Relatório de Gestão IDBrasil **2021**











O IDBrasil Cultura, Educação e Esporte é a Organização Social de Cultura responsável pela gestão do Museu do Futebol desde sua inauguração, em setembro de 2008, e do Museu da Língua Portuguesa desde julho de 2012. É uma entidade privada, sem fins lucrativos, que presta serviço público de interesse da comunidade. A gestão dos museus se dá mediante Contrato de Gestão firmado junto à Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo, que disponibiliza parte dos recursos necessários para administrar as duas instituições, orçamento complementado por captações realizadas pela própria OS (bilheteria, patrocínios, cessão onerosa de espaço para eventos privados). Trata-se de um modelo de gestão de equipamento cultural que vigora no Estado de São Paulo desde 2005 e que tem impulsionado grandes avanços. As conquistas aqui apresentadas são resultado da parceria exitosa do Governo de São Paulo com as Organizações Sociais de Cultura, que vêm oxigenando as ações do Estado na área e garantindo ampliação do acesso e a democratização dos equipamentos culturais. O IDBrasil agradece a todos os seus funcionários, colaboradores e às equipes técnicas da Secretaria de Cultura e Economia Criativa pelo empenho.

Governo do Estado de São Paulo

Governador | Rodrigo Garcia

Secretaria de Cultura e Economia Criativa

Secretário | Sérgio Sá Leitão
Secretária Executiva | Claudia Pedrozo
Chefe de Gabinete | Frederico Mascarenhas
Coordenadora da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico |
Paula Paiva Ferreira
Diretora do Grupo de Preservação do Patrimônio Museológico |
Suzy da Silva Santos
Diretor do Grupo Técnico de Coordenação do SISEM-SP | Renata Cittadin

IDBrasil Cultura, Educação e Esporte

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente | Carlos Antonio Luque

Vice Presidente | Clara de Assunção Azevedo

Conselheiros | Camila Chagas Aderaldo, Dalton Pastore Junior, Esmeralda Vailati Negrão, Felipe Artur Pie Abib Andery, Fernando José de Almeida, Flavio Fava de Moraes, Ialê Pereira Cardoso, Larissa Torres Graça, Ligia Fonseca Ferreira, Luiz Laurent Bloch, Matheus Gregorini Costa, Mauro da Silva, Ophir Correa de Toledo Filho

CONSELHO FISCAL

Fabio Carvalho Bergamo, João Wagner Galuzio, Paulo Galdino Coelho

CONSELHO CONSULTIVO

Aline Pellegrino, Antonio de Pádua Prado Jr., Caio Luiz Cibella de Carvalho, Carlos Augusto Barros e Silva, Danilo Santos de Miranda, Eduardo Alfano Vieira, Eduardo Machado Barella, Francisco Vidal Luna, Haim Franco, Hélio de Seixas Guimarães, Lilia Katri Moritz Schwarcz, Luis Francisco de Sales, Marcos Ribeiro de Mendonça, Maria Luiza de Souza Dias, Marina de Mello e Souza, Mário Lucio Matias de Sousa Mendes, Nelson Savioli, Silvio Luiz de Almeida

DIRETORIA

Diretora Executiva | Renata Vieira da Motta Diretora Administrativa e Financeira | Vitória Boldrin Diretora Técnica | Marília Bonas

SUMÁRIO 11. APRESENTAÇÃO

- 12. DESTAQUES
- **14.** EXPOSIÇÕES E PÚBLICOS PRESENCIAIS
- **16.** PROGRAMAÇÃO CULTURAL
- **18.** EDUCATIVO
- 20. DIVERSIDADE E INCLUSÃO
- 22. PESQUISA
- **24.** COMUNICAÇÃO
- **26.** GESTÃO
- 28. O QUE VEM POR AÍ
- 30. O IDBRASIL SEGUNDO O PÚBLICO
- **32.** ENGLISH

APRESENTAÇÃO

Responsável pela gestão de dois museus brasileiros pioneiros – o Museu do Futebol e o Museu da Língua Portuguesa –, a organização social IDBrasil atravessou o ano de 2021 com grandes transformações internas. O alongamento da pandemia de Covid-19 e a vontade de aprimorar o pensamento por trás do fazer museológico provocaram mudanças organizacionais significativas, com o objetivo de consolidar a expertise da organização social na gestão de instituições museais comprometidas com o interesse público e sua função social.

