordo com as notas finais dos(as) candidatos(as).

8. Informações importantes sobre as bolsas

- a) O pagamento das bolsas dar-se-á mediante Recibo de Pagamento de Autônomo (RPA) a ser emitido no final do mês para pagamento até o dia 10 do mês subsequente;
- b) Em caso de desistência, ficará o/a(s) bolsista(s) responsável(eis) por cumprir com as entregas mensais previstas antes do pedido de desligamento. A solicitação de desligamento deve ser comunicada com antecedência de, no mínimo, 30 dias;
- c) Caso o/a(s) bolsista(s) não cumpra(m) com suas entregas mensais por mais de 2 (dois) meses subsequentes, ficará o Museu do Futebol autorizado a interromper o pagamento da bolsa até que a situação seja regularizada;
- d) Os(As) candidatos(as) selecionados(as) deverão assinar um termo de licenciamento de direitos autorais para que os trabalhos resultantes das respectivas bolsas sejam divulgados. Tal termo será fornecido pelo Museu do Futebol em data oportuna, e sua assinatura é requisito essencial para a divulgação dos mesmos. A não assinatura do termo implicará na desistência dos(as) candidatos(as) selecionados(as) neste processo seletivo.

9. Política de uso de dados pessoais

Para a inscrição e participação no processo seletivo, haverá a coleta e o tratamento de dados pessoais dos(as) candidatos(as) interessados(as), de acordo com a Lei Federal nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados.

As informações serão coletadas com base no consentimento do(a) interessado(a). Ao se inscrever no processo seletivo, o(a) interessado(a) manifesta de forma livre e inequívoca a sua concordância com o tratamento de seus dados pessoais pelo IDBR, nos termos dispostos neste Edital.

No momento de inscrição no processo de seleção, serão coletados e tratados os seguintes dados e informações: nome completo; CPF; RG; data de nascimento; e-mail; telefone fixo e celular; endereço completo; nível de escolaridade; existência ou não de deficiência; informações médicas relativas aos candidatos com necessidade especial; informações sobre eventuais graus de parentesco com

profissionais do IDBR; informações curriculares, incluindo dados a respeito da escolaridade, experiências profissionais e acadêmicas anteriores.

Os dados serão coletados unicamente para o propósito de realização do objeto deste Edital, com as seguintes finalidades:

- a) Identificação das (os) interessadas (os) em realizar a seleção, conforme requisitos deste Edital;
- b) Possibilitar que o IDBR entre em contato com o titular por meio do endereço de e-mail ou telefone informado no formulário de inscrição para comunicação sobre a aprovação no processo de seleção, bem como para demais comunicações pertinentes ao regular andamento da seleção e;
- c) Manter os dados dos profissionais não aprovados no cadastro para futuros possíveis contatos.

As informações coletadas no momento da inscrição não serão compartilhadas com terceiros e/ou para outros fins estranhos. O acesso a essas informações ficará restrito ao Núcleo de Gestão de Recursos Humanos do IDBR.

Os dados pessoais coletados e tratados serão armazenados pelo tempo necessário para o cumprimento das finalidades indicadas neste Edital. Dados pessoais anonimizados, sem possibilidade de associação ao candidato, poderão ser mantidos por período indefinido.

O(A) titular poderá solicitar, via e-mail, a qualquer momento, que sejam eliminados os seus dados pessoais não anonimizados, ficando ciente que, caso haja a eliminação, é possível que se torne inviável ao IDBR a continuidade do processo seletivo em relação a esse titular em específico. Ademais, o titular também poderá revogar esse consentimento a qualquer momento, ou solicitar o exercício dos seus direitos de titular, nos termos da LGPD, mediante solicitação nesse sentido dirigida ao Centro de Referência do Futebol Brasileiro, do Museu do Futebol, por intermédio de e-mail: crfb@museudofutebol.org.br.

10. Cronograma do processo seletivo

Atividade	Data	Informações/ Observações
Divulgação do Edital	26 de janeiro de 2022	
Períodos de inscrição	26 de janeiro a 18 de fevereiro de 2022	Todos os documentos descritos no item 6 deverão ser enviados para o e-mail crfb@museudofutebol.org.br

		.org.br, com o assunto de e-mail "Edital de Pesquisa". Não será aceita inscrição por via postal.
Homologação e publicação das inscrições	25 de fevereiro de 2022	As inscrições homologadas serão publicadas no site www.museudofutebol.org.br
Avaliação da documentação enviada	2 a 10 de março de 2022	Pelo Comitê de Orientação de Pesquisa do Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Publicação dos nomes dos(as) seis candidatos(as) mais bem colocados para cada bolsa de pesquisa	11 de março de 2022	Pelo Comitê de Orientação de Pesquisa do Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Entrevista com os(as) três melhores candidatos(as) para cada bolsa de pesquisa	15 e 16 de março de 2022	Em vídeo conferência e agendada pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Resultado final	24 de março de 2022	Será divulgado no site www.museudofutebol.org.br o nome e as notas dos(as) três melhores candidatos(as) selecionados para cada bolsa de pesquisa

OBS.: Todas as informações complementares e dúvidas poderão ser sanadas, por e-mail, junto ao Centro de Referência do Futebol Brasileiro, pelo endereço: crfb@museudofutebol.org.br.

11. Comissão de Avaliação do Processo Seletivo

Ma. Camila Aderaldo (Museu da Língua Portuguesa)
Ma. Juliana Pons (Museu do Futebol)
Drando. Leno Veras de Carvalho (Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro)
Bela. Lígia Dona de Souza (Museu do Futebol)
Dr. Marcel Diego Tonini (Museu do Futebol, Instituto Ludopédio)

ANEXO I
FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

1. Dados Pessoais			
Nome (se for o caso, use seu nome social):			
Data de Nascimento: / /		Local de Nascimento:	
Nacionalidade:		Estado Civil:	
Gênero com o qual se identifica:		De acordo com o IBGE, você se autodeclara: () Amarelo () Branco () Indígena () Pardo () Preto () Prefiro não declarar	
Endereço:			
Bairro:	Cidade:	Estado:	País:
CEP:	Telefone:	E-mail:	
2. Documentos			
RG:	Órgão/Estado:	Data de expedição:	CPF:
3. Graduação			
Instituição:			
Nome do Curso:			Ano/Conclusão:
4. Especialização ou Mestrado			
Instituição:			
Nome do Curso:			Ano/C
onclusão:			
5. Vínculo Empregatício (se houver)			
Mantém vínculo empregatício: () Sim () Não Caso afirmativo indique qual:			
Instituição:			
Cargo:			
Endereço:			
Cidade:	Estado:	CEP:	Fone:
6. Assinatura da Newsletter do Museu do Futebol			
Gostaria de deixar seu e-mail cadastrado para receber notícias? () Sim () Não			

Local/Data: , de de 2022

Assinatura

Ação 21: Projeto de Pesquisa "Protagonismo Negro no Futebol"

21.1 Número de entrevistas da exposição Tempo de Reação transcritas e catalogadas

Nesse quadrimestre, deu-se continuidade ao projeto de pesquisa "Protagonismo Negro no Futebol" voltado à ampliação de referências relacionadas aos estudos de raça no futebol, a partir de entrevistas com especialistas da temática.

A causa antirracista passou a compor o universo de preocupações no Museu do Futebol de modo mais estratégico no final de 2020 quando se deu início às pesquisas para a exposição temporária "Tempo de Reação – 100 anos do goleiro Barbosa", inaugurada em 19 de junho de 2021. A mostra permitiu ao Centro de Referência trazer a coleção pessoal de fotografias e documentos de Moacyr Barbosa que estavam sob a guarda de sua filha adotiva Tereza Borba há mais de 20 anos.

O processo de pesquisa para a exposição temporária deu origem a gravações de rodas de conversa e depoimentos orais de atletas, jornalistas e pesquisadores ligados ao tema. Nesse quadrimestre, iniciamos o processo de transcrição desse material a partir das entrevistas que integraram o módulo "Porque Escolhi Ser Goleiro". As transcrições foram hospedadas no Banco de Dados do CRFB.

#	Entrevistado(a)	Vídeo/Módulo	Transcrita e catalogada?
1	Bernardo Gonzales	Porque Escolhi Ser Goleiro – Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa	Sim
2	Bozo	Porque Escolhi Ser Goleiro – Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa	Sim
3	Carla Maria	Porque Escolhi Ser Goleiro – Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa	Sim



Prints de tela das entrevistas catalogadas no Banco de Dados do CRFB. A transcrição pode ser baixada na aba "Anexos".

21.2 N° de itens da exposição Tempo de Reação catalogados e publicados no Banco de Dados

Os registros dos acervos que integraram a exposição temporária "Tempo de Reação - 100 Anos do Goleiro Barbosa" foram criados e disponibilizados ao público no banco de dados do Centro de Referência. O material pode ser consultado no endereço: <https://bit.ly/330sXWC>.



Print do registro da exposição "Tempo de Reação - 100 Anos do Goleiro Barbosa".

Foram catalogados 61 itens, com destaque para os registros do acervo iconográfico pessoal de Moacyr Barbosa, preservado por sua filha adotiva Tereza Borba, além dos acervos físicos de colecionadores e atletas profissionais, como camisas e luvas de goleiros e goleiras.

Justificativa para a superação da meta:

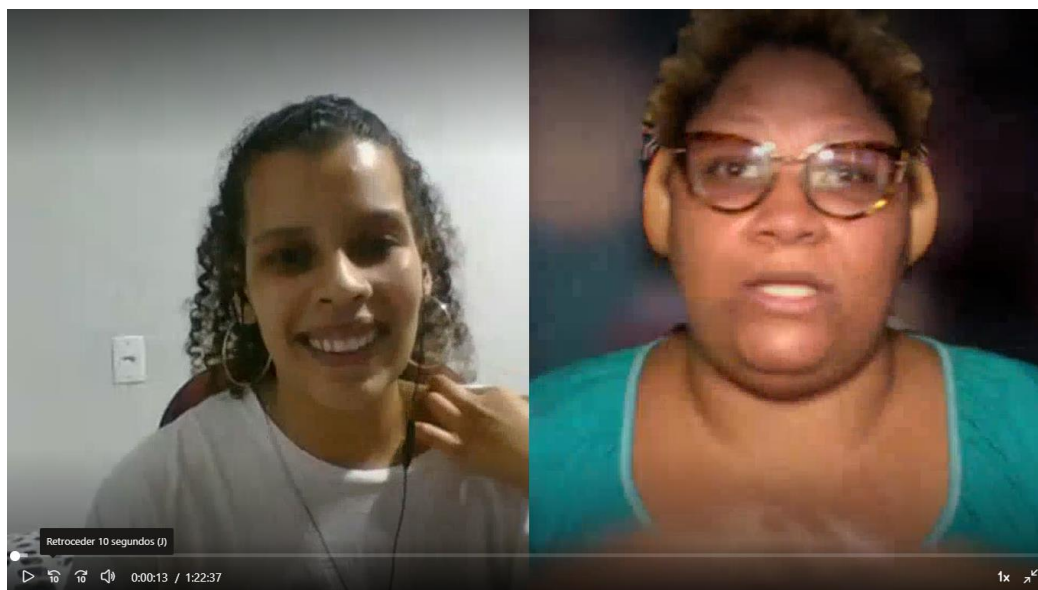
No último quadrimestre de 2021 passaram a integrar a equipe do Centro de Referência os estagiários Sabrina Pinheiro, Filipe Ramos e o Pesquisador Sênior, Marcel Diego Tonini. Os novos membros do CRFB participaram de uma oficina de catalogação no banco de dados ministrada pelo bibliotecário Ademir Takara, que ensinou aos três participantes as etapas de criação e alteração de registros na plataforma. Para a atividade, foram trabalhados os acervos da exposição temporária. Dessa forma, houve a oportunidade de registrar uma quantidade superior ao da meta de 50 itens sem onerar o contrato de gestão.

20.3 N° de entrevistas realizadas com especialistas

Dando continuidade ao trabalho do quadrimestre anterior, seguimos com as entrevistas focadas com especialistas que versam sobre a questão racial e tiveram participação na concepção da exposição temporária "Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa": Amália Cursino e Marcelo Medeiros Carvalho.

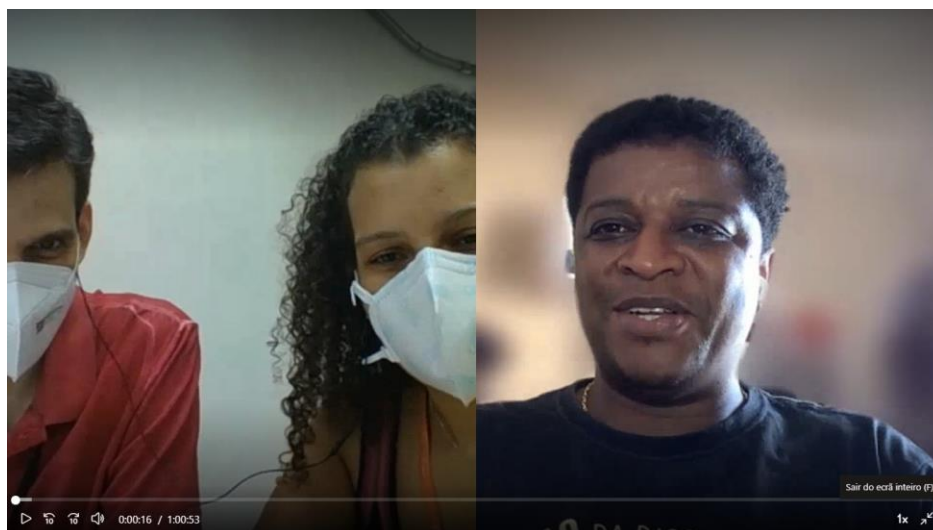
#	Entrevistado(a)	Instituição	Data da entrevista
1	Amália Cursino	Coletivo Pretaria/Pretaria.org	18/11/2021
2	Marcelo Medeiros Carvalho	Observatório da Discriminação Racial no Futebol	16/12/2021

Amália Cursino é cofundadora e diretora executiva do Coletivo Pretaria/Pretaria.org. Mestranda no Programa de Relações Étnico-Raciais do CEFET-RJ, formada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e Técnica II na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Ela também integrou, como consultora, a equipe responsável pela elaboração da exposição temporária "Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa" (2021).



Print de tela de entrevista com Amalia Cursino

Marcelo Medeiros Carvalho é fundador e diretor executivo do Observatório da Discriminação Racial no Futebol, instituição que elabora, desde 2014, relatórios anuais sobre a discriminação racial no futebol brasileiro. É pós-graduado em Gestão do Esporte pela Universidade de Santa Cruz do Sul e bacharelado em Administração pela Escola Superior de Administração, Direito e Economia (ESADE). Ele integrou, como consultor, a equipe responsável pela elaboração da exposição temporária “Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa” (2021).



Print de tela da entrevista com Marcelo Medeiros Carvalho

Ambas as entrevistas irão integrar o acervo do Museu do Futebol. Para as entrevistas, um roteiro base com questões norteadoras – apresentado no relatório anterior – foi adaptado de acordo com questões específicas ao trabalho de cada entrevistado.

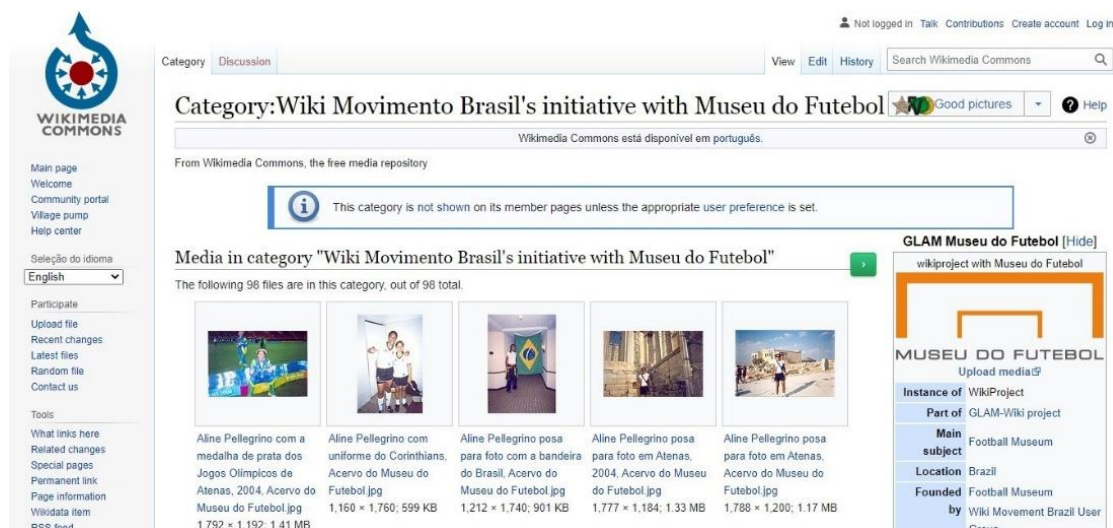
Ação 22: Acervos Digitais em Rede

Em 2021, dando continuidade à parceria com o grupo Wiki Movimento Brasil (WMB), o Museu do Futebol passou a fazer parte do grupo de instituições culturais que disponibilizam os seus acervos em domínio público nas plataformas Wikipédia, Wikidata e Wikimedia Commons através da iniciativa GLAM (do inglês, "Galleries, Libraries, Archives & Museums").



Página do GLAM/Museu do Futebol.

O projeto GLAM é realizado pelo WMB e consiste na execução de ações com instituições culturais para melhorar a cobertura dos conteúdos disponibilizados na internet sobre arte e cultura. O primeiro acervo inserido na plataforma é composto por 90 fotografias com a temática do futebol de mulheres. As imagens foram coletadas ao longo dos anos pela equipe do Centro de Referência em projetos como "Visibilidade Para o Futebol Feminino" (2015) e "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol" (2019).



Acervo do Museu do Futebol disponível na Wikimedia Commons.

Foi atribuído ao material uma licença “Creative Commons Atribuição-Compartilha Igual 4.0 Internacional”, que autoriza qualquer pessoa a utilizá-lo para qualquer finalidade, mesmo que para fins comerciais, desde que os créditos sejam mantidos e as obras derivadas sejam licenciadas sob os mesmos termos.

É importante destacar que a escolha da temática, para além da divulgação das coleções digitalizadas pelo CRFB, também visa o fortalecimento da Wikipédia como um importante espaço de visibilização da representação feminina no portal. Dados do Wiki Movimento Brasil mostram que apenas 25% dos conteúdos disponibilizados no site são sobre mulheres.

O texto de ratificação da parceria está disponível no site do Museu do Futebol através do endereço: <https://bit.ly/3Ehyp5f>. Já o carregamento do acervo na Wikimedia Commons pode ser acessado em: <https://bit.ly/3ogLJ4h>.

2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL – PEPC

MUSEU DO FUTEBOL – AÇÕES PACTUADAS

O Programa de Exposições e Programação Cultural contabilizou 42.786 visitantes presenciais em seu espaço expositivo, durante os 4 meses do 3º quadrimestre de 2021. Parte da programação cultural do 3º quadrimestre 2021 se baseou na temática da exposição temporária “Tempo de Reação: 100 Anos do goleiro Barbosa” em cartaz desde junho deste ano. Foram desde seminários, lançamento de livros, exibições de filmes, bate papos e até *live* com crianças, norteando a vida de Moacyr Barbosa, a posição de goleiro e a questão do racismo no esporte. Eventos em parcerias como a *live* junto com o canal Papo de Goleiros, do jornalista Fernando Richter, trouxeram assuntos relacionados ao universo dos goleiros e goleiras, em bate papos com atletas, ex-atletas e treinadores.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
23	Recebimento de visitantes presenciais no museu	23.1	Meta-Resultado	Nº de público presencial recebido	2º Quadrimestre	26.235	20.769
					3º Quadrimestre	67.565	42.786
					META ANUAL	93.800	63.555
					ICM	100%	67%
24	Realização de eventos de Programação	24.1	Meta-Produto		2º Quadrimestre	4	4
					3º Quadrimestre	8	11

	Cultural: Arquibancada Nerd			Nº mínimo de eventos realizados	META ANUAL	12	15
					ICM	100%	100%
	[Virtual]	24.2	Dado Extra	Nº de público virtual – participação	2º Quadrim	-	232
					3º Quadrim	-	1.860
ANUAL					-	2.092	
25	Jornada do Patrimônio	25.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
	[Virtual]	25.2	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	2º Quadrim	-	42
					3º Quadrim	-	-
ANUAL	-	42					
26	Territórios do Futebol	26.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	1	3
					META ANUAL	2	4
					ICM	100%	100%
	[Virtual]	26.2	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	2º Quadrim	-	26
					3º Quadrim	-	5.538
ANUAL	-	5.564					
27	Exposição virtual na Plataforma Google Arts& Culture e/ou similares	27	Meta-Produto	Quantidade de exposições realizadas	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
28	Realização de eventos de Programação Cultural: Olimpíadas	28.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	2º Quadrim	2	2
					3º Quadrim	-	-
					META ANUAL	2	2
					ICM	100%	100%
	[Virtual]	28.2	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	-	-
META ANUAL	-	-					
29	Realização de eventos de Programação Cultural: encontro de	29.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	2	2

coleccionadores (figurinhas, camisas de futebol, outros colecionáveis ligados ao futebol) [Virtual]	29.2	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	ICM	100%	100%
				2º Quadrim	-	6
				3º Quadrim	-	18
				META ANUAL	-	24

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 23: Recebimento de visitantes presenciais no Museu do Futebol

O terceiro quadrimestre contou com a presença de 63.555 visitantes presenciais, totalizando um percentual de 67% da meta prevista inicialmente.

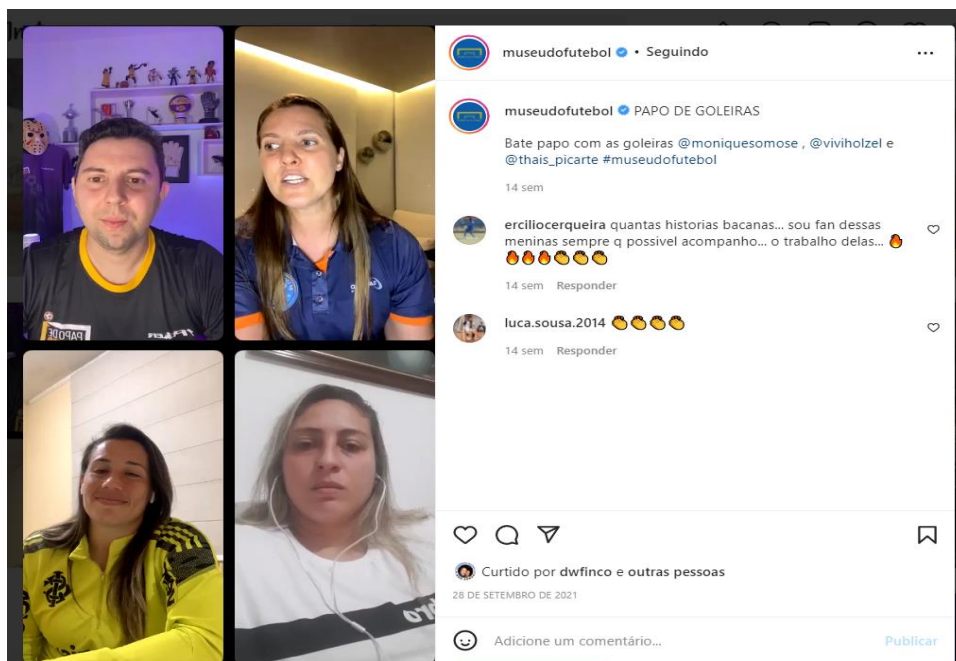
Quando da elaboração do Plano de Trabalho de 2021 para o Museu do Futebol, levou-se em consideração que as medidas restritivas decorrentes da pandemia seriam atenuadas gradualmente ao longo do segundo semestre, como de fato o foram. Levou-se também em consideração que o interesse do público teria uma recuperação mais expressiva, o que não se observou na prática no Museu do Futebol, não obstante a repercussão nas mídias, nova exposição temporária e mesmo maiores consultas no site do Museu. Há também uma percepção da equipe de que o fechamento do estádio para reforma induz os potenciais visitantes a entenderem que o Museu também estará fechado. Assim, serão mais enfatizadas as informações de que o Museu permanece aberto, ainda que o estádio esteja fechado, tanto no site como nas redes sociais

Ação 23: Programação Cultural – Arquibancada Nerd

Arquibancada Nerd contou com 11 eventos no decorrer último quadrimestre, listados abaixo:

26/09 - Live Instagram - Papo de Goleiro: Goleira com muito orgulho

No centro do debate foi a revolução desta das goleiras no futebol feminino, abordando os aspectos históricos sobre a origem, evolução no treinamento e como esta posição ganhou força rapidamente.

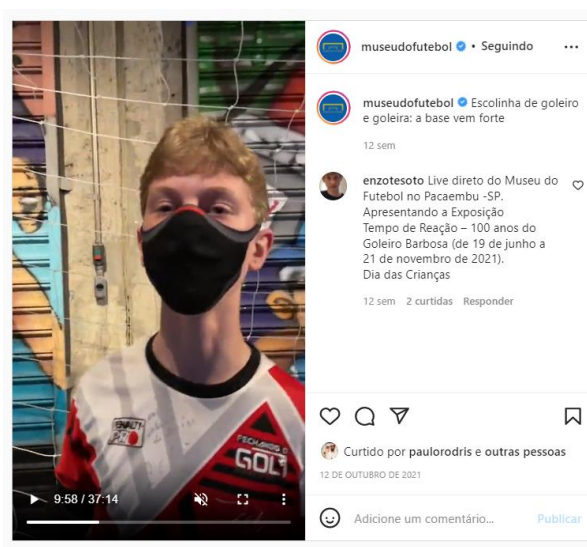


30/09 e 01/10 - Live Instagram e Evento virtual - Comentários ao vivo durante a semifinal do Mundial de Futsal na Lituânia, e bate papo com ex-jogadores. Em parceria com a Liga Paulista de Futsal, o bate papo trouxe dois ex-campeões mundiais, Gabriel Dias e Pança, para comentarem os lances ao vivo. A Copa do Mundo de Futsal da FIFA de 2021 foi a nona edição da competição organizada pela Federação Internacional de Futebol (FIFA). O evento foi realizado na Lituânia entre os dias 12 de setembro e 3 de outubro.