A mudança se deu a partir de uma reorganização interna, com a criação de uma Assessoria Museológica que, em relação direta com as Diretorias, passa a articular todas as áreas dos dois museus, e a adoção transversal de três pilares norteadores: o museu-processo, caracterizado pela gestão sistêmica que articula preservação, pesquisa e comunicação; o museu híbrido, em que o mundo digital seja extensão da instituição e não apenas uma ferramenta; e o museu cidadão, comprometido com a qualidade dos serviços e engajado na vida pública.

Os resultados desse novo posicionamento já puderam ser vistos em 2021. Com o presente relatório, compartilhamos essas conquistas com nossos parceiros e reafirmamos o compromisso de uma gestão especializada, eficiente, transparente e comprometida com a construção de um mundo melhor.



Museu da Língua Portuguesa reinaugurado

Depois de cinco anos e meio em obras de restauro, o Museu da Língua Portuguesa reabriu ao público em 31 de julho de 2021, com uma cerimônia marcada pela presença de autoridades do mundo lusófono: o governador de São Paulo, João Doria, e o secretário de estado da Cultura e Economia Criativa, Sérgio Sá Leitão; os presidentes de Portugal, Marcelo Rebelo de Souza, e de Cabo Verde, Jorge Carlos Fonseca; o Ministro da Cultura de Angola, Jomo Francisco Fortunato, os ex-Presidentes brasileiros Fernando Henrique Cardoso e Michel Temer; e o Prefeito de São Paulo. Ricardo Nunes.

O IDBrasil teve a missão de reconstituir as equipes e equipar o Museu da Língua Portuguesa para que abrisse ao público com um serviço de excelência, que refletisse o investimento realizado na obra de reconstrução. Foram contratados e treinados cerca de 80 profissionais, em processos de seleção que buscaram compor um grupo com diversidade. Nessa nova fase, coube também à organização social iniciar o trabalho de mobilização e relacionamento com os moradores e trabalhadores do território onde a instituição está inserida.

Também coube ao IDBrasil, em articulação com a Fundação Roberto Marinho e a Secretaria de Cultura e Economia Criativa, divulgar amplamente a reabertura do Museu, de forma a reconstituir sua reputação no universo cultural brasileiro e lusófono, assim como garantir a atração do público desde os primeiros dias de reabertura, mesmo no contexto adverso da pandemia de coronavírus.

to: Ciete Silvério

Rumo a um novo Museu do Futebol

Gestora do Museu do Futebol desde que o equipamento abriu ao público pela primeira vez, em 2008, o IDBrasil foi novamente selecionado pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa para mais um ciclo de cinco anos à frente da instituição. O plano de trabalho proposto à SEC recebeu nota 9,85, tendo atingido o índice máximo em 19 dos 24 itens avaliados. Para este novo quinquênio, um dos compromissos assumidos é a renovação da exposição de longa duração.

Todos os programas constantes do plano de trabalho foram direcionados visando à concretização do compromisso de fazer do Museu do Futebol um museu-processo, caracterizado pela gestão sistêmica que articula preservação, pesquisa e comunicação; um museu híbrido, em que o mundo digital seja extensão da instituição e não apenas uma ferramenta; e um museu cidadão, comprometido com a qualidade dos serviços e engajado na vida pública.

Além disso, a proposta inovou ao apresentar mudanças na estrutura organizacional visando aprofundar o conhecimento técnico museológico da instituição, que passou a contar com uma Assessoria Museológica especializada na gestão de museus (tanto os compromissos mencionados quanto a Assessoria Museológica passam a valer, também, para o Museu da Língua Portuguesa).

Com isso, a população pode esperar para o ciclo 2021-2026 um Museu do Futebol com processos mais participativos e ainda mais atento a questões sobre diversidade e formas não-hegemônicas do esporte.



EXPOSIÇÕES E PÚBLICOS PRESENCIAIS

PÚBLICO EM NÚMEROS

Público visitante (presencial)

81.450

77.792 MF

159.242

Índice de Satisfação de Público (presencial)

95% MLP

94% MF

As três exposições temporárias realizadas pelo IDBrasil ao longo de 2021 tiveram a proposta de apresentar novas reflexões aos públicos do Museu do Futebol e do Museu da Língua Portuguesa, estimulando questionamentos aos temas centrais apresentados pelas duas instituições.