12/10 - Live Instagram - "Escolinha de Goleiros: A base vem forte!"
No mês das crianças o Museu do Futebol propôs uma conversa divertida entre mini goleiros e goleiras que de forma interativa contaram sobre suas

escolhas, seus sonhos e o que esperam do futuro nesta posição no futebol, dentro da exposição temporária Tempo de Reação.



12/10 - Panini Day – evento presencial na área externa

Em parceria com a Editora Panini, o “Panini Day” contou com diversas atividades e atrações para todas as idades, como troca de figurinhas, jogos de cartas de futebol e outras atrações voltadas ao esporte. Os visitantes concorreram a álbuns de figurinhas e tiveram acesso a diversos painéis para tirarem fotos. A editora, líder mundial no segmento de colecionáveis, criou o evento em parceria com o Museu com o intuito de fortalecer laços entre os colecionadores e amantes desse universo das figurinhas, garantindo muito entretenimento, diversão e novas amizades.



21/10 - Evento Virtual "Balanço das Olimpíadas e Paralimpíadas 2021"

Tóquio 2020 foi marcado por recordes, diversidade e protocolos de saúde. Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos tiveram recorde de participação de atletas LGBT, melhores marcas mundiais e segurança contra Covid. Para fazer um balanço desta edição a equipe do site Olimpíadas Todo Dia, que esteve presencialmente em Tóquio, junto à equipe do Museu conversou com atletas, ex-atletas, treinadores.



20/11 - Live Instagram com educativo- "O que é ser brasileiro? Os criadores do Futebol-arte"

Através de seus dribles, improvisos e jogadas memoráveis, o futebol brasileiro ficou conhecido mundialmente como futebol-arte e durante décadas e décadas nossos jogadores impressionaram e emocionaram até os olhares mais frios. No Dia da Consciência Negra, o educador Jamil explorou o Museu do Futebol e seu acervo para dar voz e protagonismo aos verdadeiros criadores do futebol-arte brasileiro.



28/11 - Evento presencial - Lançamento do Filme Barcelusa

Em parceria com Acervo da Bola, esse foi o primeiro evento com público no auditório Armando Nogueira desde o início da pandemia. O uso de máscara foi obrigatório durante toda a sessão, e houve medição de temperatura dos visitantes na entrada e disponibilização de álcool em gel.

O documentário relata a trajetória da equipe comandada pelo técnico Jorginho, o "Cantinflas", no qual a Lusa teve desempenho tão extraordinário que foi comparada ao campeão espanhol, europeu e mundial àquela altura: o Barcelona. O apelido, bastante sonoro, logo foi adotado pela torcida, pelo time e pela imprensa esportiva, o que rendeu aos jogadores alcunhas como Xavi Antonio, Ananiesta e Lionedno Messi.



04/12 - Evento presencial - CineFOOT-Exibição "1976 - Ano da Invasão Corinthiana" + bate papo com Zé Maria

Em dezembro de 1976, 70 mil corinthianos saíram de São Paulo rumo à capital carioca para acompanhar o time na semifinal do Campeonato Brasileiro, em uma das maiores demonstrações de força de uma torcida na história do futebol. Após a exibição do documentário que retrata este momento histórico, foi realizado debate com o ex-jogador Zé Maria.



11/12 - Evento presencial - Lançamento do livro "Wladimir: o capitão da democracia corinthiana" + sessão de autógrafos

O livro conta a trajetória do ex-jogador Wladimir Rodrigues dos Santos, que vestiu a camisa do Corinthians em 806 jogos (recorde) e passou a maior parte da sua vida profissional no clube do Tatuapé (17 anos). O lançamento do livro contou com sessão de autógrafos e fotos com o jogador.



18/12 - Evento presencial - Sessão de Autógrafos e bate papo – "Almanaque do Santos"

Recheada de grandes jogadores, craques geniais, um rei e uma infinidade de passagens memoráveis, a trajetória de mais de um século do Santos Futebol Clube já foi contada de diversas maneiras. Desta vez, o Almanaque dos Craques apresentou, de forma inédita, informações de absolutamente todos os jogadores que já vestiram a camisa do Alvinegro Praiano.



Ação 25: Jornada do Patrimônio (Virtual)

O evento foi realizado durante o 2º quadrimestre e detalhado no relatório do período.

Ação 26: Programação Cultural – Territórios do Futebol

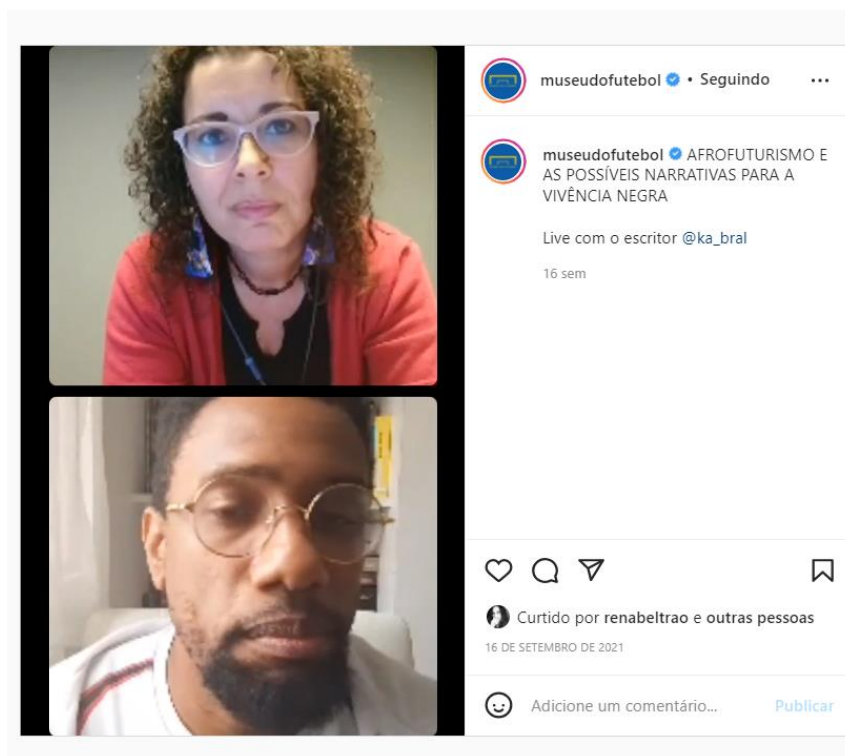
A ação Territórios do Futebol contou com 3 eventos no decorrer do terceiro quadrimestre, movimentando e articulando diferentes tipos de público. Seguem abaixo os eventos:

09/09 - Live Instagram – Afrofuturismo

O afrofuturismo é um movimento cultural, social e político, cuja produção promove o encontro entre ficção científica, tecnologia, realismo fantástico, ancestralidade, mitologia e diáspora africana negra, com o objetivo de retratar os dilemas negros ainda, interrogar eventos históricos relacionados ao racismo global. O tema aproximou a exposição temporária “Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa” do universo das artes a partir de sua temática antirracista, bem como pela opção estética afrofuturista aplicada à mesma.

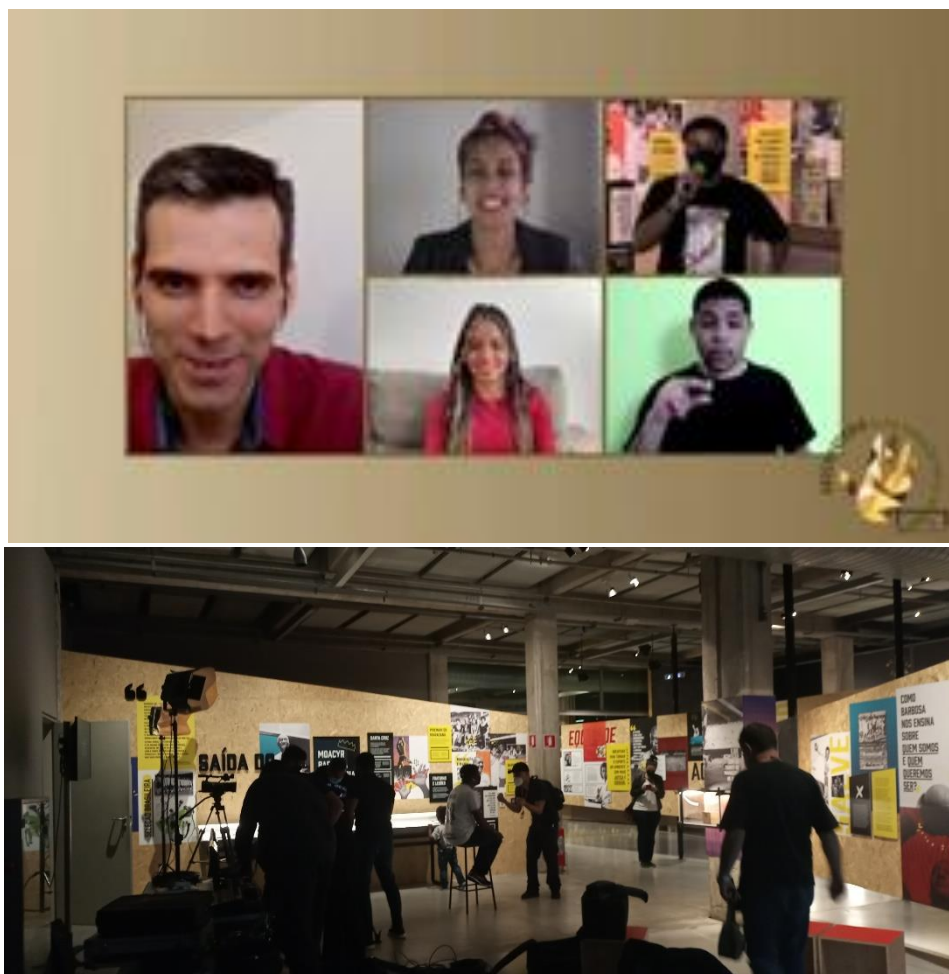
Para falar do tema, o Museu do Futebol convidou o escritor Fábio Kabral, referência dentro do movimento afrofuturista brasileiro. Kabral é autor dos

romances "Ritos de Passagem" (Giostri, 2014), "O Caçador Cibernético da Rua 13" (Malê, 2017) e "A Cientista Guerreira do Facão Furioso" (Malê, 2019). Fábio também é cofundador do site O Lado Negro da Força, que promove e fomenta a presença negra na cultura pop. Escreve artigos e ensaios sobre afrofuturismo publicados em livros, revistas, reportagens, jornais e blogs.



08/10 - Evento virtual - "Divulgação do Relatório da Discriminação Racial no Futebol".

Segundo o Relatório da Discriminação relativo a 2020, o número de atos discriminatórios em modalidades esportivas no nosso país, somando-se àqueles ocorridos no Brasil com os sofridos por atletas brasileiros no exterior, foi menor que em anos anteriores – infelizmente, muito provavelmente em função da pandemia e suspensão de jogos e atividades esportivas. Neste evento, Marcelo Carvalho apresentou o relatório que acompanhou de perto estas estatísticas, e contou com a participação de alguns convidados e especialistas no assunto. O Facebook entrou como parceiro do evento trazendo toda parte técnica da gravação da live, que ocorreu dentro da exposição temporária Tempo de Reação.



08 e 08/11 - Seminário (virtual) “Agora é com elas”

Evento em parceria com o Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte – LEME da UERJ. MEMÓRIAS EM CAMPO: O percurso das mulheres no Museu do Futebol Retrospectiva de como o Futebol de Mulheres foi inserido no Museu, desde a pesquisa do nosso Centro de Referência, passando por duas exposições temporárias e como as mesmas impactaram a exposição de longa duração com a inserção das jogadoras nos espaços expositivos. Foram apresentadas 3 mesas com temáticas diferentes:

- Mesa “Mulheres que inspiram outras mulheres”,
- Mesa Memórias em campo: o percurso do futebol de mulheres no Museu do futebol e
- Mesa “O futebol das mulheres na América Latina: visibilidade e investimento”.

Além das mesas, a equipe foi convidada a participar do podcast Passes e Impasses que é uma produção do Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME) em parceria com o Laboratório de Áudio da UERJ (Audiolab). O

episódio tratou do futebol de mulheres: da pesquisa ao impacto nas exposições temporárias e de longa duração do Museu do Futebol. Com apresentação de Abner Rey e Raffaella Napoli, foi gravado remotamente com Mariana Chaves, coordenadora de exposições e programação cultural no Museu do Futebol, e Ligia Dona, pesquisadora do Museu do Futebol e atual coordenadora do projeto de pesquisa e referenciamento "Diversidade em Campo: Futebol LGBT+".



Link para acesso ao podcast:

https://open.spotify.com/episode/2qOmo0MIthWzG9SWOHpSZ?si=QI_tHocSQqaYZT4o0Rv_aw

Ação 27: Exposição virtual na Plataforma Google Arts& Culture e/ou similares



Página inicial da exposição virtual no Google Arts & Culture

Em dezembro de 2021, as equipes do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) e de Comunicação e Desenvolvimento Institucional produziram a exposição virtual "Tempo de Reação - 100 Anos do Goleiro Barbosa". A temática relaciona-se com a mostra temporária de mesmo nome, em cartaz no Museu do Futebol de 19 de junho de 2021 a 30 de janeiro de 2022.

Dentre as imagens selecionadas, estão as do acervo pessoal de Moacyr Barbosa, coleção fotográfica que está sob os cuidados de Tereza Borba - filha adotiva do goleiro - a mesma que autorizou o CRFB a digitalizar o material, que apresentam momentos da carreira do atleta e a vida fora dos campos, descontraída com sua família e amigos.

Os 10 mandamentos do goleiro

Em 1959, a pedido da *Revista do Esporte*, Barbosa escreveu os 10 mandamentos do goleiro:

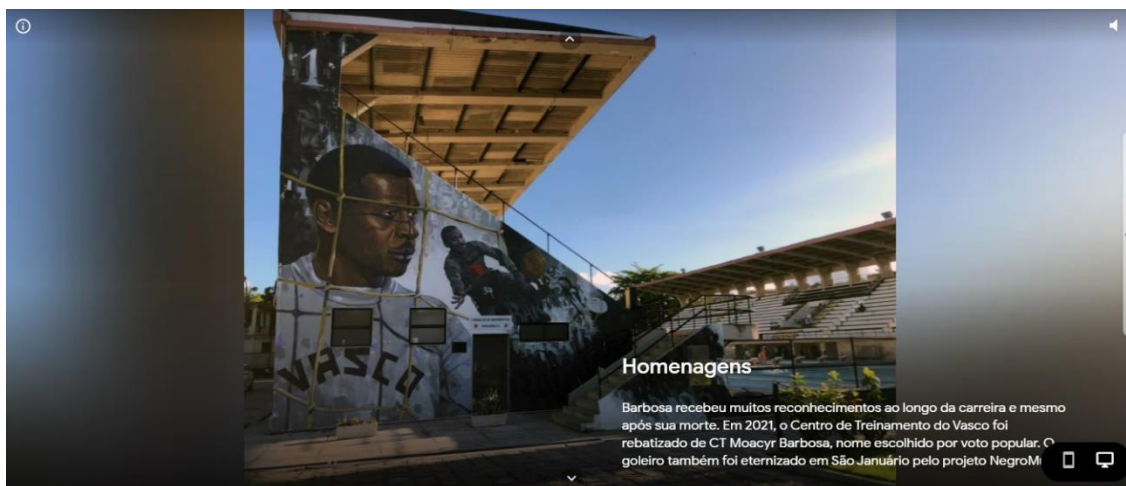
- 1º - Vocação
- 2º - Raciocínio rápido
- 3º - Reflexo
- 4º - Golpe de vista
- 5º - Arrojo
- 6º - Serenidade
- 7º - Firmeza nas mãos
- 8º - Altura
- 9º - Elasticidade
- 10º - Peso



Os "10 Mandamentos do Goleiro" escritos por Barbosa em 1959



Barbosa e sua esposa Clotilde Melonio



Grafite em homenagem a Barbosa em São Januário, Rio de Janeiro.

Link para acesso a exposição:
<https://artsandculture.google.com/story/LwURKmbdi4nX5w?curator=true&hl=pt-BR>.

Ação 28. Olimpíadas (Virtual)

Foram realizados, ao longo do segundo quadrimestre, 2 eventos vinculados a esta ação, sendo que ambos foram detalhados no relatório anterior.

Ação 29. - Encontro de colecionadores (figurinhas, camisas de futebol, outros colecionáveis ligados ao futebol)

O projeto Encontro de Colecionadores contou com um evento no decorrer do quadrimestre, conforme detalhamento abaixo:

18/09 - Encontro (virtual) de Colecionadores de Camisas: Clubes Africanos

Com 53 edições já realizadas e 26 campeões de 12 países diferentes, a Liga dos Campeões da Confederação Africana de Futebol é uma das maiores competições de clubes do mundo. O continente africano, com seus 54 países e mais de 2.000 línguas, tem um rico e pouco divulgado cenário futebolístico. Suas equipes, assim como as da América do Sul, não contam com as estrelas nacionais, que em sua maioria jogam na Europa - mas suas torcidas são fanáticas.



2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2021)

Condicionada à captação de recursos

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
30	Exposição Itinerante Internacional "Museu do Futebol Na Área"	30.1	Meta-Produto	Exposição realizada	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM	100%	-
31	Acessibilização das Exposições Virtuais da plataforma Google Arts & Culture (libras/inglês/espanhol)	31.1	Meta-Produto	Nº de exposições virtuais traduzidas	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	-
					META ANUAL	1	-
					ICM	100%	-

As ações condicionadas listadas acima, também impactadas pela pandemia, não foram desenvolvidas pois dependiam do incremento orçamentário advindo de captação de recursos externos

2.4 PROGRAMA EDUCATIVO – PE

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2021)

O Programa Educativo encerra o ano de 2021 com todas as metas previstas para o período atingidas. Esse segundo semestre do ano apresenta o início de importantes projetos que irão se desenvolver e concretizar em 2022. É o caso do lançamento do edital para a composição do novo Comitê Jovem e a pesquisa de perfil de público e mapeamento de interesses dos frequentadores da praça Charles Miller. No atendimento, os projetos virtuais seguiram contando com público para participação. Na produção e divulgação de conhecimento, o Programa sediou e organizou mais uma edição do Simpósio Revivendo Memórias, produziu uma cartilha para professores e outra para o público idoso e lançou um livro sobre experiências educativas na pandemia.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
32	Projeto Interações Educativas [Virtual]	32.1	Meta-Produto	Nº mínimo de visitas educativas on-line	2º Quadrim	40	97
					3º Quadrim	100	115
					META ANUAL	140	212
					ICM	100%	100%
33	Projeto Revivendo Memórias #emcasa [Virtual]	33.1	Meta-Produto	Nº mínimo de encontros educativos on-line	2º Quadrim	60	119
					3º Quadrim	120	166
					META ANUAL	180	285
					ICM	100%	100%
34	Atividades, dinâmicas e jogos para o público virtual	34.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de novas atividades oferecidas no site	2º Quadrim	4	4
					3º Quadrim	8	8
					META ANUAL	12	12
					ICM	100%	100%
35	Espaço Dente de Leite [Virtual]	35.1	Meta-Produto	Nº mínimo de atividades educativas oferecidas	2º Quadrim	2	2
					3º Quadrim	4	4
					META ANUAL	6	6
					ICM	100%	100%
36	II Simpósio Revivendo Memórias [Virtual]	36.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos realizados	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		36.2	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	-	27
					ANUAL	-	27
37		37.1			2º Quadrim	-	-

	Projeto Educativo na Praça		Meta-Resultado	Pesquisa de perfil de público e levantamento de temas de interesse dos frequentadores da Praça Charles Miller	3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
38	Comitê Jovem	38.1	Meta-Produto	Publicação do edital para seleção da primeira turma de residência em 2022	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
39	Materiais para apoio didático à comunidade escolar	39.1	Meta-Produto	Elaboração de material didático em formato digital	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
40	Concepção e organização do livro "Diálogos em Campo: Experiências educativas em tempos de pandemia"	41.1	Meta-Produto	Livro publicado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 32 – Projeto Interações Educativas [Virtual]

32.1: Número mínimo de visitas educativas on-line



Captura de tela: Marcelo Continelli

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. No terceiro quadrimestre de 2021, o projeto “Interações Educativas” seguiu com o objetivo de manter próximo o público escolar, mesmo com a impossibilidade de visitas educativas durante a maior parte do período.

Neste terceiro quadrimestre, os números indicam a sazonalidade do público escolar, alinhado também com o retorno gradual dos alunos ao ensino presencial nas escolas. Nesse sentido, observou-se que os meses de setembro e outubro foram os que tiveram maior número de encontros (83) frente aos números de novembro e dezembro (32). O final do ano indica também a proximidade das férias escolares, o que naturalmente diminui a busca por esse tipo de atividade.

Neste período, em comparação com a segunda metade do quadrimestre anterior¹, chamou a atenção o aumento de interações realizadas com escolas estaduais. Enquanto no segundo quadrimestre, esse tipo de instituição representou 21,6% dos encontros realizados, no período atual esse número subiu para 41,7%. Isso se refletiu também nos atendidos: no segundo quadrimestre, o projeto havia atendido 379 alunos de escolas estaduais, neste período foram 897, mais do que o dobro.

Em relação aos estados de origem dessas instituições, tivemos uma mudança positiva em relação ao período anterior. Na segunda metade do quadrimestre anterior, 73% dos grupos estavam no estado de São Paulo, seguido por 9% das instituições sediadas em Minas Gerais; neste período, 58% das interações realizadas foram com instituições de São Paulo, seguidas por 16,5% do Ceará e 12,1% de Minas Gerais. Atingir outros estados fora do eixo sudeste é considerando um ponto de relevância, pois indica não apenas a potência do alcance do projeto, mas também confirma a necessidade de seguirmos buscando contato e diálogo com instituições de fora de São Paulo.

O agendamento das instituições, por meio do preenchimento de formulário on-line no site, tem ocorrido de maneira frequente e sistemática.

No terceiro quadrimestre, foram realizados 115 encontros nos quais 2.164 alunos foram atendidos, sendo quase metade deles (44%) oriundos de escolas estaduais. Do total de alunos, 40% deles estão no ciclo Fundamental II do ensino básico, enquanto outros 39% encontram-se no Fundamental I.

¹ Período em que se iniciou o novo Contrato de Gestão do Museu do Futebol.

No total de 2021, foram realizadas 466 Interações Educativas, um número expressivo para um projeto inaugurado em finais de 2020. Foram atendidos 8.003 alunos, prioritariamente do ensino fundamental, reafirmando a busca competente pelo principal público atendido pelo Educativo, que é o escolar. Em um ano marcado pela impossibilidade da realização de visitas educativas presenciais, contabilizar essa marca concretiza a qualidade da estrutura técnica e da mediação educativa da equipe do Museu do Futebol, podendo levar educação e cultura pelos meios digitais.



Captura de tela: A educadora Júlia Rosa em atendimento a uma escola no projeto Interações Educativas

Resultados quadrimestrais e anuais do projeto "Interações Educativas":

Interações Educativas – 3º quadrimestre de 2021	
Atendimentos	
Quantidade de interações	115
Quantidade de participantes	2.164
Natureza das instituições pela quantidade de interações	
Escola Municipal	46 (40%)
Escola Estadual	48 (41,7%)
Escola Federal	6 (5,2%)
Universidade particular	1 (1%)
Escola Particular	8 (7%)
Instituição Social	3 (2,6%)
ONG	2 (1,7%)
Outros	1 (0,8%)
Ciclo de ensino pela quantidade de participantes	
Ensino Infantil	25 (1,16%)
Ensino Fundamental I	847 (39,14%)
Ensino Fundamental II	881 (40,71%)
Ensino Médio	296 (13,68%)
Universitário	17 (0,79%)
Variado	51 (2,36%)
Outro	47 (2,17%)

Interações Educativas – 2021

Atendimentos	
Quantidade de interações	466
Quantidade de participantes	8.003
Natureza das instituições pela quantidade de interações	
Escola Municipal	136 (29,18%)
Escola Estadual	194 (41,63%)
Escola Federal	9 (1,93%)
Universidade particular	2 (0,43%)
Escola Particular	89 (19,10%)
Instituição Social	20 (4,29%)
ONG	9 (1,93%)
Outros	7 (1,5%)
Ciclo de ensino pela quantidade de participantes	
Ensino Infantil	73 (0,91%)
Ensino Fundamental I	2.051 (25,63%)
Ensino Fundamental II	3.614 (45,16%)
Ensino Médio	1.523 (19,03%)
Universitário	31 (0,39%)
Variado	436 (5,45%)
Outro	275 (3,44%)

Ação 33 – Projeto Revivendo Memórias #emcasa [Virtual]

33.1: Número mínimo de encontros educativos on-line



Captura de tela: Marcelo Continelli

A meta foi atingida integralmente. No terceiro quadrimestre de 2021, o Núcleo Educativo seguiu oferecendo encontros para idosos, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social. Durante esse período foram realizados 166 encontros, com a presença de 53 novos participantes no período. Marca do projeto, a recorrência da participação dos idosos nos encontros ficou em alta no período: 81% dos encontros realizados foram com participantes que, em algum momento, já haviam realizado alguma interação dentro do RM#emcasa.