No Museu do Futebol, discussões internas da equipe sobre o tema do racismo levaram à proposição de uma mostra que marcou a adesão institucional a práticas antirracistas, compromisso que passa a ser permanente e a nortear ações futuras. No Museu da Língua Portuguesa, foram duas exposições temporárias no semestre de sua reabertura, uma propondo o questionamento das fronteiras do erudito e do popular na arte contemporânea, e a segunda dedicada a debater as migrações do século XXI como uma das grandes questões humanitárias enfrentadas pelo mundo da atualidade.

Ao longo do ano, os dois museus receberam juntos pouco mais de 159 mil visitantes, mesmo com todas as restrições ainda em vigor por causa da pandemia de Covid-19. A atenção aos protocolos sanitários garantiu que as duas instituições fossem consideradas "seguras" e "muito seguras" pelos respondentes das pesquisas de satisfação de público.

Museu da Língua Portuguesa

Língua Solta

Julho 2021 | Outubro 2021

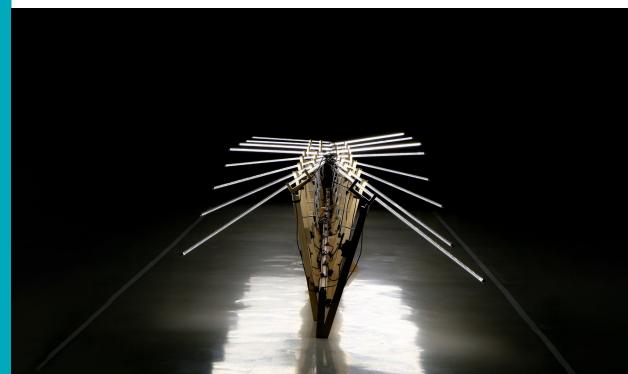
A exposição temporária escolhida para abrir junto com o Museu da Língua Portuguesa propôs borrar os limites entre erudito e popular, apresentando obras de arte contemporânea junto com objetos de uso cotidiano – todos artefatos que ancoravam seus significados a partir da palavra. Com curadoria de Moacir dos Anjos e Fabiana Moraes, a mostra recebeu os primeiros visitantes do Museu da Língua Portuguesa em um espaço denso de significados, com suas 180 obras, começando por três estandartes de maracatu pernambucano intensamente fotografados pelo público.

Montada desde antes da abertura do Museu, *Língua Solta* teve uma curta estreia antecipada em maio, durante as comemorações da semana do Dia Internacional da Língua Portuguesa.

Sonhei em português! Novembro 2021 | Junho 2022

Tratar da migração como um direito humano foi a premissa da nova exposição temporária realizada pelo Museu da Língua Portuguesa a partir de novembro de 2021. Com curadoria de Isa Grinspum Ferraz, *Sonhei em português!* propôs tematizar esta que é uma das grandes questões sociais do século XXI, revelando como tal experiência é atravessada pela necessidade de aprender uma nova língua.

Baseada principalmente em instalações artísticas realizadas especificamente para a mostra, *Sonhei em português!* também apresentou os depoimentos de treze imigrantes estrangeiros que moram em São Paulo e de seis brasileiros estabelecidos em outros países. Dessa forma, a partir das histórias pessoais, a exposição buscou humanizar e ampliar o debate sobre o tema.



Museu do Futebol

Tempo de Reação -100 anos do goleiro Barbosa **Junho 2021 | Janeiro 2022**

Em 2021, completaram-se 150 anos da invenção do goleiro, posição que só surgiu anos depois do próprio futebol. Foi o ano também do centenário de um grande craque brasileiro: Moacyr Barbosa (1921-2000), ídolo do Vasco da Gama e da Seleção Brasileira, cuja carreira acabou marcada pela narrativa racista sobre a derrota do Brasil para o Uruguai na final da Copa do Mundo de 1950 - episódio que ficou conhecido como Maracanazo.

O Museu do Futebol transformou as duas efemérides em uma oportunidade de engajar o público no debate sobre o racismo no esporte. Com curadoria coletiva de Daniela Alfonsi (coordenação), Amália Cursino, Marcelo Carvalho, Diogo Silva e Marcel Diego Tonini (consultores) e participação das equipes do Museu, a exposição foi pensada para conquistar o público com o tema dos heróis e heroínas da Camisa 1 para então apresentar a causa antirracista, chamando todos à reflexão.

Novos projetores

O IDBrasil realizou a troca de 27 projetores da exposição de longa duração do Museu do Futebol, melhorando a qualidade da experiência dos visitantes. A medida também representa uma economia de cerca de 10% no gasto com energia.



PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Público virtual

1.607.146

713.377

893.769

Ações virtuais realizadas

63 OTAL

20 MLP

43 MF

O ano de 2021 exigiu versatilidade do IDBrasil para manter Museu do Futebol e Museu da Língua Portuguesa com programação cultural relevante ainda sob o contexto adverso da pandemia de Covid-19. Em ambas as instituições, o ambiente virtual foi utilizado fortemente para manter a oferta de atividades ao público mesmo nos períodos em que permaneceram fechadas ou com capacidade de público reduzida, contexto no qual os eventos presenciais ainda estavam vedados. Com o avanço da vacinação, estes foram retomados no segundo semestre, com a adocão das medidas sanitárias necessárias para garantir a segurança de todos os participantes. O período foi de aprendizado quanto à configuração de programações culturais que ocorrem tanto presencialmente quanto no ambiente digital, e contribuiu para o amadurecimento institucional na direção da ideia de museu híbrido, que se tornou um dos pilares da atuação do IDBrasil. No caso do Museu do Futebol, as adaptações foram tema de um documentário que registrou os desafios enfrentados pela equipe durante a pandemia.

Museu da Língua Portuguesa

Programação híbrida



A programação cultural do Museu da Língua Portuguesa começou a ser movimentada desde o início do ano, quando as providências para a reabertura ainda estavam em finalização - portanto, mais um motivo além da pandemia para que o IDBrasil buscasse formatos digitais e híbridos para reengajar o público e criar expectativa para a inauguração.



Programação do Dia Internacional da Língua Portuguesa Um dos grandes destaques desse contexto foi a realização do Dia Internacional da Língua Portuguesa, em maio, que contou com nove eventos on-line e a visitação presencial da exposição *Língua Solta*. A pré-abertura atraiu grande atenção da imprensa, principalmente das TVs, que pela primeira vez puderam ver um ambiente do Museu já em funcionamento. Entre os eventos digitais, o destaque é para a ativação poética criada pelo músico Tom Zé especialmente para a mostra. Foram realizadas, ainda, transmissões em parceria com festivais literários, incluindo a Flip; e lives do projeto *A Palavra no Agora*.

No segundo semestre, teve início a programação presencial no saguão B, com destaque para a mostra *Viva Palavra*, a realização de três saraus e a Feira Luz Criativa, com expositores independentes. A programação tem contribuído para atrair um novo movimento à Estação da Luz.



Documentário Jogando em Casa

Museu do Futebol

Mobilização de nichos no digital

O IDBrasil realizou 43 eventos digitais ao longo do ano no Museu do Futebol, buscando oferecer atividades para engajar diferentes tipos de públicos. O recorte temático favoreceu a mobilização de pessoas interessadas em nichos específicos dentro do grande tema futebol, o que foi pensado para possibilitar a divulgação focada e, assim, aumentar a participação do público. Logo em abril foi realizado o seminário *Proibidas e Insurgentes*, em quatro módulos, para lembrar os 80 anos de publicação do decreto-lei que impediu as mulheres brasileiras de jogar futebol. Foram realizados, ainda, encontros de colecionadores e lives ligadas a efemérides - como no aniversário da cidade de São Paulo, uma mesa com pesquisadores da história dos clubes paulistanos.

Racismo e goleiros

A exposição temporária *Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa* foi articulada a uma série de eventos relacionados ao racismo no esporte e às vivências de goleiros e goleiras. Um dos destaques foi a divulgação do Relatório da Discriminação Racial no Futebol, transmitida de dentro da exposição, em parceria com o Observatório da Discriminação Racial no Futebol e o Facebook. Outra ação com bastante repercussão, em parceria com a plataforma TikTok, foi a realização de uma visita virtual à exposição, mediada por Fernando Richter, do canal Papo de Goleiro.

Presencial com segurança

Com a adoção de todos os protocolos para minimizar a possibilidade de transmissão da Covid-19, a programação presencial do Museu do Futebol foi retomada em outubro, com a realização do *Panini Day*, evento em parceria com a editora responsável pelos álbuns de figurinhas de futebol no Brasil. Foram realizados, também, lançamentos de filmes e livros no auditório, com destaque para a única sessão presencial realizada pelo 12º CINEfoot – Festival de Cinema de Futebol. Desde que foi criado, o festival tem no Auditório Armando Noqueira uma de suas salas de exibicão.