Em relação ao perfil dos participantes, tivemos uma incidência maior de idosos em comparação ao período anterior. Na segunda metade do quadrimestre anterior, 62% dos encontros realizados foram voltados à terceira idade, enquanto, no período atual, esse número subiu para 80%. Isso é resultado, principalmente, da indicação de novos participantes idosos por parte da equipe do Hospital das Clínicas, parceiro do museu nesse projeto. Ao mesmo tempo, tivemos menor adesão de pessoas com deficiência: neste período, 8% dos encontros foram realizados com esse perfil de público em comparação aos 25% do período anterior.

Em 2021 foram realizados 540 encontros com idosos com e sem Alzheimer, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social. Em 2020, quando o Museu estava fechado e com a equipe do Educativo reduzida, foram realizados 306 encontros. Essa diferença significativa é justificada por alguns fatores: (1) o retorno da equipe que estava com contrato suspenso; (2) a inserção do projeto como meta do Plano de Trabalho do Programa Educativo, consolidando a sua importância para o museu como um dos pilares de atendimento de não-públicos da própria instituição e (3) a expertise no desenvolvimento da mediação pelas plataformas digitais, o que foi fundamental para a fidelização e recorrência desse público dentro do projeto.

Durante este quadrimestre, o Agendamento do projeto seguiu seu *modus operandi* regularmente. A planilha desenvolvida e aprimorada durante o ano anterior seguiu sem maiores alterações, devolvendo ao Programa dados importantes sobre o andamento do projeto.

a) Repercussão na mídia

Em 26.09.2021, o projeto *Revivendo Memórias #EmCasa* ganhou grande destaque com reportagem do Fantástico, da TV Globo. A matéria, conduzida pelo repórter Victor La Regina, apresentou uma metáfora do Alzheimer com luzes que se apagam no cérebro, fazendo com que as memórias se percam por causa da doença. O pesquisador e idealizador do projeto Carlos Chechetti explica como a paixão pode ser usada como uma chave para acessar memórias ligadas à emoção. No caso dos pacientes que estão em nosso projeto, o futebol é uma dessas chaves.



Captura de tela: O educador José Neto juntamente com Gilberto Gaspar, um dos atendidos do projeto e Patricia Gaspar, sua esposa, durante a matéria apresentada no Fantástico.

A matéria completa pode ser encontrada aqui: [Pesquisa da USP usa o futebol para ajudar no tratamento de pessoas com Alzheimer | Fantástico | G1 \(globo.com\)](https://g1.globo.com/pesquisa-da-usp-usa-o-futebol-para-ajudar-no-tratamento-de-pessoas-com-alzheimer)

b) Parcerias ativas

As parcerias estabelecidas seguem ativas e colaborando para a realização e crescimento do projeto. No terceiro quadrimestre, 27% dos encontros realizados aconteceram por meio das parcerias.

O Grupo de Neurologia Cognitiva e do Comportamento, do Hospital das Clínicas da Universidade de São Paulo, de onde veio o projeto em seu formato presencial, segue sendo o principal parceiro do RM#emcasa. Além do HC, a Walking Football Brasil seguiu indicando pequenos grupos ou pessoas para os atendimentos do projeto, assim como Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência e a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social, ambas de São Paulo. A Arte Despertar segue colaborando nos encontros, trazendo músicas e contações de histórias para os participantes.



Captura de tela: Reunião de avaliação anual com a coordenação do Núcleo Educativo e os educadores da ONG Arte Despertar

c) Cartilha Museu Amigo do Idoso

Diante da expertise adquirida com quase dois anos de projeto e contando com o patrocínio dos Laboratórios Aché, o Núcleo Educativo propôs a elaboração de uma cartilha sobre envelhecimento ativo e saudável, com dicas valiosas para a terceira idade. Para tanto, a coordenadora Ialê Cardoso e o assistente de coordenação Marcelo Continelli estabeleceram um Grupo de Trabalho para desenvolver esse material juntamente com os educadores Diego Sales, José Neto e Angélica dos Santos.

Entre as premissas da cartilha estava a necessidade de ser um material visualmente atrativo, com linguagem de fácil compreensão e diagramação que permitisse uma leitura fluida. Para tanto, o GT contou com a experiência e profissionalismo do designer Fabio Machado.

Para falar sobre as características fundamentais do envelhecimento foram convidados especialistas da área: a médica e neurologista Sonia Brucki, parceira do projeto pelo Hospital das Clínicas; Ricardo Leme, diretor da ONG Walking Football Brasil e também parceiro do projeto; e o casal Roberto e Angelina Hungria, dois idosos participantes ativos do projeto que desenvolveram, durante a pandemia, um guia de prevenção de quedas para idosos.

O resultado foi muito rico: uma cartilha ilustrada com linguagem leve fazendo analogias da vida com um jogo de futebol. O material está disponível para download no site do museu.



Captura de tela: Cartilha Museu Amigo do Idoso

Link de acesso: [Museu Amigo do Idoso — Museu do Futebol](#)

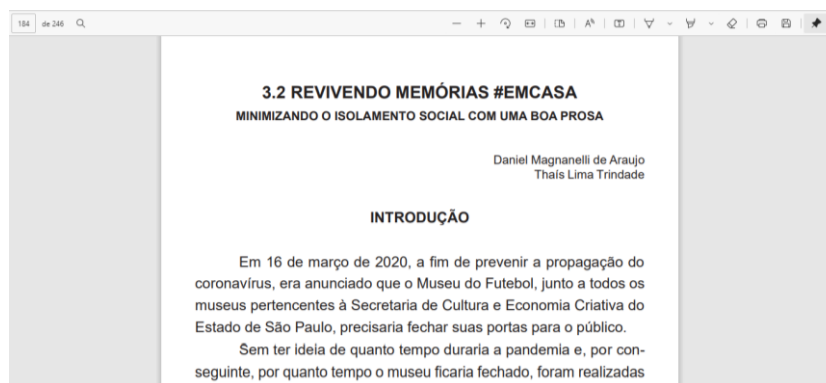
d) Artigo "Revivendo Memórias #emcasa: minimizando o isolamento social com uma boa prosa"

No dia 31.08.2020, o então supervisor Daniel Magnanelli foi convidado a falar no Webinar "Papel Social dos Arquivos, Bibliotecas e Museus: como continuar

nesta pandemia?”, organizado pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM) e que fez parte de uma série de seminários virtuais que tinham como propósito levantar uma discussão acerca da prática social dos respectivos espaços, no sentido de contribuir com a melhoria da qualidade de vida das pessoas que são parte de seus meios.

Além da apresentação, Daniel também foi convidado a escrever um artigo sobre sua palestra que foi incorporada ao projeto editorial “O papel social da informação: arquivos, bibliotecas e museus”, organizado e publicado UFAM somente em 27.10.2021. No artigo, Daniel traça um histórico bastante completo do percurso do museu que culmina na possibilidade de se estruturar um projeto como o RM#emcasa.

A publicação está disponível no link: [E-book - Papel social da informação.pdf \(ufam.edu.br\)](https://ufam.edu.br/E-book-Papel-social-da-informacao.pdf)



Captura de tela: Artigo de Daniel Magnanelli sobre o projeto Revivendo Memórias #emcasa

e) Resultados

Abaixo, apresentamos os dados gerais dos participantes desse quadrimestre e do ano:

Revivendo Memórias #emcasa – 3º quadrimestre de 2021	
Atendimentos	
Quantidade de encontros	166
Quantidade de novos participantes	53
Tipologia do atendimento	
Encontros individuais	133 (80%)
Encontros em grupo (instituições)	33 (20%)
Tipos de agendamento	
Novos encontros	32 (19%)
Encontros com recorrência	134 (81%)
Quantidade de encontros por segmento de público	
Terceira idade	133 (80%)

Pessoas com deficiência	14 (8%)
Pessoas em situação de vulnerabilidade social	0 (0%)
Acompanhantes	4 (2%)
Outros	15 (9%)

Revivendo Memórias #emcasa – 2021	
Atendimentos	
Quantidade de encontros	540
Quantidade de novos participantes	87
Tipologia do atendimento	
Encontros individuais	420 (78%)
Encontros em grupo (instituições)	120 (22%)
Tipos de agendamento	
Novos encontros	87 (16%)
Encontros com recorrência	453 (84%)
Quantidade de encontros por segmento de público	
Terceira idade	363 (67%)
Pessoas com deficiência	108 (20%)
Pessoas em situação de vulnerabilidade social	7 (1%)
Acompanhantes	23 (4%)
Outros	39 (7%)

Ação 34: Atividades, dinâmicas e jogos para o público virtual

34.1: Quantidade mínima de novas atividades oferecidas no site

A meta foi atingida integralmente. Durante o terceiro quadrimestre, a equipe do Educativo, em parceria com a Comunicação, produziu e publicou no site Educar, voltado especialmente para conteúdos educativos, 8 novas atividades para que o público, sejam eles crianças, adolescentes, pais, cuidadores ou professores, possam usufruir de casa.

No total de 2021, o Núcleo Educativo subiu para o site Educar 24 atividades a serem realizadas em casa, com propostas diversificadas para toda família.

Abaixo, as novas atividades do quadrimestre:

a) Provérbios do Fundo do Baú: nesta atividade o público é desafiado a completar os ditados populares conhecidos no Brasil inteiro.

Link de acesso: [Provérbios do fundo do baú – Educar – Museu do Futebol](#)

b) Clássico é Clássico: será que o torcedor mais aficionado conhece o nome dos mais famosos clássicos? Neste desafio, as dicas com conteúdos históricos

sobre os clássicos de futebol brasileiro ajudam os torcedores a lembrar os mais famosos confrontos entre times

Link de acesso: [Clássico é clássico – Educar – Museu do Futebol](#)

c) Números e Curiosidades: uma das principais salas do Museu é a “Números e Curiosidades”, com placas gigantes que contam as regras, recordes e frases marcantes ditas por grandes personagens do futebol. Nesse desafio o público tem que acertar quais as placas com as informações corretas!

Link de acesso: [Números e curiosidades – Educar – Museu do Futebol](#)

d) Oficina de Paraquedas: nesta oficina, o público pode aprender a construir um paraquedas de brinquedo.

Link de acesso: [Oficina de paraquedas – Educar – Museu do Futebol](#)

e) Jogo dos Escudos: este desafio é capaz de pegar até o mais devoto torcedor do time. Aqui, a proposta é tentar saber qual é o escudo correto de cada clube.

Link de acesso: [Jogo dos escudos – Educar – Museu do Futebol](#)

f) Que Rango é Esse?: essa atividade é dar água na boca. O público é desafiado a conhecer a história por trás de cada um dos clássicos da culinária dos estádios.

Link de acesso: [Que rango é esse? – Educar – Museu do Futebol](#)

g) Oficina de Máscaras Africanas: no continente africano as máscaras são usadas para contar a história de uma comunidade ou até mesmo para fins religiosos. Além disso, cada comunidade tem seu estilo para fazer suas máscaras, por isso elas são feitas com materiais e formas diferentes. Essa oficina convida o público a mergulhar nessa cultura e fabricar as próprias máscaras com temáticas africanas.

Link de acesso: [Oficina de máscara africana – Educar – Museu do Futebol](#)

h) Faça seu Oware: awele, ayo, wari, ouri ou awale, é um jogo muito conhecido no continente africano, que se origina de uma variação da mancala. Este nome mancala vem do árabe naqala que significa mover. Basicamente, podemos dizer que o oware é um jogo de semeadura, aqui no

Brasil o nome mais conhecido para o jogo é o oware. A oficina explica como você brinca com esse jogo e monta o seu próprio tabuleiro.

Link de acesso: [Faça seu Oware – Educar – Museu do Futebol](#)



Capturas de telas das atividades no site Educar: "Provérbios do Fundo do Baú" e "Oficina de Paraquedas"

Ação 35 – Espaço Dente de Leite [Virtual]

35.1: Número mínimo de atividades educativas oferecidas

A meta foi atingida integralmente. Ao longo do segundo quadrimestre, foram disponibilizadas mais 4 novas atividades educativas voltadas para a temática da primeira infância no site Educar.

No total de 2021, o Núcleo Educativo disponibilizou 12 atividades voltadas para bebês e crianças pequenas no site Educar, reforçando o compromisso de seguir dialogando e realizando propostas para este perfil de público.

Abaixo, as novas atividades do quadrimestre:

a) Encaixe dos Ratinhos: essa atividade, baseada em uma história do Palavra Cantada e contada pela equipe da Arte Despertar, tem como objetivo a criação de uma caixa para brincar de encaixes de formas geométricas em formatos de bichinhos.

Link de acesso: [Encaixe dos ratinhos – Educar – Museu do Futebol](#)

b) Filtro dos Sonhos: nesta oficina, a proposta é criar um clássico filtro dos sonhos. A atividade está atrelada com um vídeo de contação de história com o conto da Aranha, contada pela equipe da Arte Despertar, voltado para as crianças pequenas.

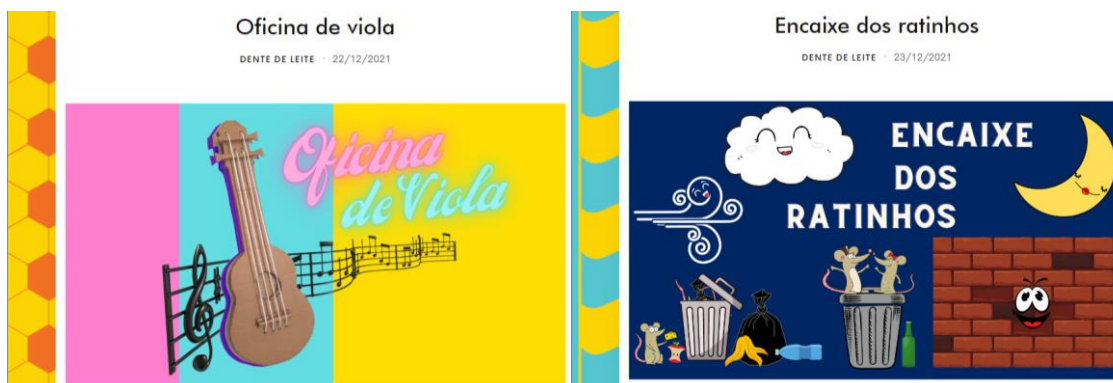
Link de acesso: [Filtro dos sonhos – Educar – Museu do Futebol](#)

c) Oficina da Viola: nesta oficina, a proposta é construir uma pequena viola. A proposta está vinculada à famosa História da Coca, contada pela equipe da Arte Despertar.

Link de acesso: [Oficina de viola – Educar – Museu do Futebol](#)

d) Cada Bicho no seu Lugar: nesta atividade, as crianças são convidadas a colorir alguns bichos e cenários e, depois, colar os respectivos animais aos seus habitats naturais. Junto com a atividade está a história Cacuriá do Papagaio, contada pela equipe da Arte Despertar.

Link de acesso: [Cada bicho no seu lugar – Educar – Museu do Futebol](#)



Capturas de telas das atividades no site Educar: "Oficina de Viola" e "Encaixe dos Ratinhos"

Ação 36: II Simpósio Revivendo Memórias [Virtual]

36.1: Quantidade de eventos realizados



Captura de tela: arte de divulgação do evento

A meta foi atingida integralmente. No dia 04.11.2021, o Núcleo Educativo realizou mais uma edição do Simpósio Revivendo Memórias, dessa vez voltada para universitários e pesquisadores que estudam o envelhecimento, assim como cuidadores de idosos. O Simpósio abordou aspectos psicossociais do envelhecimento, prevenção e mitigação da doença de Alzheimer, cuidados diários com os idosos e a paixão no resgate das memórias afetivas no projeto Revivendo Memórias #emcasa.

Para falar da experiência e do trabalho do Revivendo Memórias, participaram do debate o pesquisador e criador do projeto Revivendo Memórias, Carlos Chechetti; a médica neurologista da Faculdade de Medicina da USP, Sonia Brucki; o psicólogo e professor de Psicologia da FMU, Lucio Ferracini; a coordenadora do Núcleo Educativo do Museu do Futebol, Ialê Cardoso; além de Roberto e Angelina Hungria, participantes do projeto e criadores do curso de prevenção de quedas e saúde do idoso. A mediação foi do educador Diego Sales.

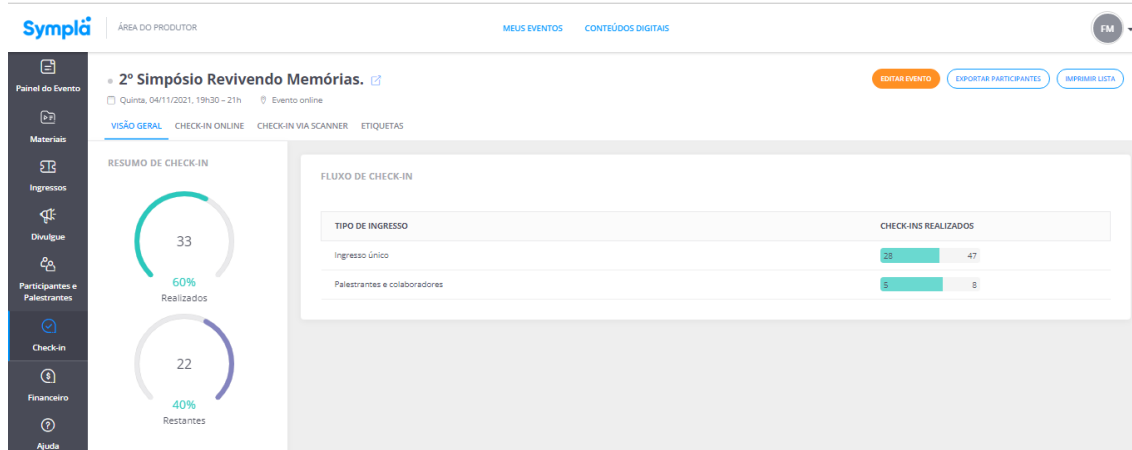
O evento está disponível na íntegra no canal do YouTube do Museu do Futebol: [2º Simpósio Revivendo Memórias - 04/11/2021 - YouTube](#)



Captura de tela do II Simpósio Revivendo Memórias, durante apresentação do Prof. Me. Lucio Ferracini (FMU)

36.2: Número de público virtual – participação

O evento contou com 47 inscrições e 27 participações ativas no dia.



Captura de tela do site do Sympla, por onde foram gerenciadas as inscrições e check-ins do II Simpósio Revivendo Memórias

Ação 37: Projeto Educativo na Praça

37.1: Pesquisa de perfil de público e levantamento de temas de interesse dos frequentadores da Praça Charles Miller

a) Introdução

O Projeto Educativo na Praça é mais uma proposta do novo Contrato de Gestão e visa construir uma grade de atividades para serem oferecidas ao público frequentador da praça Charles Miller e que não necessariamente frequenta ou participa das ações do Museu do Futebol. O objetivo é oferecer uma interação educativa para diferentes perfis, com isso, visa-se ampliar o leque de público atendido pelo Programa Educativo e estimular o pertencimento da praça e do Museu como espaço aberto das pessoas, fortalecendo assim os valores da cidadania e os cuidados com o patrimônio público, tendo em seu horizonte a concretização de um museu cidadão. O Núcleo Educativo saindo à praça Charles Miller dá vida ao Museu do Futebol, projetando-o extramuros e tornando-o agente atuante para além de seus muros físicos.

Em linhas gerais, a proposta prevê um educador atuante na praça Charles Miller, em dois horários aos finais de semana, com a oferta de jogos e dinâmicas educativas. O intuito é criar relação com novos públicos e proporcionar um momento lúdico e de lazer para as pessoas que frequentam esse espaço. Para que a interação seja realizada com qualidade, tanto ao público, quanto ao educador, será desenvolvido um mobiliário apropriado e portátil, com guarda-sol para proteção de sol ou chuva, mesa para disponibilizar os materiais e bancos para o público poder se sentar e usufruir

com tranquilidade das atividades propostas e interações, que deverão ser bastante dinâmicas.

Para tanto, uma pesquisa com o público frequentador da praça, realizada pela equipe do Núcleo Educativo, entrou como etapa fundamental do projeto neste último quadrimestre de 2021. E cumprindo este objetivo, este documento relata todo o processo de escuta, pois este é o ponto de partida para o delineamento das atividades e dinâmicas que serão ofertadas a partir de 2022.

b) Desenvolvimento

O desenvolvimento dessa pesquisa demandou a criação de um Grupo de Trabalho envolvendo a coordenação, com a coordenadora Ialê Cardoso e o assistente de coordenação Marcelo Continelli, o supervisor Ademir Soares e os educadores Jamil Neto e Débora Oliveira. Após reuniões do GT, a coordenação do Núcleo Educativo convidou a especialista em pesquisa e questionários Clara Azevedo para participar de reuniões e orientar a equipe. Clara trouxe soluções práticas e adequadas às dúvidas e questionamentos trazidos pela equipe do Grupo de Trabalho. O primeiro encontro aconteceu no dia 23.09.2021 e, a partir deste momento, o GT começou a traçar todos os passos para a realização da pesquisa. A orientação da especialista no primeiro momento foi elaborar perguntas a partir do nosso objetivo e, inicialmente, tentar responder essas perguntas por meio de uma pesquisa de observação.

Como descrito na introdução, o objetivo é oferecer uma interação educativa com diferentes perfis e ampliar o leque de público de atuação do Programa Educativo, para isso, precisamos entender qual o público que vem a praça, em quais horários e o que eles buscam no local.



Captura de tela: Reunião virtual feita entre a Equipe do Educativo e Clara Azevedo

c) Primeira parte - pesquisa de observação

Em reuniões com o grupo de trabalho responsável, definiu-se que a pesquisa de observação aconteceria aos finais de semana, nos dias 25 e 26 de setembro, 02, 03 e 09 de outubro, com a entrega dos resultados no dia 10. Todas as informações e imagens que os educadores do GT reuniram, estão em uma apresentação do Google Earth que pode ser acessada através do link < [Pesquisa de Observação do projeto Educativo na Praça](#) >.

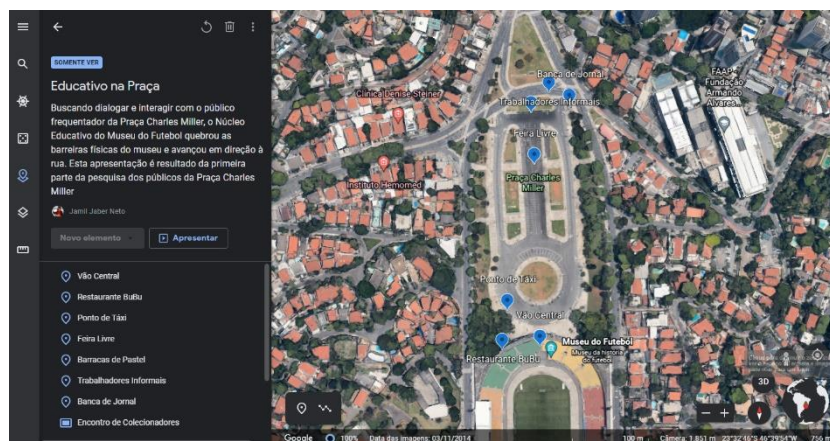


Imagem da apresentação da pesquisa de observação

Nesta pesquisa, as áreas de maior concentração de público na praça e os perfis de frequentadores mais importantes são destacados. A escolha pelo software *Google Earth* foi pensada justamente para ilustrar todo o território da praça Charles Miller e reportar a existência de “mini-praças” ao longo de toda a sua extensão.

A apresentação inicia com a demonstração de como o vão central do Estádio do Pacaembu, com o avanço da pandemia e a criação de medidas sanitárias restritivas, foi ocupado aos finais de semana por praticantes de atividades físicas: tanto aulas em grupo quanto individuais são realizadas nesse amplo local coberto. Esta área também é frequentada por praticantes de skate. O restaurante Bubu é um lugar que também atrai muitas pessoas à praça Charles Miller. Apesar dos clientes do restaurante serem, na maior parte, visitantes do Museu, ainda é um público que pode ser mediado e atingido por atividades educativas.

Outro público presente na praça Charles Miller é o de taxistas e motoristas de aplicativos. Os taxistas frequentemente ficam com seus carros estacionados esperando clientes. É durante esse tempo que poderiam participar das ações. Aos sábados, a tradicional feira livre da praça Charles Miller traz centenas de pessoas para o local. Aqui se concentram os consumidores da feira e os feirantes. As barracas permanecem na praça até às 14h. Na entrada para carros da praça Charles Miller estão as barracas de

pastel e caldo de cana. Os clientes das bancas de pastel não são necessariamente frequentadores da feira, por isso entram aqui como outro público frequentador da praça. Devido à grande circulação de pessoas no local, a praça Charles Miller é fonte de renda e oportunidade de trabalho. Dos 'flanelinhas' aos vendedores ambulantes, o trabalhador informal também é frequentador assíduo da praça. É notável a presença da Banca de Jornal com seus funcionários e clientes. A praça Charles Miller também é palco de encontro de colecionadores. Esses eventos são marcados pela internet e não acontecem necessariamente em intervalos fixos. Nos finais de semana observados, tais encontros não ocorreram, mas sabemos que acontecem com certa frequência.

A praça Charles Miller também é palco para eventos ao ar livre. A programação envolve desde eventos corporativos até competições de corridas de rua. Além disso, a praça é rodeada por bairros majoritariamente residenciais e, principalmente em dias ensolarados, os moradores da região procuram o local para momentos de lazer. Nos finais de semana observados, esse público era pequeno devido à chuva.

Importante destacar que a praça é um local de permanência de pessoas em situação de rua. Pessoas dormem sob a marquise do Estádio e durante a observação percebemos que o número de pessoas em situação de rua é notoriamente menor aos finais de semana.

d) Segunda parte - Pesquisa em forma de entrevista

Após o processo de observação e categorização do público frequentador da praça, o GT se reuniu novamente com a pesquisadora Clara Azevedo que, dessa vez, orientou os educadores a realizar uma pesquisa em formato de entrevista *in loco* diretamente com os frequentadores. Para tanto, o GT desenvolveu e aplicou um questionário com 141 entrevistados.

Educativo na praça - Pesquisa de público

Nesta primeira etapa da pesquisa as perguntas são direcionadas ao entrevistador.

debora.oliveira@idbr.org.br (não compartilhado) Alternar conta

*Obrigatório

O que te trouxe à Praça Charles Miller hoje? *

☐ Prática de esporte

☐ Trabalho

☐ Lazer e passeio

☐ Consumo

Captura de tela: Imagem do formulário para a pesquisa de entrevista

O software usado para elaborar o questionário foi *Google Forms*, o mesmo passou pela avaliação e aprovação tanto da especialista Clara Azevedo, quanto da Coordenação do núcleo.

As perguntas selecionadas foram:

O que te trouxe à praça Charles Miller?

- a. Prática de esporte
- b. Trabalho
- c. Lazer e passeio
- d. Consumo
- e. Outros _____

A pergunta realizada era fechada, com apenas uma opção para resposta, na opção "outros" era possível descrever a resposta do entrevistado.

Para cada opção de resposta, havia uma pergunta direcionada diretamente para aquele público em específico, por exemplo, se o entrevistado selecionar o item Prática de Esporte na pergunta acima, o questionário o direciona para uma pergunta específica para praticantes de esportes, e nestas seções, a resposta é aberta, ou seja, o entrevistado responde o que quiser e o educador transcreve a resposta no formulário.

Esportistas

Qual esporte você veio praticar na praça?

Trabalhadores

No que você está trabalhando aqui na praça?

Lazer e passeio

Qual opção de lazer você busca na praça Charles Miller?

Consumidores e Clientes

O que você consome quando frequenta a praça?

Após essas perguntas, inicia-se o questionário direcionado ao público geral, a todos que responderam às perguntas anteriores.

O que levaria você a visitar o Museu do Futebol?

O que te faz não visitar o Museu do Futebol? Tem algo que te impede?

Ambas as perguntas acima eram abertas, sendo possível transcrever o que foi dito pelo entrevistado. O intuito aqui é entender, de forma concisa, a imagem e a relação que os frequentadores da praça têm com o Museu do Futebol.

Após o levantamento e curadoria das atividades que são oferecidas pelo Núcleo Educativo, o GT as dividiu em cinco categorias para, através do questionário, descobrir qual perfil de atividade o entrevistado estaria interessado em participar. Há também a opção de escolher por "outros" e dar uma sugestão.

Dentre estas atividades educativas, qual você teria mais interesse em participar?

- a. Jogos e desafios
- b. Atividade física e jogos com bola
- c. Contação de história
- d. Oficinas estilo "faça você mesmo" e oficinas artísticas
- e. Apresentação e manuseio de réplicas de objetos do futebol
- f. Outros _____

Após escolher a categoria de atividade, o entrevistado seleciona o tempo que teria disponível para participar da mesma.

Quanto tempo você teria para participar de uma atividade?

- a. Menos de 5 minutos
- b. Até 5 minutos
- c. Até 10 minutos
- d. Até 20 minutos
- e. Até 30 minutos

Ao final da pesquisa, o GT inseriu a opção de o entrevistado deixar o seu e-mail para a lista de mailing do Museu, assim ele ficaria por dentro de todas as novidades. No formulário, o entrevistado respondia sim para deixar o e-mail ou não para não deixar e, caso optasse pelo sim, na página seguinte era possível descrever o e-mail dele e enviar juntamente com as respostas da pesquisa.

Para realizar essas entrevistas, os dias escolhidos foram 27 e 28 de novembro, 04 e 05 de dezembro e dias 11 e 12 de dezembro. Em cada um desses dias os educadores realizaram 2 horas de pesquisa *in loco*, uma hora no período da manhã e uma hora no período da tarde. Para que fosse possível

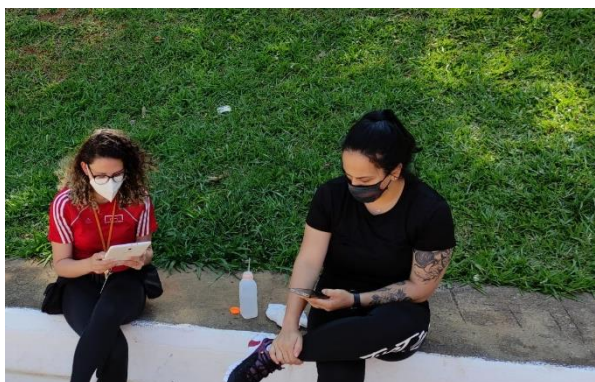
realizar a pesquisa na praça foi necessário um apoio da equipe de tecnologia. Entraves tecnológicos aconteceram, mas quando resolvidos, as pesquisas se iniciaram.

e) Relatos de aplicação do questionário

No primeiro final de semana da aplicação, 27 e 28.11, às 10h, o educador Jamil e a educadora Débora foram à praça coletar as respostas com foco no público da feira.

Com os consumidores da feira, os educadores enfrentaram muita dificuldade em realizar a entrevista. Como eles estavam ali com o intuito de fazer compras, sempre muito apressados, não demonstraram cordialidade e nem interesse em parar para conversar ou responder alguma pergunta. Não davam muita atenção e, se desculpando, saíam andando. Por outro lado, os feirantes eram muito solícitos: a maioria aceitou responder o questionário e os que não responderam alegaram que tinham receio do chefe, por estar em horário de trabalho. Pessoas aos arredores da feira, não necessariamente consumidores, também foram entrevistadas. Neste momento, os educadores alcançaram o total de 20 respostas. No período da tarde os mesmos educadores voltaram à praça às 14h. Dessa vez, o foco foi o território do vão central do estádio do Pacaembu. Os educadores abordaram os praticantes de atividade física, algumas pessoas que vieram conhecer o Museu e outras que estavam fazendo trabalho para a faculdade. Total de 11 respostas.

No dia seguinte, a praça Charles Miller foi palco para encontros de colecionadores, tanto de carros, quanto de motos, e os educadores aproveitaram a presença dessas pessoas para entrevistá-las. A pesquisa se iniciou às 9h da manhã com os educadores Débora Oliveira e Diego Sales. Os mesmos educadores, às 14h, foram à praça entrevistar pessoas que buscavam por lazer, algumas faziam churrasco e piquenique com família e amigos. Neste dia o GT colheu mais 25 respostas.



A educadora Débora Oliveira com uma frequentadora da praça durante a pesquisa de perfil e mapeamento de interesses / Foto: Núcleo Educativo

No sábado seguinte, dia 04.12, os educadores Jamil Neto e Júlia Rosa iniciaram a pesquisa às 9h e obtiveram um total de 13 respostas. A maior parte dos entrevistados estava trabalhando na montagem do evento que aconteceria no dia posterior. Já na parte da tarde, às 15h, as educadoras Shirley Liset e Angélica Angelo conseguiram entrevistar 15 frequentadores da praça, com o foco nos trabalhadores e praticantes de skate.

No domingo dia 05.12, às 9h30, os educadores Jamil Neto e José Neto realizaram o questionário com o público da praça e alcançaram 11 entrevistados. A praça Charles Miller sediou o evento "Meia Maratona Internacional da Cidade de São Paulo". Por esse motivo, a maior parte dos entrevistados estava trabalhando no evento ou participando da corrida de rua. A segunda saída do dia foi às 15h com os educadores Jamil Neto e Shirley Liset. Os educadores entrevistaram 11 frequentadores da praça, na sua maioria praticantes de esporte.



O educador Jamil Neto com um trabalhador da praça durante a pesquisa de perfil e mapeamento de interesses / Foto: Núcleo Educativo



As educadora Débora Oliveira e Laís Araújo entrevistam os consumidores do Restaurante Bubú durante a pesquisa de perfil e mapeamento de interesses / Foto: Núcleo Educativo

Durante esses três finais de semana, seguindo o público apontado na pesquisa de observação, o GT obteve respostas de esportistas, moradores das redondezas, pessoas que frequentam eventos na praça, pessoas que participaram de encontro de colecionadores de automóvel, clientes da banca de jornais, consumidores e trabalhadores do restaurante Bubú e do pastel, dos feirantes; entre os trabalhadores informais só não foi possível contato com os flanelinhas, que não receberam os educadores de forma adequada. Em alguns finais de semana a praça foi palco de eventos que fecharam a entrada de veículos de passeio.

Taxistas e motoristas de aplicativo também não foram abordados pelos educadores por conta da dinâmica de corridas, nos horários que a pesquisa foi aplicada não foi encontrado ninguém que representasse esse público. E como já observado na primeira parte da pesquisa, as pessoas em situação de rua não frequentam a praça nos horários de saídas dos educadores para realização do questionário.

O questionário foi realizado com sucesso e é importante notar que o GT durante a semana analisava os resultados da pesquisa para assim definir o foco dos perfis entrevistados na semana seguinte. Dessa maneira, o resultado final da pesquisa agregaria todos os públicos frequentadores da praça Charles Miller.

f) Resultados

Com o final da coleta de dados, os educadores do GT realizaram a tabulação dos resultados. Para as perguntas com resposta por extenso, os educadores estabeleceram juntamente com a coordenação os critérios de similaridades para classificar as respostas por grupos. Exemplo: Na pergunta “Qual esporte você veio praticar na praça?” Houve respostas como: “malhar” e “Crossfit” que estão agrupadas na mesma categoria “Musculação”. Para além desse

agrupamento por similaridade, o GT também precisou se atentar aos erros de digitação cometidos durante a aplicação do questionário. A tabulação, portanto, consistiu em objeto de detalhamento do trabalho do GT e não apenas a automatização de um software de planilhas.

Para apresentar os resultados, o GT montou gráficos com as informações coletadas que estão apresentados abaixo. Na primeira seção, os gráficos são referentes às respostas de cada uma das perguntas. Já na segunda, o GT propôs uma análise mais profunda das informações e cruzou os dados obtidos. O objetivo desse cruzamento de dados é garantir que o resultado da pesquisa seja o mais fiel possível à realidade dos frequentadores da praça Charles Miller e, dessa maneira, oferecer a atividade mais adequada, com o melhor tempo e na localização mais interessante.

Como notado na pesquisa de observação, a praça Charles Miller é lar de diversas outras “mini-praças” e em cada uma dessas micro-localidades, um grupo específico de frequentadores ocupa majoritariamente cada um desses espaços. O GT entende que mapear cada perfil frequentador da praça e unir essa informação com os dados de atividades preferidas de cada um dos perfis, oferece condições claras para calendarizar as atividades de forma a atingir o maior número de pessoas por atividade aplicada.

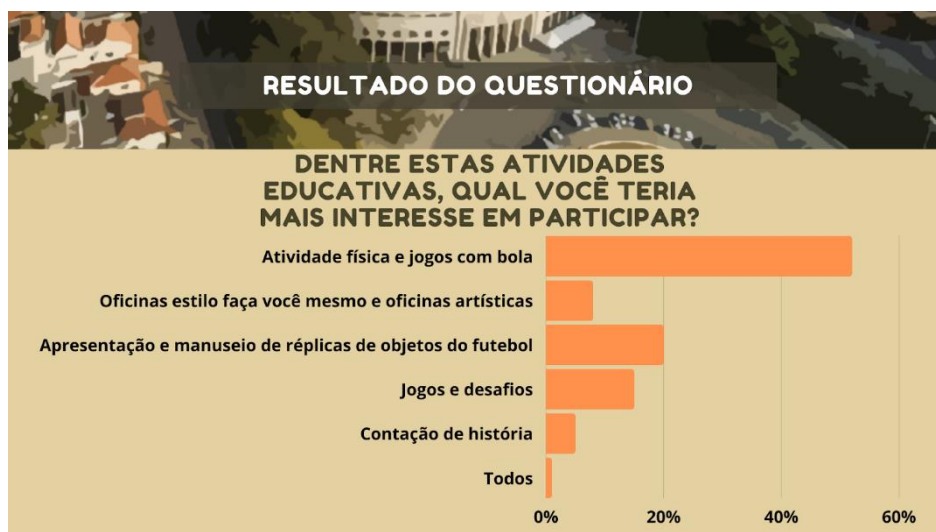
Ainda em relação aos dados escolhidos para serem apresentados nos resultados, o GT escolheu não comparar as informações dos perfis de público com o tempo disponível para participar das atividades, pois esses dados têm menor relevância já que o projeto prevê a atuação dos educadores por 1h30min em cada período. Em contrapartida, em um calendário anual, o Núcleo Educativo pode oferecer todos os seus tipos de atividades educativas para o público da praça em diferentes locais e, por esse motivo, optou por realizar o cruzamento de dados entre tempo disponível para prática da atividade com cada uma das categorias de atividade educativa.

1. Motivos que levam as pessoas à praça



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Das 141 respostas obtidas no questionário, 42% dos entrevistados frequentam à praça Charles Miller com o objetivo de lazer e passeio; nesta categoria estão pessoas que vieram para encontros de colecionadores de automóvel, eventos que acontecem na praça, pessoas que vieram fazer piquenique com família e amigos ou até mesmo passear com seus pets. As pessoas que responderam “trabalho”, prestam algum tipo de serviço, seja na feira, no restaurante Bubu ou trabalhos informais de vendas de produtos, esse grupo representa 33% da nossa pesquisa. Os praticantes de esportes procuram a praça como área aberta para se exercitar e ter uma melhor qualidade de vida, eles compõem 15% dos entrevistados. Os clientes da feira, das barracas de pastéis e do restaurante, foram classificados como “consumo” e representam 9% do total. Já a opção “outros” são pessoas que buscam a praça como ponto de encontro para venda de seus automóveis, considerando ser um lugar amplo, aberto e movimentado, representando 1%. O objetivo dessa pergunta era entender a razão pela qual as pessoas escolhem ir para a praça Charles Miller.



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

O questionário então busca destrinchar qual atividade específica cada perfil de público realiza na praça Charles Miller.

1.1. Os esportes mais praticados na praça



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Dentre os esportistas, a modalidade corrida é a mais praticada na praça, somando 32%, seguida do skate e da musculação com 23% cada, dentro do item "musculação" há prática de ginástica e crossfit, os esportes praticados com menos frequência ou adeptos são o ciclismo com 13% e caminhada com 9%.

1.2. Os trabalhos realizados na praça



Print de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Na seção “Os trabalhos mais realizados na praça”, estão na frente funcionários de eventos que acontecem aos finais de semana e a venda informal com 20% cada, em terceiro lugar vem a categoria “outros” que agrupa respostas como “manobrista”, “carregador” e “passeador de cachorros”, estes somam 11%, outros serviços como limpeza, feira, professores de atividades físicas e pessoas que trabalham gravando vídeos chegaram a 9% cada em nossa pesquisa, os trabalhadores do Restaurante Bubu chegam a 6% dos entrevistados e os das barracas de pastel somam 4%.

1.3. Lazer e consumo na praça



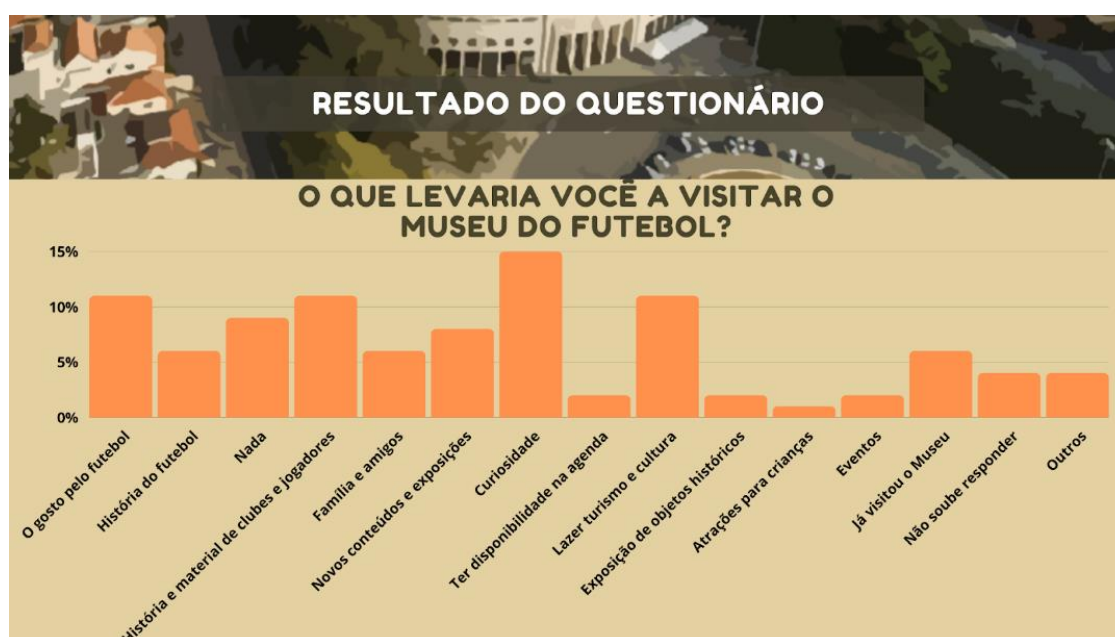
Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Na seção Lazer e Passeio, é perceptível como a praça Charles Miller é um ponto de encontro popular entre aqueles que frequentam o encontro de

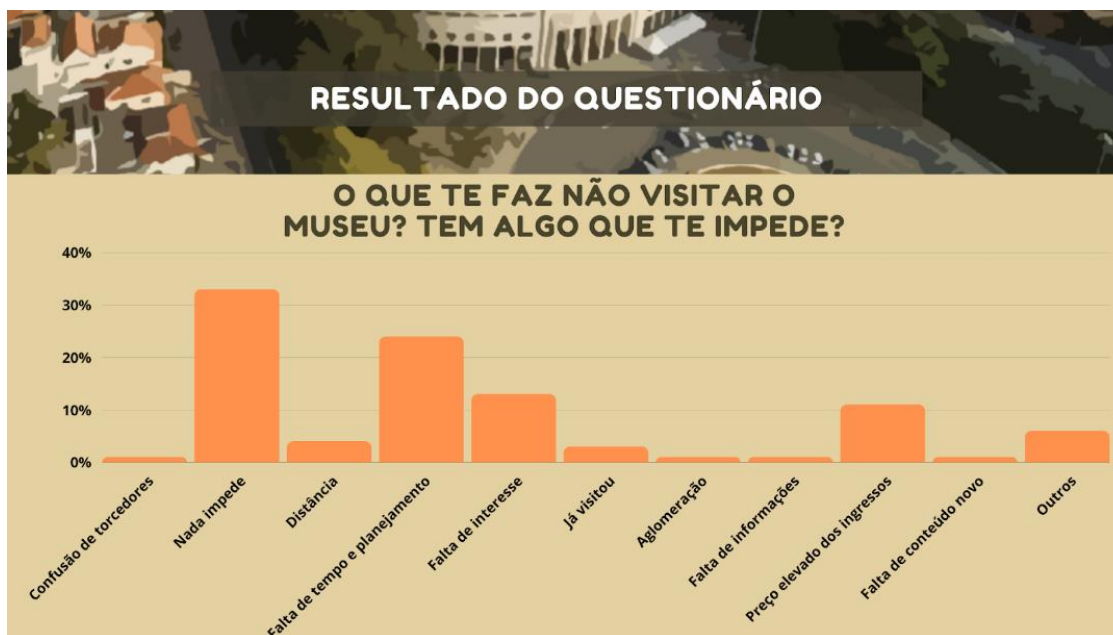
automóveis, são representados aqui em 42% das respostas. O GT agrupou “encontro de Automóveis” na seção Lazer e Passeios porque foi observado tanto na pesquisa de observação quanto na aplicação do questionário que os frequentadores desses encontros estão realizando um hobby, fora de seus horários de trabalho, para passar um tempo de qualidade com pessoas com gostos similares aos seus. Os que vêm a passeio e neste grupo englobam-se pessoas que vêm à praça sozinhas, com a família ou com amigos, procurando locais similares a parques para piqueniques ou para as crianças se divertirem, este item chega a 19% na pesquisa, seguido das pessoas que vêm visitar o Museu com 17%, as pessoas que tem pets e procuram a passar para passear com eles ou ter um espaço para realizar alguma atividade com seus cachorros chegam a 13% das respostas. Há um grupo específico de pessoas que vêm a praça como um local ao ar livre para diversão, em tempos pandêmicos a maioria das pessoas procuram espaços em áreas abertas para lazer e a praça com certeza é uma opção e isso tem grande relevância para o nosso projeto, este grupo representa 5% da pesquisa e 2% dos entrevistados vieram a praça para fazer fotografias aéreas. Entre os consumidores, o Restaurante Bubu domina a categoria com 61%, seguidos dos frequentadores das barracas de pastel com 23%. Os consumidores da feira e da banca de jornal têm a mesma porcentagem em nossa pesquisa, 8%.

2. Imagem do Museu

Os próximos gráficos dizem respeito à imagem que o frequentador tem em relação ao Museu do Futebol. O objetivo dessas perguntas é entender melhor essa simbiose entre frequentador da praça e o Museu do Futebol, pensando também em ações futuras do Museu do Futebol com a praça Charles Miller.



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

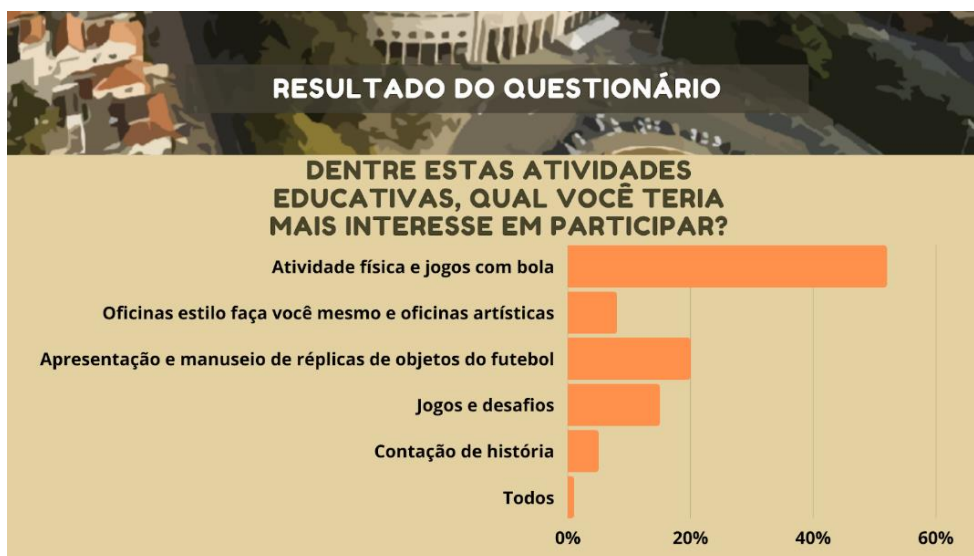


Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

A resposta frequente para a pergunta "O que levaria você a visitar o Museu do Futebol?" foi "Curiosidade" com 15%, seguidas por "O gosto pelo futebol", "História e material de clubes e jogadores" e "Lazer, turismo e cultura" com 11%. Para a maior parte dos entrevistados, nada os impede de visitar o Museu do Futebol, essa opção alcançou 33%, seguido de "Falta de tempo e planejamento" com 23%.

2. Interesse nas atividades

As perguntas a seguir dizem respeito ao interesse nas atividades que o Núcleo Educativo oferece e quanto tempo eles teriam para praticar essa atividade. Como descrito anteriormente, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol possui em seu catálogo de ações educativas, diferentes categorias de atividades que estão agrupadas conforme descrito no infográfico.

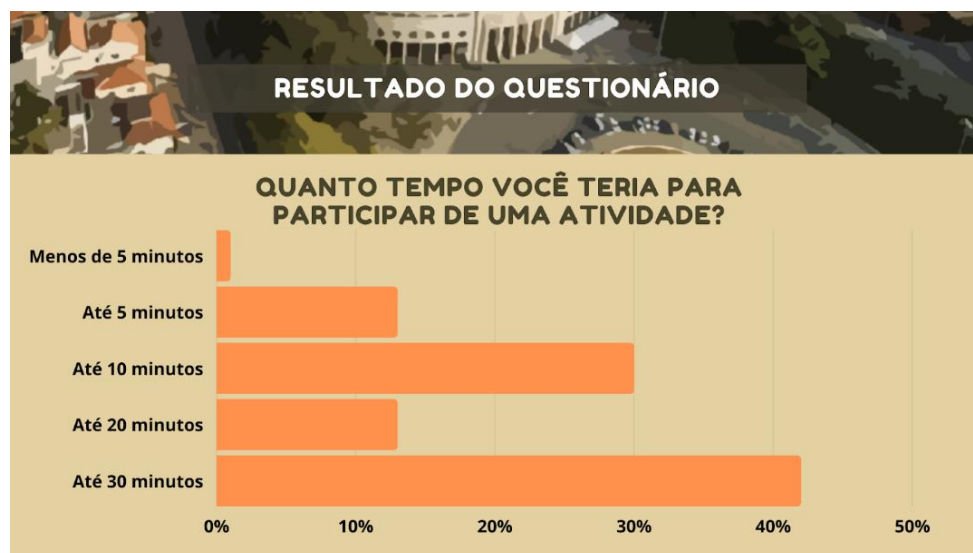


Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

A opção “Atividade física e jogos com bola” agrupa 52% das respostas, seguida de “Apresentação e manuseio de réplicas de objetos de futebol” com 20%.

3. Disponibilidade de tempo

Nesta outra questão, o tempo máximo para execução da atividade é de trinta minutos, conforme descrito no plano de metas para o Núcleo Educativo.



Print de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

A maioria das pessoas teriam até 30 minutos para executar a atividade, com alcance de 42% na pesquisa, outra parte que representa 30% das respostas disseram ter 10 minutos para a realização de atividades.

4. Cruzamento de dados: perfis x preferência das atividades

Os infográficos a seguir são os cruzamentos dos dados colhidos de cada um dos perfis com as respostas da atividade preferida. O objetivo desse cruzamento é entender qual a atividade preferida por cada perfil de grupo. Essa informação é necessária para traçar uma estratégia a longo prazo e definir um calendário de atividades que busca atender a todos os perfis de pessoas frequentadores da praça Charles Miller.

4.1. Atividades favoritas dos esportistas que frequentam a praça



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Entre os esportistas, “atividade físicas e jogos com bola” foi a opção mais votada, chegando a 50%, seguida de “jogos e desafios” com 18%, “apresentação e manuseio de réplicas de objetos de futebol” e “oficinas estilo ‘faça você mesmo’ e oficinas artísticas” com 14% e “contação de história” agradou a 5% na entrevista. Obviamente os esportistas preferem algo relacionado à movimentação do corpo, mas outras três opções de atividades agradam este perfil em uma porcentagem muito próxima, isto ao núcleo educativo abre um leque de opções interessantes.

4.2. Atividades favoritas dos trabalhadores que frequentam a praça



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Dentre todos os que trabalham na praça, a atividade que mais fariam seria “atividade física e jogos com bola” com 48% das respostas, seguido de “jogos e desafios” e “apresentação manuseio de réplicas de objetos de futebol” com 20%, “oficinas estilo ‘faça você mesmo’ e oficinas artísticas” com 7% dos votos, “contação de história” 4% e teve 1% dos entrevistados que respondeu que faria todas as atividades. Surpreendentemente, apesar de estarem a trabalho, a maioria prefere atividades físicas e jogos com bola, opção comum aos esportistas que levantaram esta como primeira opção. Outras duas categorias que chegam a 20%, consideramos uma boa porcentagem, e assemelha-se às opções votadas no grupo anterior.

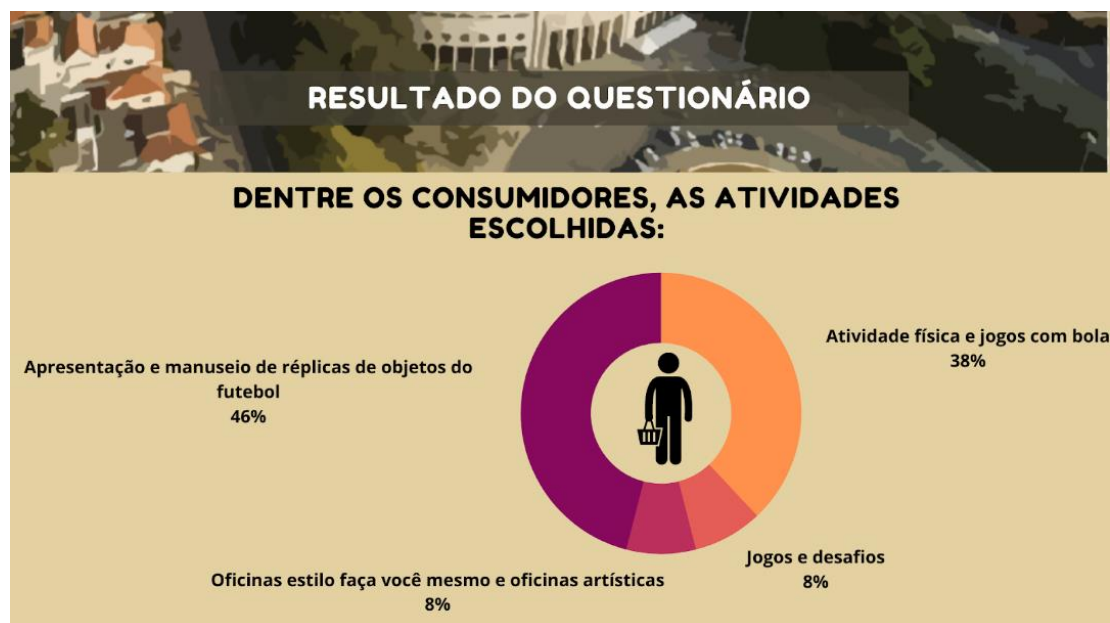
4.3. Atividades favoritas das pessoas que procuram a praça para lazer e passeio



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Os que buscam lazer e passeio na praça preferem, assim como os grupos anteriores, “atividade física e jogos com bola”, essa opção teve 58% dos votos, a segunda opção mais votada foi “apresentação e manuseio de réplicas de objetos de futebol” com 16%, seguido de “jogos e desafios” com 12%, “oficinas estilo ‘faça você mesmo’ e oficinas artísticas” e a opção “contação de história” compõem 7% das respostas. “Atividade física e jogos com bola” pela terceira vez foi a opção mais votada, aqui percebemos que as respostas são muito similares aos grupos anteriores em relação à segunda e terceira opções.

4.4. Atividades favoritas dos consumidores que frequentam a praça



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

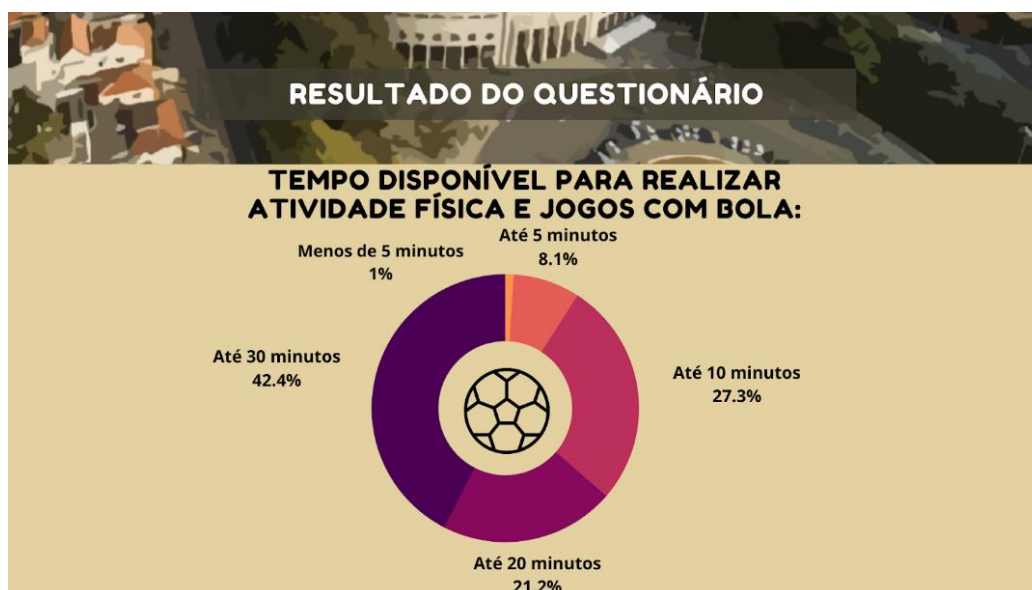
Já entre os consumidores, a atividade mais votada foi “apresentação e manuseio de réplicas de objetos do futebol” com 46%, a opção “atividade física e jogos com bola” fica como segunda opção com 38% dos votos, as “oficinas estilo ‘faça você mesmo’ e oficinas artísticas” e “jogos e desafios” representam 8% das respostas e a “contação de história” 0%. Este foi o único grupo que teve “atividade física e jogos com bola” como segunda opção, mas ainda sim está como uma das opções favoritas, a primeira é a “apresentação e manuseio de réplicas de objetos de futebol” que nos outros grupos entram como segunda opção, mas ainda assim, percebemos similaridade nas respostas pelas primeiras e segundas opções entre todos os grupos.

Percebe-se que apesar de serem grupos diferentes com objetivos diversos, as respostas têm grande correlação entre todos os grupos, as primeiras opções mais votadas foram “atividade física e jogos com bola” e a “apresentação e manuseio de réplicas de objetos do futebol”, com isso, o GT considera que atividades como estas são as mais versáteis para agradar o público da praça em geral, não excluindo as atividades menos votadas.

5. Cruzamento de dados: atividades preferidas x tempo disponível

Nos próximos gráficos, o GT cruzou os dados das atividades preferidas com o tempo disponível. Dessa maneira, o Núcleo Educativo tem a ideia do tempo que cada uma das atividades atrairia mais interesse do público.

5.1 Tempo disponível para: Atividade física e jogos com bola



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Analisando a opção “atividade física e jogos com bola” que foi a mais votada entre a maioria, 42,4% do público geral respondeu que teria até 30 minutos para realizarem este tipo de atividade. Aqui reúne-se a maioria dos esportistas, trabalhadores e pessoas que buscam lazer e passeio; 27,3% das pessoas responderam até 10 minutos, a maioria do público que votou nesta opção foram o grupo de consumidores; 21,2% responderam até 20 minutos; os que teriam 5 minutos representam 8,1% da pesquisa e 1% dos entrevistados disseram que teriam menos de 5 minutos. Consideramos ser um resultado positivo, pois a maioria das pessoas votaram na opção com maior tempo possível para a realização da atividade. Durante a pesquisa, percebemos grande interesse e dedicação dos frequentadores para participar das ações, isso os levou a escolherem a opção de 30 minutos.

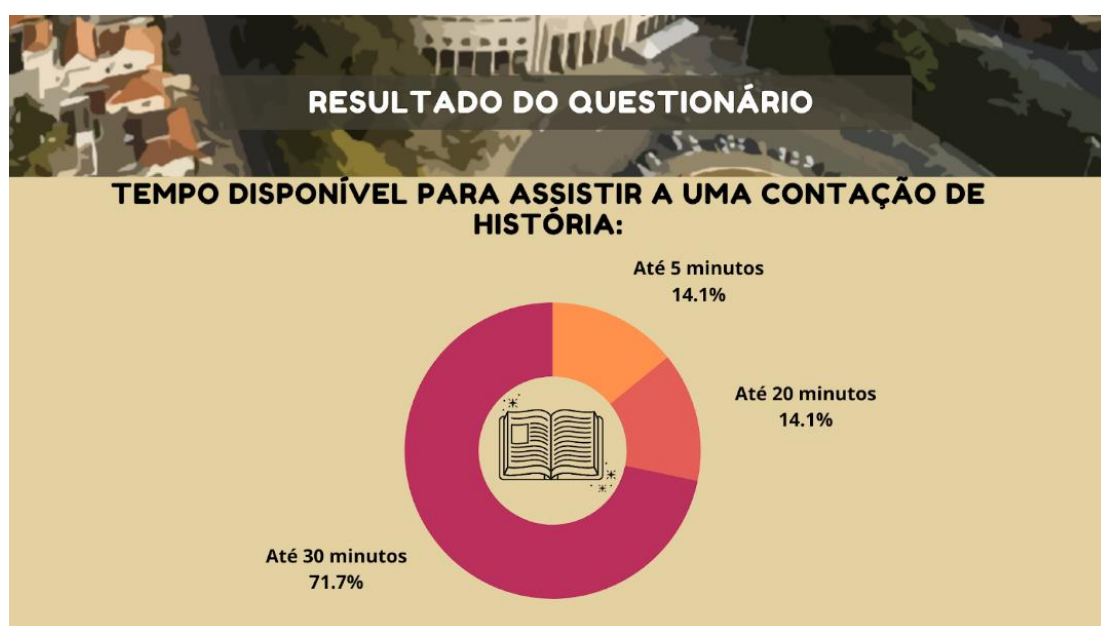
5.2. Tempo disponível para: Oficinas estilo “faça você mesmo e oficinas artísticas



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Averiguando a opção “oficinas estilo ‘faça você mesmo’ e oficinas artísticas”, 73% das pessoas que responderam que gostariam de realizar esta atividade disseram que teriam até 30 minutos, 18% das pessoas responderam que teriam 10 minutos enquanto 9% responderam teriam até 5 minutos. Nota-se que os frequentadores da praça teriam até 30 minutos para a realização de oficinas estilo faça você mesmo e oficinas artísticas, o que se assemelha ao item anterior em relação ao interesse demonstrado pelas pessoas ao escolherem esta opção.

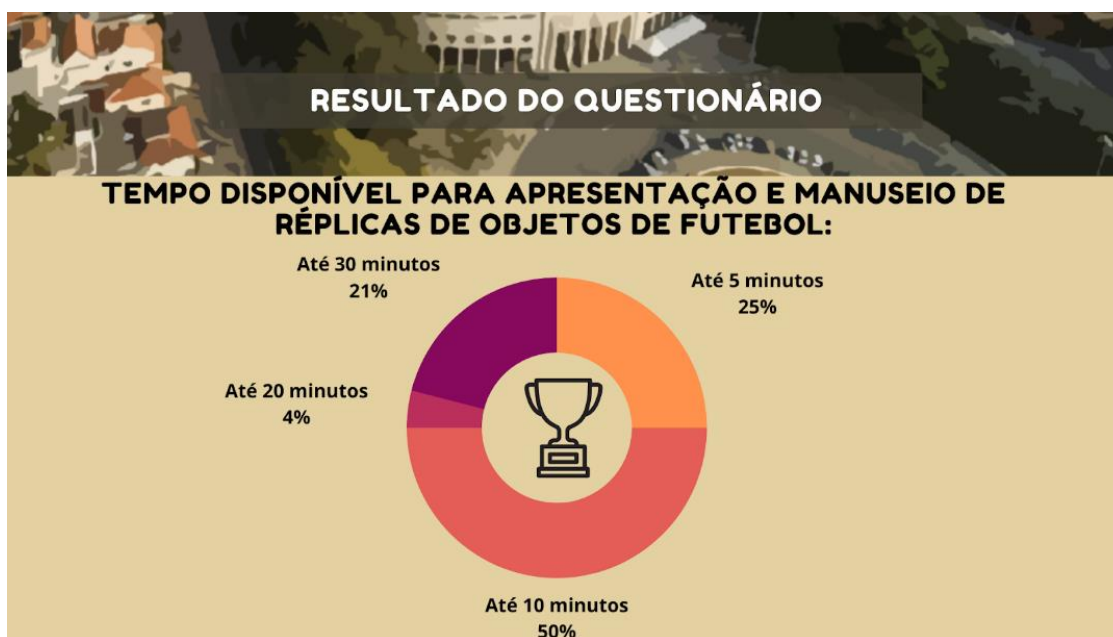
5.3. Tempo disponível para: Contação de história



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Entre as pessoas que responderam esta opção, 71,7% delas teriam até 30 minutos para assistir “contação de história”, 14,1% teriam até 20 minutos e outros 14,1% responderam que teriam até 5 minutos. O GT julga esse resultado como positivo pois está de acordo com o que foi analisado e descrito nos itens anteriores, a receptividade e interesse das pessoas em pararem por até 30 minutos para assistirem a uma contação.

5.4, Tempo disponível para: Apresentação e manuseio de réplicas de objetos de futebol

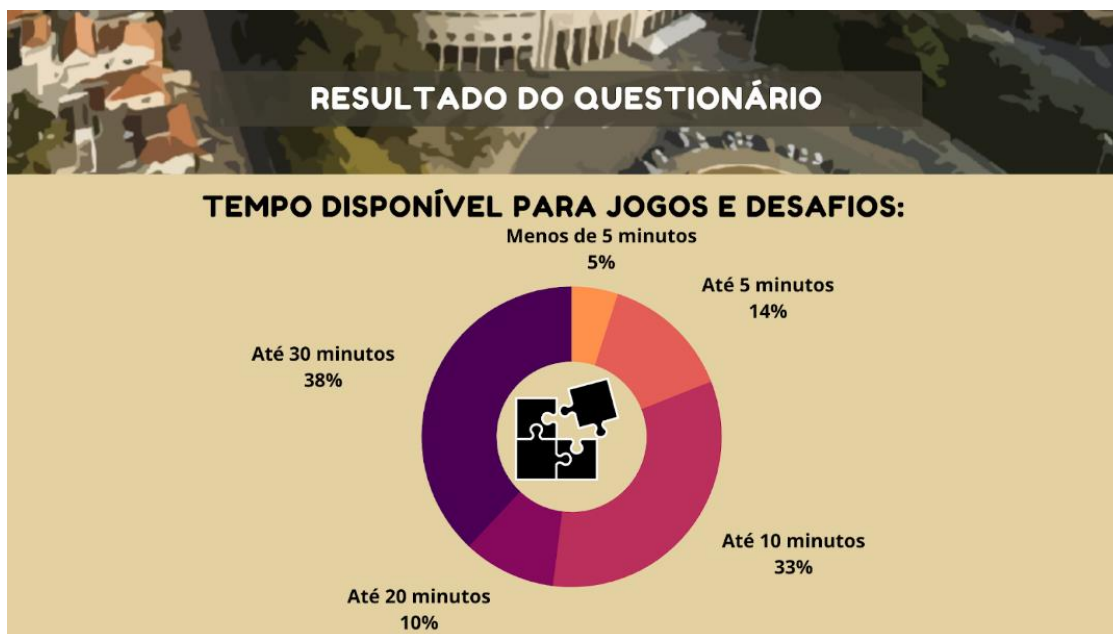


Print de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Nesta opção, dentre as pessoas que responderam que gostariam de ver uma apresentação ou manusear réplicas de objetos de futebol, 50% delas disseram que teriam até 10 minutos, destes 50%, 25% até 5 minutos, enquanto 21% teriam 30 minutos e 4% apenas teriam até 20 minutos. Como esta é a segunda opção de atividade mais votada, o GT observou que a maioria dos 50% que responderam 10 minutos são do grupo consumidores, durante a pesquisa notamos que na percepção do público que escolheu esta opção, este tipo de atividade gera um grande interesse que demanda uma rotatividade maior, sendo assim eles consideraram, até 10 minutos, tempo suficiente.

No entendimento do GT o resultado é positivo pois, se assemelha a média de tempo que o Núcleo educativo pratica em atividades parecidas dentro Museu do Futebol.

5.5. Tempo disponível para: Jogos e desafios



Captura de tela: Infográfico das respostas do questionário da pesquisa

Se tratando da opção jogos e desafios, 38% das pessoas que escolheram esta opção julgaram ter até 30 minutos para a realização da atividade, 33% disseram que 10 minutos seria o tempo ideal, 14% disseram ter até 5 minutos, 10% teriam até 20 minutos e 5% das pessoas que escolheram a opção teriam menos de 5 minutos. Novamente o resultado que consideramos positivo, se assemelha com as primeiras opções do item 6.

g) Conclusão

Após a realização da pesquisa de observação, aplicação dos questionários e tabulação dos resultados, o Grupo de Trabalho do Projeto Educativo na Praça entende que a praça Charles Miller é um espaço de lazer, prática de atividades físicas e trabalho para uma quantidade importante de pessoas que ainda não conhecem o Museu do Futebol, mas tem curiosidade em conhecê-lo. O fator que mais impede os frequentadores da praça de visitar o Museu do Futebol é a falta de tempo e/ou a falta de planejamento, mais um motivo que valida a saída do Núcleo Educativo para o território que circunda o Museu e ativamente participar da rotina da praça Charles Miller. O Projeto Educativo na Praça é a busca viva para a criação de uma ponte entre esses tantos públicos frequentadores e o Museu do Futebol.

A pesquisa na praça Charles Miller também age como uma bússola para os próximos passos do projeto. Com os resultados obtidos, a coordenação do

Núcleo Educativo possui dados e ferramentas para estabelecer o calendário de atividades educativas na praça.

De acordo com o cruzamento dos dados, as categorias “atividade física e jogos com bola” e “apresentação e manuseio de réplicas de objetos de futebol” foram as opções mais votadas pelo público em geral, entre todos os grupos entrevistados e o tempo que as pessoas teriam para a prática das atividades em média é até 30 minutos, isso demonstra de fato o interesse do público nas ações educativas e grande coerência entre o público e o Núcleo Educativo em relação ao tempo hábil para cada ação. A pesquisa realizada nesta primeira parte do Projeto Educativo na Praça pavimenta o caminho a ser percorrido para a realização das atividades educativas ao longo dos próximos anos.

Ação 38: Comitê Jovem

38.1: Publicação do edital para seleção da primeira turma de residência em 2022



Captura de tela: Marcelo Continelli

Apresentado na proposta do novo Contrato de Gestão e visando ampliar a escuta de diferentes públicos, especialmente de perfis que não frequentam o Museu do Futebol, além de fortalecer estratégias de cocriação de projetos, produtos e ações, o Núcleo Educativo dá o primeiro passo para a constituição do Comitê Jovem.

O Comitê Jovem tem como objetivo dar oportunidade para 06 (seis) jovens de diferentes regiões e classes sociais da região metropolitana de São Paulo, de atuarem ativamente na concepção de novos olhares, conteúdos e atividades, para o desenvolvimento e crescimento do Museu do Futebol e seus públicos. Também é uma oportunidade de despertar nesses jovens o

interesse pela cultura, história e esporte, com aspectos sociais e educacionais visando o enriquecimento de suas competências pessoais e profissionais.

As atividades dos jovens selecionados acontecerão presencialmente, conforme protocolos de segurança vigentes, sempre acompanhadas pelos mentores da Comissão, ocorrendo prioritariamente aos sábados e, se necessárias datas excepcionais durante a semana, de modo que as mesmas serão acordadas previamente de acordo com as possibilidades de agendas dos participantes envolvidos, configurando 02 (dois) encontros mensais com 02 (duas) horas cada. Para participar, os interessados devem ter 16 ou 17 anos até a data da inscrição, estar matriculados regularmente no Ensino Médio nas redes pública ou privada, residir na região metropolitana de São Paulo e ter afinidade com alguns temas, tais como Diversidade, Tecnologia, Cultura, Esporte, Mídias Sociais, entre outros. Os candidatos devem enviar um vídeo de até um minuto contando sua história e defendendo porque seria uma boa escolha para atuar no Museu do Futebol, além de uma redação sobre como eles imaginam ser o museu do futuro.

A linha de atuação dos membros do Comitê seguirá uma metodologia construída colaborativamente com os mentores, levando-se em conta a necessária mediação entre a equipe do Museu do Futebol e os jovens, de modo que o desenvolvimento das atividades propostas constitua elementos para que eles se sintam pertencentes e participativos junto ao MF e elaborem conjuntamente com o museu ações, projetos e programas.

No dia 06.01.2022, a coluna da jornalista Monica Bergamo (Folha de SP) divulgou o edital na versão impressa do jornal, o que certamente colabora para o alcance das inscrições.



Foto da coluna no jornal Folha de São Paulo / Ialê Cardoso

O edital está publicado no site do IDBrasil: [IDBrasil | Edital de Seleção para Comitê Jovem 2022 do Museu do Futebol](#) e também pode ser acessado diretamente aqui: [Edital Comitê Jovem \(idbr.org.br\)](#)

Ação 39: Materiais para apoio didático à comunidade escolar

39.1: Elaboração de material didático em formato digital



Captura de tela: capa da cartilha do Educativo para professores

Também apresentado na proposta do novo Contrato de Gestão, o desenvolvimento de um material de apoio didático para a comunidade escolar tem como principal objetivo oferecer um subsídio qualitativo para professores e alunos que visitam o Museu do Futebol. Nesse sentido, esse material reforça o compromisso com a educação como um dos pilares do Museu do Futebol e que o Núcleo Educativo. O material visa construir possibilidades de se trabalhar as competências e habilidades indicadas nas matrizes curriculares do ensino formal – base na atual e recente BNCC – como pensamento crítico, empatia e cooperação, respeito e cidadania, comunicação, cultura digital e repertório cultural, a partir do acervo do Museu do Futebol. Esta é a primeira edição de uma série de 5 volumes que irá abordar aspectos interdisciplinares do conteúdo das exposições do museu.

A presente edição, já disponível no site do Museu do Futebol, foi pensada para ser 100% digital, com um PDF interativo. Tendo em vista a facilidade de acesso pelo digital, assim como a economia dos materiais para impressão, esta será a maneira como alguns dos materiais educativos serão apresentados a partir de agora.

Esta primeira edição apresenta três eixos temáticos: “Ser e Pertencer”, “Conhecer e Preservar” e “Valorizar e Transformar”. Cada uma dessas vertentes apresenta uma ou mais atividade sejam ligadas ao conteúdo do

acervo do museu, ao conteúdo disponível em nossas mídias sociais, ou mesmo ao conteúdo disponível no Centro de Referência. Com esses elementos em mão, o professor poderá trabalhar temáticas importantes para um espaço como o museu, tais como: pertencimento, acessibilidade e diversidade.

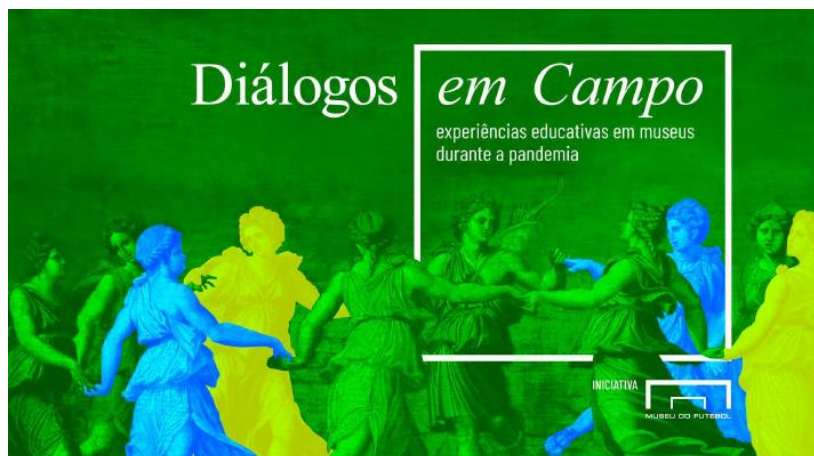
Link de acesso: [Cartilha para professores — Museu do Futebol](#)



Capturas de tela da Cartilha do Núcleo Educativo para professores

Ação 40: Concepção e organização do livro "Diálogos em Campo: Experiências educativas em tempos de pandemia"

40.1: Livro publicado



Capturas de tela: capa do livro *Diálogos em Campo*

A proposta desse livro nasceu, no começo de 2021, a partir da provocação do conselheiro e professor do departamento de Educação da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Fernando Almeida. Motivados pela experiência de adaptação imposta pela pandemia de Covid-19, a equipe do Núcleo Educativo do Museu do Futebol, juntamente com Fernando, se organizou para compartilhar aprendizados sobre novas práticas no âmbito da educação museal. Foi um convite para iniciar um positivo diálogo com os

profissionais de museus e outros especialistas que não queriam se ver paralisados com o trauma causado pelo isolamento e distanciamento social, pela insegurança e pelo imponderável. Foi também um fomento para pensar em quebras de paradigmas, tanto na educação, nos museus, na sociedade e em nossos comportamentos e, por meio desse diálogo, trazermos nossas reflexões e práticas museológicas, culturais e educativas para o debate.

O livro, organizado por Fernando Almeida, Ialê Cardoso e Marcelo Continelli, está estruturado em uma abertura, oito capítulos e um fechamento, disponíveis da forma apresentada na sequência. Fernando Almeida, em *Os Museus, As Musas e o Currículo*, traz uma apresentação editorial e conceitual do livro com referência às musas gregas inspiradoras da arte e do conhecimento. Em seguida, no primeiro capítulo, intitulado *Museu do Futebol, educação, inclusão e cidadania*, Renata Vieira da Motta e Marília Bonas abordam a atuação do Museu do Futebol frente aos desafios da pandemia e a sua necessária relação e diálogo com a sociedade dentro de uma perspectiva de um museu cidadão. No segundo capítulo, denominado *Centro de Referência: desvendando o esquema tático do Museu do Futebol*, Camila Aderaldo discorre sobre a função articuladora do Centro de Referência do Museu do Futebol e trata do papel fundamental do processo de transposição dos conteúdos das diversas linhas de pesquisa para o desenvolvimento de exposições temáticas, atualizações do acervo, fomento a debates e seminários, engajamento à leitura, entre tantas outras atuações.

No terceiro capítulo, intitulado *A educação museal e a produção do conhecimento acadêmico: algumas tendências*, Camilo de Mello Vasconcellos discute sobre o museu como espaço de educação e sobre o percurso que a educação em museus no Brasil vem percorrendo nas últimas décadas bem como as tendências e correntes sobre educação em museus, tanto no aspecto teórico quanto metodológico. Em seguida, no quarto capítulo, denominado *Formal, não-formal, escolar, museal*, Marina Toledo disserta sobre a relação da educação formal com a educação não formal e aponta para a necessária e fundamental parceria entre museu e escola, de modo a complementar a experiência do aprendizado curricular fora do ambiente escolar e oferecer aos alunos um espaço de protagonismo, de ação, de reflexão e de confluência de conhecimentos; ao mesmo tempo em que o professor, em seu papel formador, pode e deve enxergar nos museus um lugar de enriquecimento da sua prática letiva, por meio das exposições, dos materiais didáticos desenvolvidos pelo museu e pelo próprio educador museal.

No quinto capítulo, *Espaços de criação e devir: Sociomuseologia, universidade e criticidade*, Luciana Pasqualucci, propõe uma reflexão sobre o cenário dos museus e de suas interfaces com as universidades na perspectiva de abrir parcerias, ações e pesquisas interdisciplinares que articulem ambas

as instituições. Essa reflexão é permeada pela construção de pesquisas que aliam as experiências de trabalhos do cotidiano dos museus, os seus impactos na relação com a pesquisa acadêmica, o exercício da docência e as práticas museológicas educativas e interdisciplinares, fundamentadas na escola de pensamento da Sociomuseologia. No sexto capítulo, intitulado *Olhares para o Museu do Futebol: os papéis de um Núcleo Educativo*, Daniel Magnanelli de Araujo e Tatiane de Oliveira Mendes versam sobre as diversas abordagens que o acervo de um museu pode propiciar aos educadores de museu e seus públicos, trazendo a reflexão sobre a potencialidade do trabalho do Educativo na interlocução do público com o acervo de um museu com o objetivo de construir conhecimentos, despertar sensibilidades e incluir todos os públicos, proporcionando uma experiência enriquecedora para todos.

No sétimo capítulo, *Revivendo Memórias #EmCasa: uma experiência educativa do Museu do Futebol na pandemia*, Ialê Cardoso e Marcelo Continelli discorrem sobre as experiências de educação e de inclusão durante a pandemia, as quais possibilitaram ao Museu do Futebol a reinvenção de suas relações com os mais diversos públicos, rompendo barreiras impostas pelo distanciamento social com a proposição de projetos e ações inéditos, quebrando paradigmas da educação museal e inaugurando metodologias de acessibilidade. Por fim, o capítulo de Fernanda Moraes, intitulado *Educativo em (des)construção: como a Fundação Energia e Saneamento e os Museus da Energia em Rede*, reinventaram suas práticas para responder às necessidades urgentes do presente-pandêmico, e encontrar novos caminhos para o futuro, discute a atuação do Educativo da Fundação Energia e Saneamento, que articulou seus museus e redesenhou a atuação do setor a partir de pilares e eixos temáticos alinhados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Com diversas frentes de trabalho, seja por meio das redes sociais, ou de ações no território, apoiaram instituições, associações, artistas e grupos nas cidades onde os Museus da Energia se encontram.

Como fechamento do livro, Marcelo Continelli apresenta reflexões a respeito da pandemia e sua relação na produção do conhecimento e propõe um olhar para os impactos e os resultados deste momento específico em que se dá a realização deste livro.

Houve pequenos atrasos em relação à entrega de alguns dos textos, o que fez com que algumas etapas também fossem um pouco adiadas. Entendemos que isso faz parte do desafio da construção de uma obra coletiva como a que nos propusemos a realizar. Depois do encaminhamento da primeira versão dos respectivos textos para os organizadores, foram convidados dois leitores críticos (Amaury Brito e Janete Bridon) para realizar a leitura com foco na coerência das ideias e no conteúdo. Após essa etapa, o texto foi devolvido

para os autores, a fim de que realizassem os ajustes sugeridos pelos leitores críticos.

Paralelamente a esse processo foram iniciados os trâmites com o designer contratado, Fabio Machado, que apresentou uma proposta de capa, projeto gráfico e diagramação para o livro digital, os quais foram aprovados pelos organizadores. Uma vez entregue novamente os textos para nós, iniciamos a etapa de revisão técnica, visando os ajustes necessários à padronização das normas ABNT. Feita a revisão, o material foi entregue para o designer.

Concomitantemente a todos esses encaminhamentos, mantivemos diálogo próximo com a produtora editorial da EDUC, Sônia Montone, pelo meio da qual o livro será publicado. Todos os trâmites para solicitação da publicação já foram encaminhados e aprovados. O processo agora está na pauta do Conselho Editorial da EDUC que, segundo a Sônia, deverá se reunir em breve para validar o encaminhamento da publicação e liberar o ISBN e a ficha catalográfica. O arquivo do material já está mais do que pronto, aguardando apenas esses dados da EDUC.

Essa questão acima foi formalizada para Diretora do Grupo de Preservação do Patrimônio Museológico, Mirian Yagui, em e-mail enviado em 27.12.2021, para que fosse possível considerar a meta batida, com o livro pronto e em vias de publicação. O material produzido foi encaminhado para Mirian com o propósito de demonstrar sua total execução. Neste mesmo dia, tivemos seu aceite em relação a isso formalizado por e-mail também.

Por essa razão, não será possível apresentar aqui o link de acesso do material, o qual encontra-se disponível para auditoria. Reafirmamos o compromisso de disponibilizá-lo no próximo relatório.



Capturas de tela do livro *Diálogos em Campo*

2.5 PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP – PSISEM

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2021)

O Programa de Integração ao SISEM do Museu Futebol deu continuidade ao processo de fortalecimento e apoio as ações da Política Estadual de Museus de São Paulo, coordenada pelo Sistema Estadual de Museus. Nesta perspectiva foram oferecidas ações que visaram a orientação técnica e/ou formação de profissionais atuantes em outras instituições, a partir das práticas desenvolvidas pelo MLP. Cabe ainda destacar a formalização de parceria entre o MF e a representação regional do SISEM na capital paulista, ocorrida no segundo quadrimestre, que possibilitará o planejamento e desenvolvimento de ações conjuntas em favorecimento dos museus paulistanos.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
41	Workshop de captação de recursos [Virtual]	41.1	Meta-Produto	Nº de eventos realizados	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		41.2	Dado Extra	Nº de público virtual-participação	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	-	128
					ANUAL		128
42	Parceria com a Representação Regional do SISEM	42.1	Meta-Produto	Parceria firmada	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

Ação 41: Workshop de captação de recursos

Realizado no dia 29 de novembro, das 10h às 11h30, o curso **Captação de Recursos no Museu do Futebol**, teve objetivo de apresentar a gestores de museus do interior e do litoral de São Paulo a área de Desenvolvimento Institucional do IDBrasil, responsável pela gestão do Museu do Futebol e do Museu da Língua Portuguesa, instituições da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo.

O curso foi transmitido pelo YouTube no canal do Museu. A apresentação será conduzida pela coordenadora de Desenvolvimento Institucional, Carolina Bianchi, ao lado de Beatriz Aoki, Ariana Marassi e Luana Cavalcanti, que

também integram o núcleo e darão noções básicas para a estruturação de área de captação de recursos e parcerias.

Entre os temas abordados estiveram o modelo de gestão por Organização Social de Cultura; estabelecimento de patrocínios, parcerias e clientes para locação de espaços e/ou ativações no museu; leis de incentivo e editais; apresentações e propostas comerciais; gestão do relacionamento com patrocinadores e parceiros; prestação de contas e entrega de contrapartidas. Haverá emissão de certificado aos participantes. O evento online contou com a participação de 128 pessoas, incluindo profissionais de outros estados.



2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL - PCDI

MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2021)

Ao longo do ano, dentro do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, foi elaborado o Plano de Comunicação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), além de implementado o Módulo Educativo do site do Museu do Futebol, que passa a incorporar os materiais a princípio publicados no site <http://educar.museudofutebol.org.br>, criado emergencialmente no início da pandemia. No campo do Desenvolvimento Institucional, foram firmadas e mantidas parcerias nacionais e internacionais ao longo do ano, incluindo aquelas com veículos de comunicação e outras parcerias estratégicas. As parcerias de 2021 estão descritas neste Programa e os patrocínios firmados em 2021 estão relacionados no Programa de Gestão Museológica.

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral	Realizado
-----	-----------------	-----	------------------------	------------	------------------------	-----------

43	Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	43.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site	2º Quadrim	40.000	63.349
					3º Quadrim	60.000	136.798
					META ANUAL	100.000	200.147
					ICM	100%	100%
		43.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais	2º Quadrim	3.500	3.790
					3º Quadrim	7.000	7.980
					META ANUAL	10.500	11.790
					ICM	100%	100%
		43.3	Meta-Produto	Nº mínimo de posts publicados	2º Quadrim	320	295
					3º Quadrim	620	795
					META ANUAL	940	1.090
					ICM	100%	100%
44	Ações com influenciadores	44.1	Meta-Produto	Ações realizadas	2º Quadrim	1	2
					3º Quadrim	2	1
					META ANUAL	3	3
					ICM	100%	100%
45	Inserções na mídia	45.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de inserções na mídia	2º Quadrim	360	632
					3º Quadrim	720	1.196
					META ANUAL	1.080	1.828
					ICM	100%	100%
46	Módulo Educativo no site do Museu do Futebol	46.1	Meta-Produto	Módulo implementado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
47	Elaboração do Plano de Comunicação do CRFB	47.1	Meta-Produto	Plano elaborado	2º Quadrim	1	1
					3º Quadrim	-	-
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
48		48.1	Meta-Produto		2º Quadrim	3	3

	Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	48.2	Meta-Produto	Nº mínimo de novas parcerias estabelecidas com organizações nacionais	3º Quadrim	2	2
					META ANUAL	5	5
					ICM	100%	100%
				Nº mínimo de novas parcerias estabelecidas com organizações internacionais	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

Ação 43: Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

Meta 43.1: Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site

Ao longo do segundo semestre de 2021, o site do Museu do Futebol, hospedado no endereço www.museudofutebol.org.br, acumulou 190.756 visitantes únicos, e o dedicado a atividades educativas, na URL educar.museudofutebol.org.br, mais 9.391, totalizando 200.147 visitantes virtuais únicos no período, que correspondem ao primeiro ano do presente contrato. No quadrimestre, foram 129.414 visitantes únicos no site principal e mais 7.384 no educar, totalizando 136.798 visitantes virtuais no período. Importante sempre registrar que os dados correspondem à soma do número de visitantes únicos apurados mês a mês por meio da ferramenta Google Analytics².

O site foi mantido atualizado com programação, exposições, notícias e conteúdos educativos e do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB). Este último teve como novidade a tradução para inglês e espanhol dos artigos publicados, ampliando a possibilidade de localização do material por falantes dessas línguas.

Número de visitantes únicos – 3º QUADRIMESTRE DE 2021

² A apuração de todo o período em conjunto, e não a soma mês a mês, traria um número inferior do indicado neste relatório, pois um visitante que tenha voltado ao site em meses diferentes ao longo do período contaria apenas uma vez, e não a cada visita.

USUÁRIOS ÚNICOS NO MÊS	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL
Site principal	33.730	33.052	34.247	28.385	129.414
Educar	1.758	1.831	1.984	1.811	7.384
TOTAL	35.488	34.883	36.231	30.196	136.798

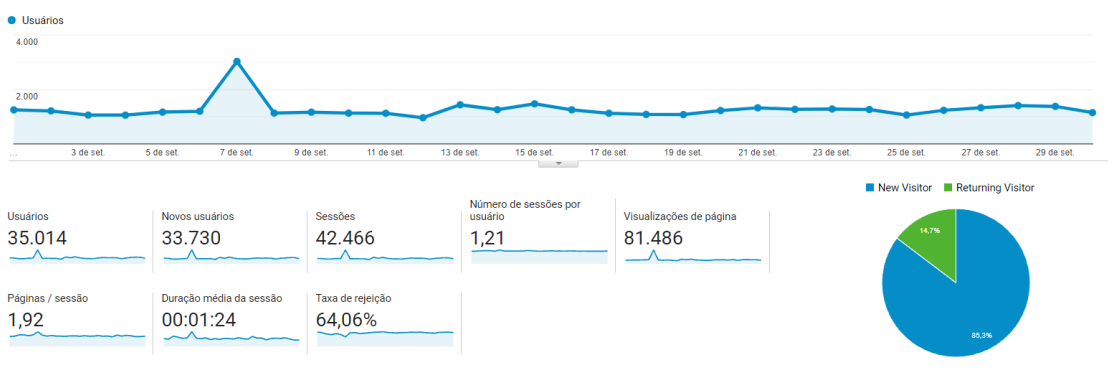
Número de visitantes únicos – ACUMULADO DE 2021

USUÁRIOS ÚNICOS NO MÊS	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADRI	TOTAL DO PERÍODO ³
Site principal	-	61.342	129.414	190.756
Educar	-	2.007	7.384	9.391
TOTAL	-	63.349	136.798	200.147

A comprovação do total de acessos mensais segue abaixo:

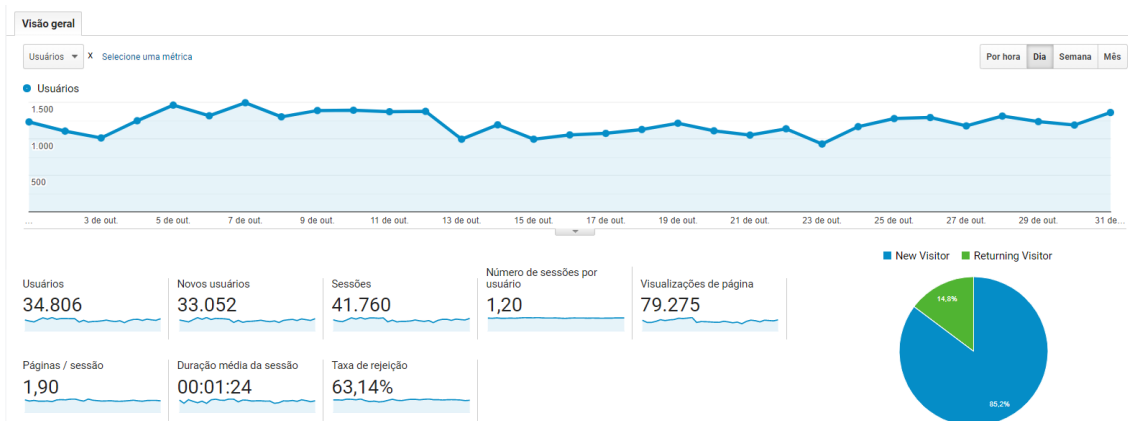
SITE www.museudofutebol.org.br

Setembro de 2021:

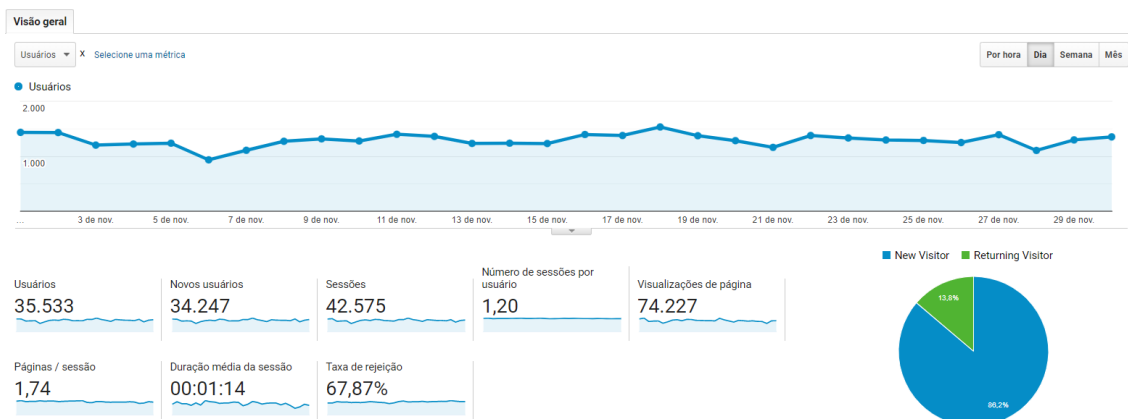


Outubro de 2021:

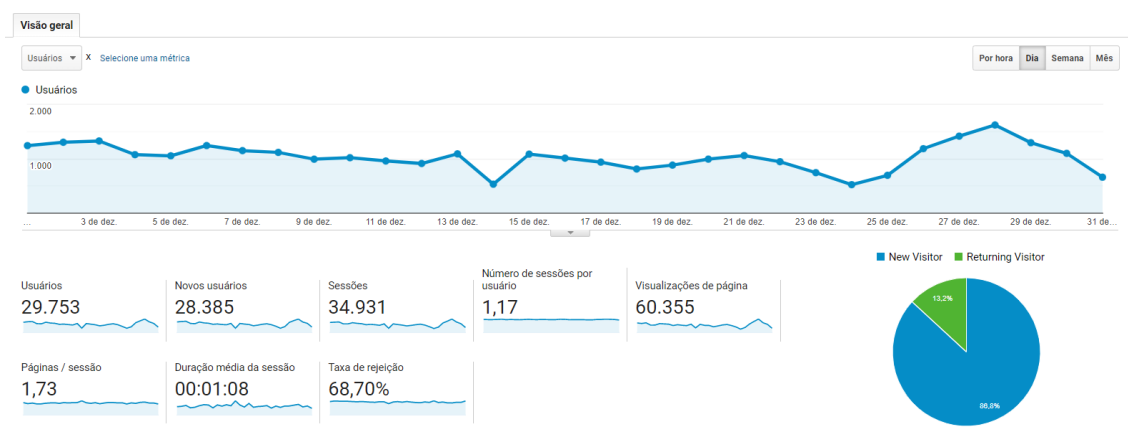
³ O contrato nº 03/2021, a que se refere este relatório, teve início em julho de 2021. Os dados do 2º quadrimestre, portanto, referem-se apenas a julho e agosto. Para os dados dos demais meses deste ano, consultar os relatórios trimestrais e anual do contrato anterior, nº 04/2016.



Novembro de 2021:

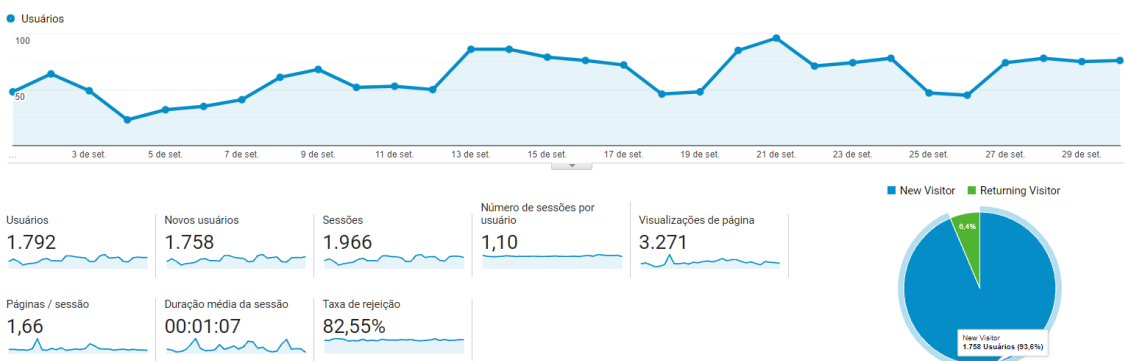


Dezembro de 2021:

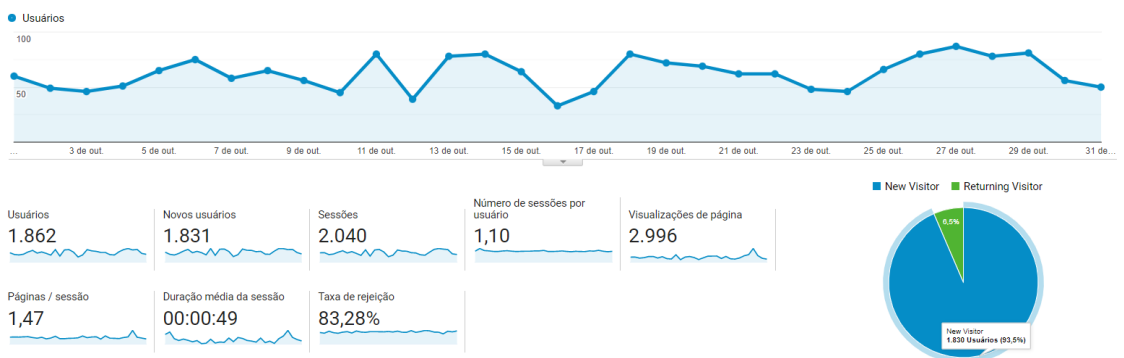


SITE educar.museudofutebol.org.br

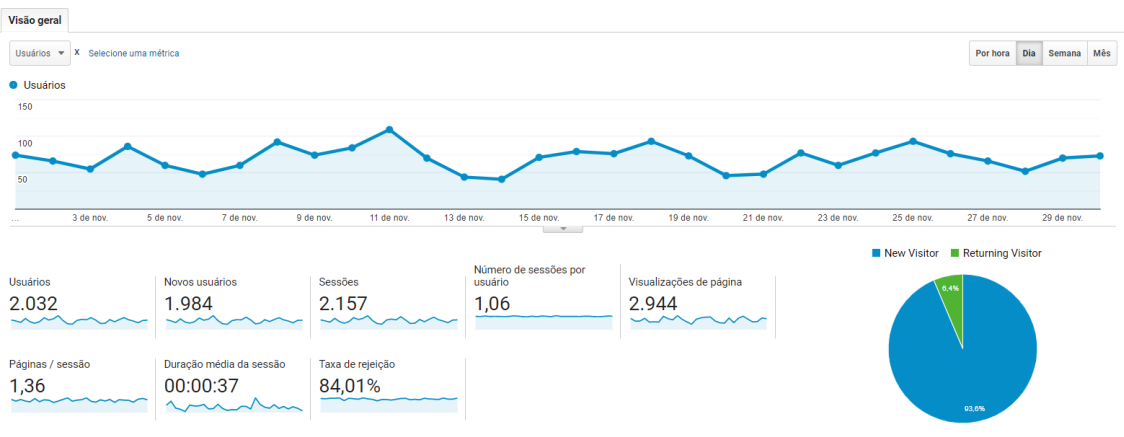
Setembro de 2021:



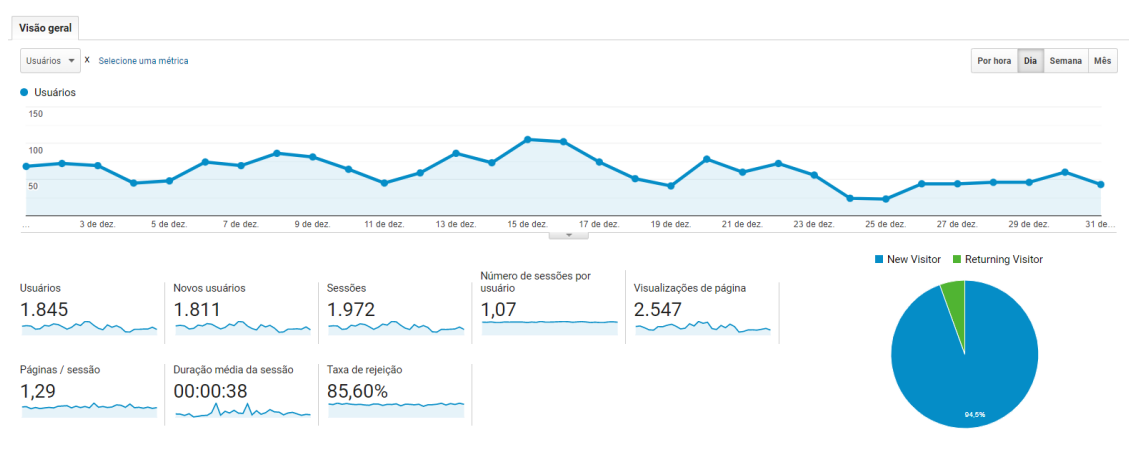
Outubro de 2021:



Novembro de 2021:



Dezembro de 2021:



Justificativa para a superação da meta:

O número de visitantes virtuais únicos para o período abarcado no presente relatório chegou a 200% da meta mínima prevista. Para isso, contribuiu de maneira fundamental a flexibilização dos protocolos sanitários de prevenção à Covid-19, que permitiu o retorno gradual dos públicos - ainda que em menor número - às visitas presenciais. Com isso, subiu também o número de buscas às informações de serviço oferecidas pelo site do Museu do Futebol, tanto orgânicas quanto impulsionadas pelo Google Ad Words - para o qual a instituição conta com um bônus sem custo.

As metas foram originalmente propostas no contexto de incertezas apresentado pela pandemia, sendo pensadas para um cenário mais conservador. Sua superação, no entanto, é desejável e não onera o contrato de gestão.

Ação 43: Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

Meta 43.2: Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais

Ao longo do período abarcado por este contrato de gestão em 2021, as redes sociais do Museu do Futebol ganharam 11.770 novos seguidores, sendo 1.906 apenas no último quadrimestre (de setembro a dezembro). Com isso, o número total de seguidores da instituição chegou a 176.796 no último dia do ano, com o crescimento do período todo (julho a dezembro) correspondendo a um acréscimo de 7,1%.

Três redes tiveram maior destaque em número absoluto de novos usuários - Facebook, Twitter e Instagram. Porém duas novas frentes iniciadas em 2021 começam a dar resultados - o LinkedIn, onde são postadas vagas de trabalho e informações de interesse profissional, e o TikTok, plataforma de vídeos curtos mais acessada por jovens. Juntas, as duas redes corresponderam a 20% do número total de novos seguidores do Museu do Futebol.

Novos seguidores em redes sociais – 3º QUADRIMESTRE

Rede social/ Novos seguidores	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Facebook	860	805	483	554	2.702
Instagram	349	587	596	457	1.989
Twitter	301	329	551	491	1.672
YouTube	123	84	82	43	332
Linkedin	124	169	176	206	675
Spotify	5	5	-92	99	17
TikTok	-11	-1	549	56	593
Total	1.751	1.978	2.345	1.906	7.980

Seguidores em redes sociais – ACUMULADO DE NOVOS SEGUIDORES NO ANO E NÚMERO TOTAL DE SEGUIDORES AO FIM DO PERÍODO

Rede social/ Novos seguidores	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADRI	ACUMULADO DO PERÍODO ⁴	NÚMERO TOTAL DE SEGUIDORES (em 31/12/2021)
Facebook	-	931	2.702	3.633	95.306
Instagram	-	1.333	1.989	3.322	36.246
Twitter	-	940	1.672	2.612	32.093
YouTube	-	294	332	626	8.956
Linkedin	-	93	675	768	1.009
Spotify	-	199	17	216	1.056
TikTok	-	1.015	593	1.608	2.130
Total	-	3.790	7.980	11.770	176.796

⁴ O contrato nº 03/2021, a que se refere este relatório, teve início em julho de 2021. Os dados do 2º quadrimestre, portanto, referem-se apenas a julho e agosto. Para os dados dos demais meses deste ano, consultar os relatórios trimestrais e anual do contrato anterior, nº 04/2016.

No período compreendido entre setembro e dezembro, tem destaque o crescimento alcançado pelo TikTok, rede social de adesão mais recente entre as utilizadas pelo Museu do Futebol. O vídeo publicado teve como objetivo informar sobre a programação gratuita do Museu do Futebol às terças-feiras, além de fazer uma breve imersão nas salas da exposição.



Print do vídeo destaque no Tiktok



Resultados do vídeo

Com os bons resultados alcançados – e a partir do pedido de vários usuários nas redes sociais para ampliar o acesso ao conteúdo gerado –, a equipe de Comunicação do IDBrasil decidiu compartilhar a gravação em outras redes, como no Instagram em formato de Reels.

Outro destaque foram os bons resultados no LinkedIn, uma rede social até então pouco explorada pelo Museu do Futebol. A equipe de Comunicação do IDBrasil decidiu compartilhar informações institucionais e internas do Museu do Futebol a fim de humanizar e aproximar os seguidores. Um exemplo foi a saída de uma das colaboradoras, que buscamos mostrar tamanha importância de fazermos parte de suas decisões e o agradecimento pelo trabalho exercido na instituição.

Buscamos informar a abertura de processos seletivos do Museu do Futebol de uma forma menos formal para alcançar diversos públicos.



Publicação no Reels do Instagram



Resultados da publicação

Justificativa para a superação da meta:

O IDBrasil propôs como meta a aquisição de 10.500 novos seguidores entre julho e dezembro de 2021, e concluiu o período com 11.790 novos seguidores, ou 12% acima do previsto. O resultado pode ser atribuído à exploração das duas novas redes ativadas mais recentemente – LinkedIn e TikTok. A superação da meta é desejada, pois amplia e diversifica o público virtual do Museu.

Ação 43: Posts nas redes sociais

Meta 43.3: N° mínimo de posts publicados

Esta meta foi proposta pelo IDBrasil para oferecer à Secretaria uma maneira de aferir o volume de publicações nas redes sociais do Museu do Futebol, de maneira a proporcionar a avaliação da consistência e frequência do trabalho realizado. No período abarcado no presente contrato, foram publicados 1.090 conteúdos em todas as plataformas, média de seis publicações por dia, incluindo fins de semana e feriados. No quadrimestre especificamente, foram 795 conteúdos, aumentando a média para 6,6 conteúdos por dia no período.

O detalhamento está nas tabelas abaixo. Observe-se que, no caso do Spotify, os números informados incluem não apenas os seguidores do perfil principal, mas também especificamente dos podcasts “Audioguia Mulheres do Futebol” e “O Mundo é uma Bola” (este, em parceria com a Rádio CBN).

Posts publicados em redes sociais – 3º QUADRIMESTRE

Rede social/ Nº de posts publicados	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Facebook	44	51	58	50	203
Instagram	42	49	50	49	190
Twitter	59	114	127	60	360
Linkedin	5	10	3	4	22
Spotify	4	4	4	4	16
TikTok	0	0	3	1	4
Total	154	228	245	168	795

**Posts publicados em redes sociais
RESUMO DO PERÍODO POR QUADRIMESTRE**

Rede social/ Nº de posts publicados	1º QUADR I	2º QUADR I	3º QUADR I	TOTAL DO PERÍODO*
Facebook	-	89	203	292
Twitter	-	78	190	268
Instagram	-	116	360	476
Linkedin	-	0	22	22
Spotify	-	9	16	25
TikTok	-	3	4	7
Total	-	295	795	1.090

Um destaque temático ao longo do período foram os eventos que aconteceram no Auditório do Museu, como o lançamento dos livros "WLADIMIR - O Capitão da Democracia Corinthiana" e o "Almanaque dos Craques", com participação de ex-jogadores. Ainda entre o final de novembro e o começo de dezembro, o Museu também investiu nos conteúdos em homenagem aos 45 anos da "Invasão Corinthiana" com entrega de livro e DVD, e a exibição do documentário em parceria com o CINEFOOT – que também serviu como mote para uma ação com influenciadores, como se verá adiante.

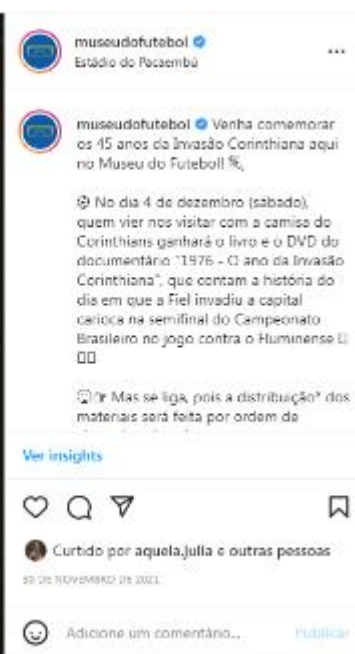
Abaixo, compartilhamos alguns dos posts de maior destaque ao longo do quadrimestre:

Facebook



Instagram







Twitter

Museu do Futebol @museudofutebol
Hoje o nosso #TBT vai falar de um cara que foi pioneiro: Nelson da Conceição!

Titular do Vasco da Gama aos 19 anos, foi o primeiro grande goleiro da história vascaína. Aos 24 anos, tornou-se o primeiro negro a ser campeão carioca da 1ª divisão na posição. pic.twitter.com/LN4lt6ck5V

Impressões	11.595
Total de engajamentos:	433
Favoritos	177
Expansões de detalhes	128
Engajamentos com mídia	59
Retweets	44
Cliques em perfis	23
Respostas	2

Museu do Futebol @museudofutebol
Na sexta, 10h, será lançado o Relatório Anual da Discriminação Racial 2020 do @ObRacialFutebol, com participação virtual de convidados ilustres!

O evento integra a programação da mostra "Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa" e será transmitido pelo Facebook e YouTube. pic.twitter.com/s4af7qj1BJ

Impressões	12.950
Total de engajamentos:	281
Favoritos	105
Engajamentos com mídia	87
Expansões de detalhes	40
Retweets	34
Cliques em perfis	15



Museu do Futebol @museudofutebol
CARTA PARA FORMIGA

Olha, Formiga, você pode até parar de jogar pela Seleção Feminina, mas aqui no Museu do Futebol, já está decidido: você vai continuar jogando pra sempre.
pic.twitter.com/4eovHYxYfj

Impressões 84,943

Total de engajamentos: 3.165

Engajamentos com mídia	1.191
Favoritos	1.043
Expansões de detalhes	569
Retweets	253
Cliques em perfis	100
Respostas	7
Segue	1
Cliques no link	1



Museu do Futebol @museudofutebol

Se você já veio aqui no Museu do Futebol provavelmente já passou por debaixo desse teto de bandeiras. Essa instalação fica perto da biblioteca e é quase impossível descer a escada rolante sem olhar para o alto. 🏴󠁧󠁢󠁥󠁮󠁧󠁿🏴󠁧󠁢󠁥󠁮󠁧󠁿🏴󠁧󠁢󠁥󠁮󠁧󠁿

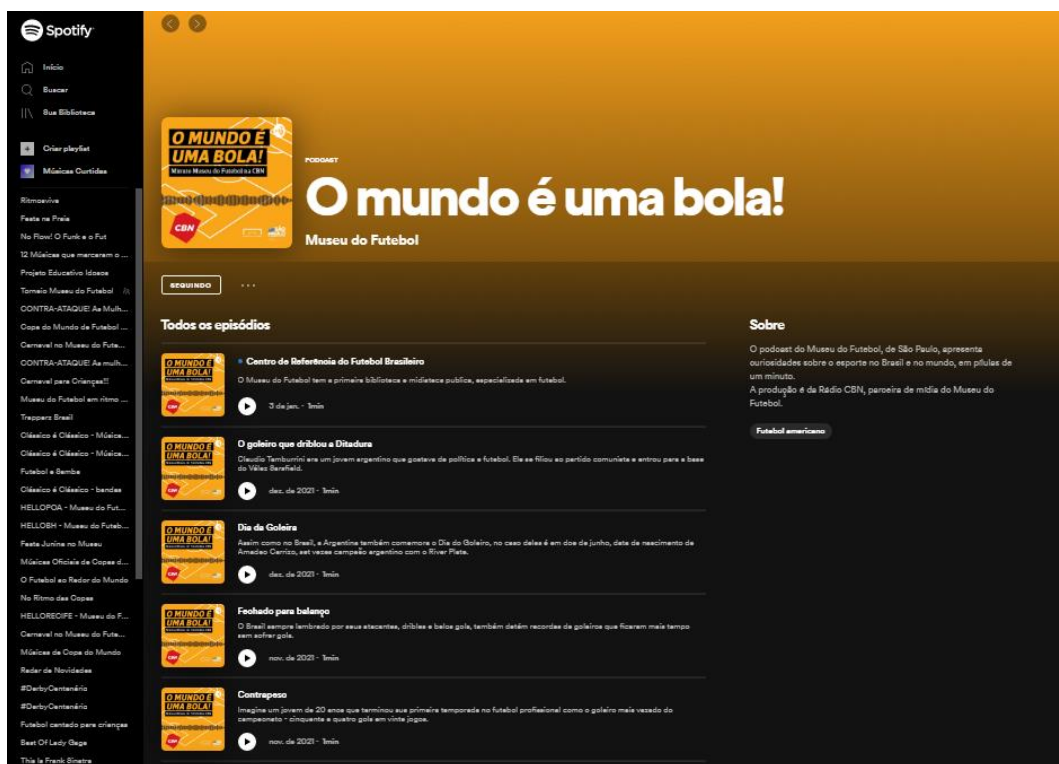
Aproveite o recesso e venha fazer uma visita!
pic.twitter.com/vi7TiyWk5oM

Impressões 7.397

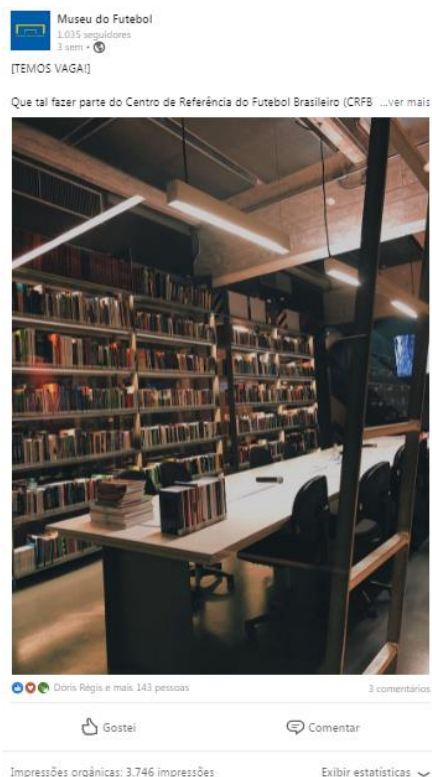
Total de engajamentos: 304

Engajamentos com mídia	134
Favoritos	89
Expansões de detalhes	37
Cliques em perfis	33
Retweets	10
Respostas	1

Spotify (Podcast O Mundo é uma Bola – parceria da CBN)



LinkedIn



TikTok



Justificativa para a superação da meta:

O plano de trabalho proposto pelo IDBrasil indicou a publicação de 940 conteúdos ao longo do primeiro ano do contrato (julho a dezembro), sendo que foram efetivamente publicados 1.090 conteúdos ao longo do período. A meta foi superada em 116%. A meta, conforme indicado acima, foi proposta para garantir uma frequência mínima de publicações. Sua superação, portanto, é desejável, e não onera o contrato de gestão.

Ação 44: Ações com influenciadores

Meta 44.1: N° de ações realizadas

O IDBrasil realizou três ações com influenciadores ao longo do período compreendido no período coberto por este relatório anual (julho a dezembro). No quadrimestre, foi realizada uma ação, que teve reflexo direto no aumento de público presencial.

O gancho foi a data de 5 de dezembro, que marcava os 45 anos da “Invasão Corinthiana” ao estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro, um episódio marcante na história do clube. Nessa ocasião, o museu ofereceu aos torcedores que viessem visitar o espaço vestidos com a camisa do time aniversariante um kit com o livro e o DVD “1976: O Ano da Invasão Corinthiana”.

Também em parceria com o Festival de Cinema de Futebol Cinefoot e a Produtora de Filmes Canal Azul, o museu exibiu o documentário no auditório e ao final da apresentação tivemos uma roda de conversa com o ex-craque do timão Zé Maria. O bate-papo foi transmitido ao vivo através do canal do Museu no YouTube.

Para mobilizar o público, a estratégia elaborada pela equipe de comunicação foi mobilizar as redes de influenciadores do Corinthians. Foram enviados *presskits* a quatro personalidades identificadas com o clube, que foram instruídas a compartilhar em seus perfis do Instagram e Twitter convidando as pessoas para a ação.

Marília Ruiz (95,4 mil seguidores no Instagram e 68,2 mil seguidores no Twitter), Nayara Perone (10,3 mil seguidores no Twitter), Luis Butti (15,5 mil seguidores no Instagram e 31,8 mil seguidores no Twitter) e Identidade Corinthiana (70 mil seguidores no Instagram) foram alguns dos parceiros na ação que juntos totalizam mais de 191,1 mil seguidores.

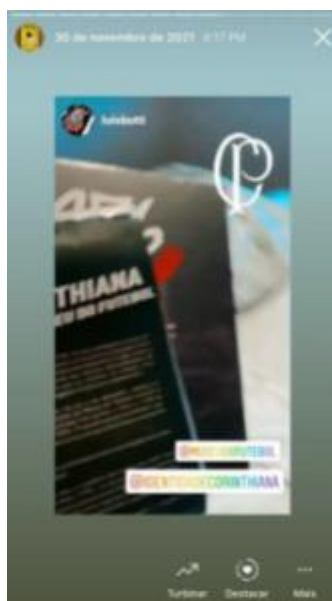
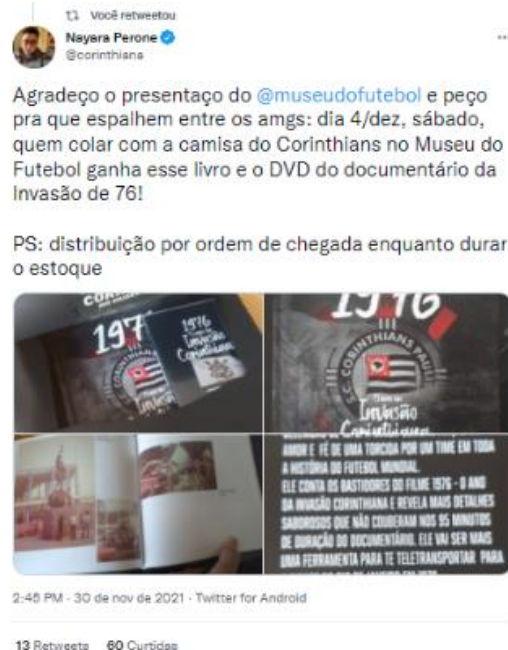
Como resultado, os posts sobre a ação ultrapassaram 10.450 pessoas alcançadas. Os stories relacionados à ação estão entre os que mais tiveram visualizações no período.

Abaixo, posts dos influenciadores, compartilhados no perfil do Museu do Futebol e, em seguida, os posts dos visitantes que atenderam à divulgação da promoção, compareceram e marcaram o Museu do Futebol no dia da "Invasão Corinthiana".

A seguir, compartilhamos os prints com alguns dos posts publicados pelos influenciadores.









Ação 45: Inserções na mídia

Meta 45.1: N° mínimo de inserções na mídia

Entre setembro e dezembro de 2021, o Museu do Futebol foi mencionado em pelo menos 1.196 matérias na imprensa, conforme detalhamento na tabela abaixo, resultado do trabalho proativo da equipe de Comunicação do IDBrasil, mantendo aquecido o relacionamento com a imprensa. No total do período correspondente a este contrato, foram publicadas 1.828 matérias com menções ao Museu do Futebol.

Contribui para estes resultados a renovação dos serviços, o contato próximo com profissionais de imprensa focados em esportes, especialmente nas TVs,

além da renovação de mailing e disparo de releases, garantindo o alcance a diferentes jornalistas e nichos da mídia brasileira. A equipe do IDBrasil também tem atuado para se aproximar de profissionais de mídia não tradicional, especialmente de produtores e apresentadores de canais de YouTube, a fim de diversificar o potencial de alcance do museu a públicos que consomem informação preferencialmente pela internet.

Matérias publicadas – 3º QUADRIMESTRE

Tipo de mídia	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Impresso	13	12	8	14	47
Web	234	235	408	225	1.102
TV	13	3	3	3	22
Rádio	6	3	8	7	24
Outros	0	0	1	0	1
Total	266	253	428	249	1.196

Matérias publicadas – ACUMULADO DO ANO

Tipo de mídia	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADRI	TOTAL DO ANO
Impresso	-	22	47	69
Web	-	597	1.102	1.699
TV	-	6	22	28
Rádio	-	7	24	31
Outros	-	0	1	1
Total	-	632	1.196	1.828

Em setembro, reportagens sobre o projeto Revivendo Memórias, que integra o Programa Museu Amigo do Idoso e atende pacientes com Alzheimer, ganhou grande espaço na imprensa, inclusive em programas prestigiados como o **Fantástico, da TV Globo**, e o jornal **O Estado de S.Paulo**. Também repercutiu a programação da instituição na 15ª Primavera dos Museus, junto com matérias sobre o aniversário do Museu do Futebol, comemorado em 29 de setembro.

No feriado de 7 de setembro, uma terça-feira em que o Museu do Futebol ficou aberto ao público até as 21h, com entrada gratuita, entradas ao vivo no programa Bom Dia São Paulo, da TV Globo tiveram impacto direto sobre o público – mais de 2.637 pessoas visitaram o museu na data.

Em outubro, o Museu do Futebol foi escolhido para sediar o lançamento do Relatório da Discriminação Racial no Futebol 2020, feito pelo Observatório da

Discriminação Racial no Futebol, parceiro do museu na exposição temporária “Tempo de Reação – 100 anos do goleiro Barbosa”. E foi destaque a programação do Dia das Crianças, chamada de “Panini Day”, além de citações ao Museu do Futebol em reportagens sobre sugestões e dicas de passeios em São Paulo.

Ainda em outubro, a parceria do Museu do Futebol para levar a exposição “Tempo de Reação – 100 anos do goleiro Barbosa” ao Metrô Clínicas também foi publicada por diversos veículos, assim como a participação da instituição na ExpoDubai 2021.

Em novembro, a imprensa destacou a participação do Museu no Seminário “Agora é com elas”, que celebrou os 30 anos da primeira Copa do Mundo de Futebol Feminino da FIFA. Também foi amplamente citada na mídia a visita do jogador corinthiano Danilo Avelar junto com a influenciadora Winnie Bueno para que ele pudesse aprender sobre a causa antirracista a partir da exposição “Tempo de Reação – 100 anos do goleiro Barbosa”.

O museu ainda foi citado em centenas de matérias como dica de passeio cultural no Dia da Consciência Negra, em 20 de novembro. Foram destaques também a retomada das visitas educativas em grupo e o retorno da programação cultural presencial.

Em dezembro, o Museu do Futebol esteve na mídia com a ação intitulada “Invasão Corinthiana no Museu do Futebol”, em comemoração aos 45 anos do dia em que a Fiel invadiu o Rio de Janeiro para acompanhar o Corinthians; como parte integrante da programação do CINEFOOT; e como sede dos lançamentos dos livros “Wladimir – O capitão da Democracia Corinthiana” e o “Almanaque de Craques do Santos”.

A instituição seguiu sendo mencionada de maneira neutra em matérias referentes à reforma do Estádio do Pacaembu e à realização de eventos no Auditório do Museu do Futebol, como a divulgação do anel dado ao craque da Copa Libertadores 2021.

Para completar, neste quadrimestre o Museu do Futebol foi palco de importantes filmagens de documentários para grandes plataformas, como o documentário de Walter Casagrande para a Globoplay, do Romário para a HBO, da Sissi para a FIFA+, do Ronaldo para a RMC Sport e da Copa do Mundo de 2022 para a TVFIFA.

Abaixo, alguns destaques da divulgação na imprensa:



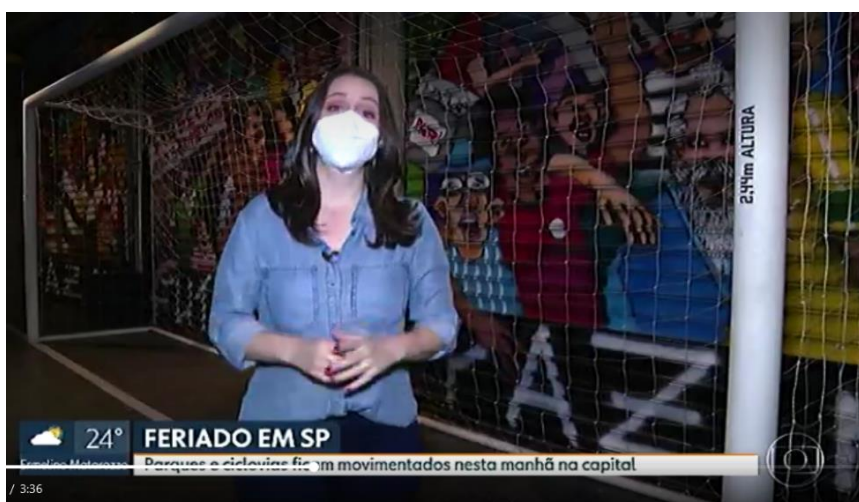
TV Globo – Fantástico – 26/09/2021



TV Globo - Jornal Nacional – 12/11/2021



TV Globo – Bom Dia São Paulo – 07/09/2021



TV Globo – SPTV1– 07/09/2021

ESPORTES

Museu do Futebol amplia projeto que dá 'vida nova' às lembranças dos idosos

Gaúcha Zero Hora – 01/09/2021



Band Esporte Clube – 12/09/2021



R7 – Domingo Espetacular – 12/09/2021



Gazeta Esportiva – 21/09/2021

MUSEUS

Programação de primavera

A 15ª Primavera dos Museus, iniciativa da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do governo de São Paulo, apresenta exposições, filmes, vídeos e ações online em torno do acervo das instituições da capital e do interior. Ao todo, são 700 instituições participantes. Com o tema Museus: Perdas e Recomeço, a programação vai até domingo (26). Confira os destaques:

Vídeos

O Memorial da Resistência de São Paulo exibe sábado (25), às 10h, o vídeo *Arquivos da ditadura: luta e resistência em Perus*, com vídeos que tratam das memórias de resistência e repressão no bairro; memorialdaresistencia.org.br. Já o Museu do Futebol tem até domingo (26) em sua programação o documentário *Jogando em casa: nossas memórias do isola-*

mento, com relatos de funcionários do museu sobre o trabalho remoto durante a pandemia; museudofutebol.org.br.

Exposições

O Museu da Casa Brasileira está com cinco exposições em cartaz até domingo (26): *Jean Gillon: artista-designer*; *Bernardo Figueiredo: designer e arquiteto brasileiro*; *A Casa e a Cidade: coleção Crespi-Prado*; *Vitrine Utensílios da*

Cozinha Brasileira; e *Remanescentes da Mata Atlântica & Acervo MCB*. Além disso, realiza uma oficina de desenho via Zoom no sábado (25), das 10h às 18h. Inscrições pelo mcb.org.br.

Dança

O Museu do Café, em Santos, terá duas apresentações de dança flamenca no sábado (25), às 14h e 16h. Não é necessária inscrição prévia; museudocafe.org.br.



ANDRÉ NAZARETH

Bernardo Figueiredo. Mostra termina no domingo

O Estado de S.Paulo – 24/09/2021

Casos de racismo no futebol caem em ano sem público nos estádios

Por outro lado, relatório do Observatório Racial mostra que episódios na internet cresceram

Folha de S.Paulo – 07/10/2021

esporte

ESPORTE
AO VIVO

8h15 GP da Turquia (treino livre)
Fórmula 1, BANGSPORTS

15h Indian Wells
Tênis, ESPN

21h30 Coritiba x Cruzeiro
Série B, SPORTV

Casos de racismo no futebol caem em ano sem público nos estádios

Por outro lado, relatório do Observatório Racial mostra que episódios na internet cresceram

João Gabriel

SÃO PAULO Os registros de casos de racismo no futebol brasileiro caíram 54% em 2020, na comparação com 2019, segundo o novo Relatório Anual da Discriminação Racial no Futebol, do Observatório Racial do Futebol, ao qual a Folha teve acesso.

O documento será lançado oficialmente nesta sexta-feira (8), às 18h, no Museu do Futebol, em São Paulo, em evento virtual com transmissão pelo Facebook e pelo YouTube.

O levantamento do Observatório aponta 31 casos de discriminação racial em 2020. Em 2019, foram 67.

"Alguém poderia dizer, então, que o Brasil está menos racista. Existiu uma campanha que conscientizou a população? Não, foram simplesmente os jogos sem torcida. A diminuição dos números não acontece por um cenário positivo de alguma ação efetiva de combate ao racismo", afirma a Folha Marcelo Carvalho, diretor da entidade.

Isso não quer dizer que torcidas ou torcedores sejam em grande parte racistas, mas esses dados refletem um problema social maior, ele analisa.

Neilton de Souza Ferreira Junior, do grupo de estudos olímpicos da USP, acrescenta que o futebol tem uma estrutura, criada a partir de suas instituições, tolerante ao racismo.

Ele entende que a solução não é afastar os torcedores, mas trazê-los para a discussão.

"A solução não é criminalizar. Precisamos de cidadãos que saibam a necessidade de modificar esse produto cultural [o futebol] para que ele se torne cada vez mais humano e as relações se tornem recíprocas. A relação de consumidor e mercadoria favorece o racismo, porque temos a alienação entre o ser humano atleta e o ser humano torcedor", afirma.

Ele lembra que as torcidas são, historicamente, largas à margem do processo de construção do futebol. E que o tratamento desumano também desumaniza quem torce.

"Torcidas desrespeitadas e afastadas do processo de interação não podem ser consideradas a causa principal do racismo", diz.

"Precisamos pensar como radicalizar a democratização do espaço do futebol, humanizar esse grupo social e fazê-lo compreender que atleta é tão humano quanto ele, mesmo que seja adversário no campo", completa.

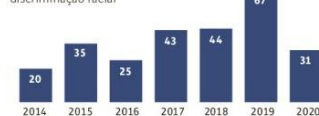
Marcelo Carvalho pondera que, ao mesmo tempo que a maior parte dos casos de racismo vem das arquibancadas (51% em 2019), é também resultado de movimentos de torcedores a vanguarda das mudanças sociais no esporte.

Exemplos disso são grutações, como a Coligay e o Orgu-

Casos de racismo no futebol brasileiro em 2020



Histórico de casos de discriminação racial



Fonte: Relatório Anual da Discriminação Racial no Futebol de 2020

Ihe Vermelho, de Grêmio e Internacional, respectivamente, além de outros, como a Grupa, do Atlético-MG, ou o Movimento Popular Coral, da Santa Cruz, que têm se reunido com a direção de seus clubes para debater pautas de inclusão e combate ao preconceito.

O Observatório também contabilizou, em 2020, 12 casos de LGBTfobia no futebol brasileiro, 11 de machismo e 4 de xenofobia. O levantamento também analisa episódios em outros esportes e fora do país.

Questionado se os movimentos contra o racismo que marcaram o esporte mundial no último ano poderiam também ter influenciado na queda de casos, Carvalho diz não acreditar nisso e aponta que o futebol brasileiro vive numa realidade diferente da que se situa o esporte no mundo.

"Parece que tudo o que aconteceu não aconteceu no Brasil. A gente vê os clubes fazendo ações isoladas, não algo organizado em termos de ações práticas, mesmo sendo



Precisamos pensar como radicalizar a democratização do espaço do futebol, humanizar esse grupo social e fazê-lo compreender que o atleta é tão humano quanto ele, mesmo que seja adversário no campo

Neilton de Souza Ferreira Junior
pesquisador do grupo de estudos olímpicos da USP

o país com mais negros fora da África. Parece que o racismo não chegou no futebol, isso me deixa assustado. Quem comanda o futebol brasileiro não conseguiu perceber a necessidade de usar o futebol para falar sobre racismo."

Já Neilton de Souza Ferreira Junior concorda que ainda é muito cedo para saber se a queda nos registros de fato representa uma maior consciência sobre o tema, mas entende que há ao menos uma aparente mudança.

"Vimos o crescimento de manifestações antirracistas vindo da comunidade esportiva, vindo inclusive das torcidas, com atletas protagonizando situações importantes do ponto de vista simbólico. O impacto futuro disso é difícil de ver do ponto de vista imediato", opina.

Em 2020, em razão da pandemia, estádios deixaram de receber público em março. O futebol chegou a ser suspenso e retomado no início do segundo semestre, mas de arquibancadas vazias.

Mesmo assim, olhando estritamente para os casos que aconteceram nos estádios, aqueles nos quais o acusado de agressão é um torcedor representam quase 50% do total.

No geral, torcedores respondem por 64% dos casos de discriminação racial. Apesar da queda nos números com a ausência de público, houve crescimento de episódios na internet. As ocorrências no ambiente virtual passaram de 10% em 2019 para 33% em 2020.

"E são só os casos que ganharam a mídia. Porque, se formos olhar as redes, não precisa nem de lupa, a gente vê que os casos de racismo na internet são muito mais numerosos que isso", diz Carvalho.

Junior diz ainda que há diversos caminhos para combater o racismo no esporte, como aumentar a presença de negros e negras em postos de comando do futebol - existe, por exemplo, um projeto de lei sobre isso paralisado no Congresso.

Carvalho ainda aponta que as punições nos casos de racismo são brandas no Brasil e que é importante olhar além do profissional, sobretudo para a base - em 2020, foram três casos em jogos de menores de 20 anos - para debater a questão na formação dos atletas.

Folha de S. Paulo - 07/10/2021

Com a pandemia, casos de racismo no futebol brasileiro caem em 2020, mas voltam a crescer em 2021, diz relatório

Globo Esporte - 08/10/2021

Panini Day: Museu do Futebol receberá diversas atrações gratuitas no Dia das Crianças

by Sampa com Crianças on 08/10/2021 at 14:43 in Esporte, Exposição, Gratuito

Visando aproximar colecionadores e fortalecer sua comunidade, a Editora Panini, líder no segmento de colecionáveis, realizará o próximo "Panini Day", no dia 12 de outubro, das 10 às 17h, em parceria com o Museu do Futebol, instituição da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo. Com desafios e jogos que garantirão a diversão dos colecionadores, o evento é gratuito, ocorre na Praça Charles Miller e é uma ótima oportunidade de fazer novos amigos com interesses em comum, em espaço adequado para atender aos protocolos de combate à Covid-19.

Sampa com Crianças- 08/10/2021



Band News – 12/10/2021

Museu do Futebol homenageia goleiro Barbosa em exposição no metrô



UOL – 18/10/2021

ARTES E ESPETÁCULOS

Instituições culturais do Estado se apresentam na Expo Dubai

São Paulo Companhia de Dança, Brasil Jazz Sinfônica e Museu do Futebol participam do mega evento internacional durante a São Paulo Expo Week

DE SÃO PAULO 28/10/2021 • 13:51:39 | ATUALIZADO EM: 29/10/2021 • 11H36

Siga o [sbtinterior.com](https://www.sbtinterior.com) no Google News

SBT Interior – 28/10/2021



Gazeta Esportiva – 04/11/2021

Danilo Avelar vai ao Museu do Futebol e visita exposição antirracista: 'Aprendi muita coisa'

Após cometer ato racista em junho deste ano, jogador que ainda tem contrato com o Corinthians, tem buscado aprendizado sobre o tema com a pesquisadora Winnie Bueno

Diário Lance! – 06/11/2021

Dia da Consciência Negra: Museu do Futebol distribui biografia de Djalma Santos aos visitantes

Terra – 17/11/2021

AGENDA

Museu do Futebol reúne voluntários para maratona de edição da Wikipédia sobre goleiros e goleiras – Portal Aberje



BY MEIO & NEGÓCIO – 17 DE NOVEMBRO DE 2021

NENHUM COMENTÁRIO

3 MINS READ

Meio e Negócio – 17/11/2021

Ela mudou a forma como o Brasil vê Barbosa. Ao L!, diz: 'Quero muito mais, mas estou muito realizada'

Com vínculos de amor e luta frequente, Tereza Borba, filha do histórico goleiro do Vasco, se empenhou nas últimas décadas para alterar a história contada sobre o grande homem

Diário Lance! – 20/11/2021

BOLA O Museu do Futebol, em SP, fará uma reformulação e atualização de sua exposição principal. A instituição convidou o ex-jogador Raí, a escritora Milly Lacombe e o poeta Sergio Vaz para compor um comitê curatorial coordenado pelo jornalista Marcelo Duarte. O grupo contribuirá com ideias para o projeto que deve trazer mais destaque para o futebol feminino e de várzea.

Folha de S.Paulo – Coluna da Mônica Bergamo – 23/11/2021



Divulgação/Museu do Futebol

Vai Corinthians! Museu do Futebol exhibe filme “1976 – O ano da Invasão Corinthiana” e bate-papo com Zé Maria, ex-jogador do clube

São Paulo Para Crianças – 01/12/2021

Museu do futebol promove evento para comemorar aniversário da "Invasão Corinthiana"

O Fluminense – 02/12/2021

“WLADIMIR - O Capitão da Democracia Corinthiana”, livro de Hélio Alcântara, será lançado dia 11 de dezembro, no Museu do Futebol

Obra narra a história do jogador que mais vezes vestiu a camisa do S.C. Corinthians Paulista

Gazeta da Semana – 07/12/2021



Gazeta Esportiva – 08/12/2021

Férias de dezembro: Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa têm mostras temporárias e atividades para toda a família

Redação 16 days ago eventos

Os dois museus ficam abertos de terça a domingo, de 9h a 18h; Museu do Futebol tem entrada gratuita às terças, já o Museu da Língua é grátis aos sábados



Jornal Web Digital – 08/12/2021

Com ídolos do Santos, Museu do Futebol promove sessão de autógrafos de livro

UOL – 15/12/2021



Gravação da TVFIFA com o técnico Felipão – 17/12/2021

Justificativa para a superação da meta:

O IDBrasil propôs como meta a publicação de 1.080 matérias com menções ao Museu do Futebol no período de julho a dezembro de 2021, tendo identificado a publicação de 1.828 matérias – índice 69% acima do previsto.

A equipe avalia que a superação da meta teve três motivos principais: resultado do trabalho proativo de relacionamento com a imprensa; manutenção de uma ferramenta de clipping (monitoramento de publicações) de qualidade; menções provocadas por terceiros, como por exemplo, matérias sobre a concessão do Estádio do Pacaembu ou sobre eventos realizados nos espaços do Museu mediante cessão onerosa, e que acabam citando a instituição – principalmente no segundo quadrimestre.

De toda forma, a superação da meta é altamente desejável, pois contribui para a boa reputação do Museu do Futebol, e não onera o contrato de gestão.

Ação 46: Módulo Educativo no site do Museu do Futebol

Meta 46.1: Módulo implementado

A equipe de Comunicação do IDBrasil implementou um módulo voltado especificamente para conteúdo produzido pelo Núcleo Educativo do Museu em seu site institucional (www.museudofutebol.org.br), em dezembro de 2021. A proposta é concentrar todo o material no mesmo sítio, tornando, aos poucos, desnecessária a manutenção do <http://educar.museudofutebo.org.br>, criado emergencialmente durante a pandemia.

O módulo educativo é composto de três elementos básicos: (1) uma área em destaque na homepage do site, em que é possível customizar os conteúdos, segundo a necessidade do momento. (2) Uma landing page que se inicia com uma área de destaque interna, também customizável, seguida da lista completa dos conteúdos publicados, que podem ser categorizados em (a) Dente de Leite; (b) Jogos e Desafios; (c) Oficinas; e (d) Publicações Educativas. Ao acessar a *landing page*, o usuário pode optar por ver todos os conteúdos, ou filtrar os resultados segundo as categorias descritas acima.

O terceiro elemento básico implementado foi (3) um modelo de página específico para os conteúdos educativos. Este modelo também é customizável

e pode exibir botões como “Jogar” ou “Baixar”, de acordo com o perfil do material disponibilizado.

Com esse incremento, o Museu do Futebol segue com o projeto de transformar o seu site em um fornecedor de conteúdos de qualidade para os usuários internautas, como uma extensão do próprio Museu, e não apenas uma fonte de informações de serviço sobre o funcionamento das visitas presenciais. É mais um passo, portanto, no sentido de implementação do museu-híbrido, conceito defendido pelo IDBrasil em resposta aos hábitos e necessidades surgidos com a pandemia de Covid-19.



Módulo educativo em destaque na página inicial do site do Museu do Futebol

Educativo



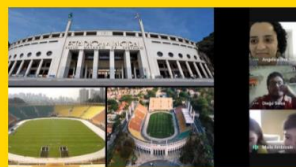
Programa educativo

Conheça o programa do Museu do Futebol que visa objetivo acolher e orientar os visitantes.



Visitas educativas

Visitas temáticas ao Museu do Futebol. Confira os horários disponíveis.



Interações educativas on-line

Atividades on-line para ter uma experiência do Museu do Futebol de qualquer lugar do país. Veja como agendar.

Conteúdos educativos

O Núcleo Educativo do Museu do Futebol produz jogos, brincadeiras e publicações voltados a públicos variados – de crianças pequenas a professores. Navegue e descubra! O conteúdo é atualizado constantemente.

Tudo Oficinas Publicações Educativas



Museu Amigo do Idoso

Publicações Educativas

Museu Amigo do Idoso
Publicações O Museu do Futebol é um espaço que recebe a todos. E para fazer isso da melhor maneira, o Núcleo Educativo [...]



Cartilha para professores

Publicações Educativas

Cartilha para Professores
Publicações Como o Museu do Futebol pode ser utilizado em sala de aula? Seja em uma visita presencial ou virtual, nosso acervo pode [...]



Oficina de Paraquedas

Oficinas

Oficina de Paraquedas Oficinas
Junte seus amigos nessa brincadeira e crie você mesmo seu paraquedas usando coisas do dia a dia. Materiais: - Tesoura - Saco [...]



Cadastre-se para receber nossa newsletter

E-mail

CADASTRE-SE

Landing page do módulo educativo

Educativo

Oficina de Paraquedas

Oficinas

Junte seus amigos nessa brincadeira e crie você mesmo seu paraquedas usando coisas do dia a dia.

Materiais:

- Tesoura
- Saco plástico
- Linha ou Barbante
- Prendedor de roupa (Pregador)



Primeiro passo:

Desenhe (com auxílio de um molde redondo) e corte um círculo grande no saco plástico. Quanto maior o círculo, melhor será seu paraquedas. 30cm de diâmetro é o mínimo para um bom voo.



Programa educativo

Conteúdos

Visitas

Interações on-line

Modelo de página do Módulo Educativo – sem botões

Educativo



Cartilha para Professores

Publicações

Como o Museu do Futebol pode ser utilizado em sala de aula? Seja em uma visita presencial ou virtual, nosso acervo pode auxiliar no trabalho dos professores com diversos temas. Nessa cartilha abordamos três eixos principais (Ser e Pertencer, Conhecer e Preservar e Valorizar e Transformar), e trazemos dicas de atividades, livros, filmes para sua visita ficar ainda mais completa!



Baixar

Programa educativo

Conteúdos

Visitas

Interações on-line

Cadastre-se para receber nossa newsletter

E-mail

CADASTRE-SE

Modelo de página do Módulo Educativo com botão "Baixar"

Ação 47: Elaboração do Plano de Comunicação do CRFB

Meta 47.1: Plano elaborado

O Plano de Comunicação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro foi elaborado no quadrimestre anterior, cumprindo a meta pactuada junto à Secretaria de Cultura e Economia Criativa. O plano está inserido no relatório de metas do 2º Quadrimestre de 2021.

Ação 48.1: Número mínimo de novas parcerias estabelecidas com organizações nacionais

De julho a dezembro foram firmadas 5 parcerias nacionais, sendo:

- Detran: Consistiu na cessão de ingressos do Museu do Futebol para promoção do evento PitStop, realizado nos dias 21 e 22 de julho na Praça Charles Miller, e destinados a motofretistas. Foram cedidos ingressos para promoção no evento, dos quais 93 foram utilizados. Segue link com informações acerca do evento:

<https://www.abcdoabc.com.br/abc/noticia/governo-sp-anuncia-curso-gratuito-motofretistas-pit-stop-detran-sp-129018>

- Portal UOL: Renovação da parceria de mídia, em forma de permuta total, para utilização de espaços publicitários para inserção de banners digitais com anúncios do Museu do Futebol, no valor de R\$ 1 milhão.
- Reinassence Hotel: Envolve a divulgação do Museu do Futebol pelo hotel e a disponibilização de ingressos aos hóspedes interessados. Foram comprados 20 ingressos, os quais poderão ser emitidos pelo próprio hotel pela plataforma de vendas Sympla, por meio de um cupom específico.
- Revista Piauí: Renovação da parceria de mídia, em forma de permuta total, para utilização de espaços publicitários para inserção de anúncios na revista, no valor de R\$ 33.897,00
- Allegra Pacaembu (concessionária do Estádio do Pacaembu): Renovação do termo de parceria objetivando ações de interesse mútuo relacionadas ao Museu e ao Estádio do Pacaembu

Foram ativadas as parcerias de mídia, sendo veiculados no período: spots do Museu do Futebol na Rádio CBN (um spot por semana, veiculado 2x ao dia, com conteúdo produzido pela equipe de Comunicação do Museu), banners no Portal UOL, no site da Gazeta Esportiva e no site Guia da Semana. Houve inserções de anúncios na Revista Piauí, nas edições de julho a dezembro de 2021.

Além destes veículos, também foram ativadas as parcerias com a Dinamize, a empresa detentora de plataforma por meio da qual newsletters do Museu são disparadas para o público cadastrado e com a qual se mantém acordo em forma de permuta; bem como com a JCDecaux, empresa de mobiliário urbano que cede espaços publicitários para divulgação do Museu.

Como parceiros estratégicos, ao longo do período tivemos: ABRACOM (Associação Brasileira de Agências de Comunicação); ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) e ACEESP (Associação de Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo), visando a divulgação do Museu entre os associados; Panasonic; Agendor; Metrô; Allegra Pacaembu, envolvendo ações de interesse mútuo relacionadas ao Museu e ao Estádio; e Goolago, parceria e consultoria em projeto na Lei do Esporte.

Seguem abaixo comprovações de inserções nos veículos Rádio CBN, Portal UOL, Gazeta Esportiva e Revista Piauí de julho a dezembro:

Rádio CBN:

https://open.spotify.com/show/50vq9tZhQW0ZHtvQM9SGDK?si=cbq9jHIVRvS9SbP50ImR5w&dl_branch=1

Portal UOL:

Total de impressões: 20.753.722



Banner veiculado no portal UOL



Banner veiculado no portal UOL

Gazeta Esportiva:

Total de impressões: 2.713.608



Banner veiculado no portal Gazeta Esportiva



Banner veiculado no portal Gazeta Esportiva

Revista Piauí:



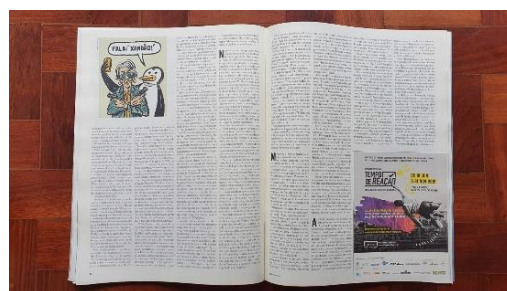
Anúncio ¼ página veiculado na edição de julho/2021



Anúncio 1/4 página veiculado na edição de agosto/2021



Anúncio 1/4 página veiculado na edição de setembro/2021



Anúncio 1/4 página veiculado na edição de outubro/2021



Anúncio 1/4 página veiculado na edição de novembro/2021



Anúncio ¼ página veiculado na edição de dezembro/2021

Fruto da parceria entre o museu e a Linha da Cultura do Metrô, parte da expografia e dos textos da exposição "Tempo de Reação – 100 anos do goleiro Barbosa", em cartaz no Museu do Futebol, foi disposta na Estação Clínicas do Metrô SP de 20 de outubro a 30 de novembro.



Divulgação da exposição Tempo de Reação no Metrô

Entre os conteúdos exibidos estavam uma linha do tempo com a história das regras do futebol e da criação da posição de goleiro, que completou 150 anos em 2021; os diversos nomes utilizados para designar a posição; frases de goleiros e goleiras célebres; e os 10 mandamentos do goleiro, texto escrito por Barbosa na década de 50 que elenca as principais habilidades de que um goleiro precisa dispor.



Mostra Tempo de Reação na Estação Clínicas do Metrô

Ação 48.2: Número mínimo de novas parcerias estabelecidas com organizações internacionais

Em dezembro, foi firmada parceria com o Scottish Football Museum (Museu de Futebol da Escócia) para ações de interesse mútuo e troca de conhecimento, incluindo ações de ambas as instituições com idosos. O Museu de Futebol da Escócia possui programa junto a idosos que inspirou o "Revivendo Memórias", idealizado por Carlos Chechetti, do Grupo de Neurologia Cognitiva e do Comportamento do Hospital das Clínicas de São Paulo.

2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES- PED MUSEU DO FUTEBOL – AÇÕES PACTUADAS (2021)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Período	Previsão Quadrimestral	Realizado
49	Atualização do Plano de Emergência para inclusão do Gerenciamento de Risco de Incêndio	49.1	Meta-Produto	Plano atualizado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
		49.2	Meta-Produto	Treinamento da equipe	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
50	Implantação de biblioteca técnica sobre todos os equipamentos	50.1	Meta-Produto	Biblioteca criada	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%
51	Elaboração e Implantação dos KPI's de manutenção	51.1	Meta-Produto	KPI's implantados	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	1
					META ANUAL	1	1
					ICM	100%	100%

Ação 49: Atualização do Plano de Emergência com inclusão do Gerenciamento de Risco de Incêndio

Meta 49.1 – Plano atualizado

O IDBrasil contratou uma consultoria especializada para, em conjunto com a equipe do Núcleo de Operações e Infraestrutura, atualizar o Plano de Emergência – com destaque para o gerenciamento de risco de incêndio – considerado um assunto de extrema complexidade e prioridade para o Museu do Futebol. O trabalho foi desenvolvido pela empresa SP Fire Consult, que entregou um relatório minucioso contendo o referido planejamento.

Meta 49.2 Treinamento da Equipe

Com o objetivo de explanar o Plano de Gerenciamento de Riscos (meta 49.1), foi realizado no dia 17 de dezembro o treinamento da equipe para execução do referido planejamento. A ação contou com a participação de 17 pessoas da equipe, que foram preparados para um correto procedimento de evacuação em caso de sinistro, garantindo assim, uma saída mais segura, evitando pânico e preservando vidas. Anexo a este relatório seguem informações detalhadas sobre a capacitação.



Imagens do treinamento realizado com a equipe do Museu do Futebol

Ação 50: Biblioteca Técnica

Foi desenvolvido pela equipe do Núcleo de Operações e Infraestrutura do Museu do Futebol, um compilado de informações sobre os principais sistemas instalados, alguns bem detalhados e outros simplificados por motivos de segurança da instalação. Este trabalho por ser divulgado a qualquer colaborador que queira conhecer um pouco mais da infraestrutura instalada no museu.

Cabe destacar que o Museu do Futebol dispõe de uma biblioteca completa digital e em papel de todos os projetos construtivos, manuais de operação de equipamentos e máquinas.

Anexo ao relatório segue o documento que compila as informações referentes a esta meta.

Ação 51: Elaboração e Implantação dos Indicadores de Manutenção

Com o intuito de qualificar ainda mais os instrumentos de gerenciamento sobre os sistemas operacionais do Museu do Futebol, a equipe do Núcleo de Operações e Infraestrutura realizou um detalhado relatório sobre a elaboração e implantação dos indicadores de manutenção, assim como os indicadores de performance (ou desempenho), que buscam mensurar e otimizar o funcionamento dos processos, a fim de aumentar a eficiência e a produtividade das rotinas que competem ao referido Núcleo. Anexo ao relatório segue o arquivo detalhado.