Foto: Museu do Futebol/Reprodução

EDUCATIVO

Diante do cenário incerto em razão da pandemia, as equipes educativas do IDBrasil se mantiveram atuantes em propostas híbridas de trabalho para manter públicos diversos engajados ao longo de todo o ano – estudantes de diversos níveis de ensino, professores, guias de turismo, pessoas com deficiência, idosos, vizinhos dos museus e visitantes espontâneos, entre outros.

Com as aulas presenciais nas escolas paulistas retomadas apenas em 16 de novembro, as equipes mantiveram uma forte ênfase no atendimento digital de turmas, apoiando professores e escolas na diversificação de atividades. Dessa forma, o IDBrasil colocou os museus à disposição da comunidade no que foi um dos maiores desafios da pandemia – manter estudantes interessados no processo de aprendizagem, considerando todas as dificuldades do ensino remoto.

Para os públicos presenciais, foi o momento de reafirmar os museus como espaços seguros para todas as pessoas, com o reforço das orientações das medidas sanitárias vigentes.

Museu da Língua Portuguesa

Reconectando o Museu ao público

Com a reinauguração do Museu da Língua Portuguesa ao público, uma das prioridades foi recompor e qualificar a equipe do Núcleo Educativo, responsável pelo atendimento direto aos visitantes, especialmente no contexto das medidas sanitárias em vigor contra a Covid-19. O trabalho começou antes mesmo da reabertura, com a visitação prévia à exposição temporária *Língua Solta*, durante as comemorações do Dia Internacional da Língua Portuguesa.

Depois, nos primeiros meses de funcionamento, 100% do público passou por acolhimento dos educadores e orientadores, que ajudaram os visitantes a circular pelo prédio em circuito unidirecional, além de conscientizar sobre a necessidade de usar máscara e manter o distanciamento social. Em novembro, com a permissão para visitas em grupo, o Núcleo Educativo voltou a atender escolas e a realizar visitas temáticas às exposições e ao prédio da Estação da Luz.

Formação de profissionais

Além de recompor e treinar a própria equipe de educadores e orientadores, o IDBrasil também investiu na formação de outros públicos profissionais visando à reaproximação com o Museu da Língua Portuguesa. Foi o caso de guias de turismo, professores, estudantes de Pedagogia e Letras e profissionais de outras equipes do próprio IDBrasil. Ao todo, foram atendidas 322 pessoas, em dinâmicas criadas especificamente para cada categoria.



Museu do Futebol

PÚBLICO PRESENCIAL

15.703 855 visitantes estudantes em atendidos grupos

ATENDIMENTO VIRTUAL A ESCOLAS

95 ações realizadas

2.100 estudantes atendidos

PROGRAMAS DE FORMAÇÃO

322 profissionais atendidos

Interações Educativas On-Line

466

8003

encontros realizados

estudantes atendidos

Educação na tela

O Núcleo Educativo se adaptou rapidamente para continuar atendendo o público escolar enquanto o desenvolvimento da pandemia ainda impedia a realização de aulas presenciais, o que desmobilizou também o atendimento a grupos no Museu. A equipe de educadores criou uma dinâmica própria para que a interação com os estudantes e seus professores fosse dinâmica e divertida, mesmo com as limitações da tela. O resultado foi a alta demanda pelos encontros, que totalizaram 466 ao longo do ano, com mais de 8 mil estudantes atendidos.

Da criatividade para driblar uma restrição externa, veio também um aprendizado: as interações educativas on-line ampliaram geograficamente o público educativo do Museu do Futebol, que atendeu remotamente escolas de Minas Gerais e Ceará, além de diversas regiões do Estado de São Paulo. A demanda foi resultado tanto do trabalho de comunicação ampliado quanto do boca a boca entre os professores. Os estudantes atendidos pelo programa eram majoritariamente do Ensino Fundamental.

Compartilhando experiências e atividades

Uma das frentes de atuação do Museu do Futebol durante a pandemia foi a transposição de jogos e atividades antes realizadas presencialmente para o ambiente digital - foram 24 adaptações realizadas ao longo do ano. A fim de compartilhar experiências, o Núcleo Educativo lançou também uma cartilha voltada para professores, com sugestões de atividades relacionadas aos grandes temas tratados pelo Museu do Futebol – a relação com o bairro, a história do Brasil através do futebol, sugestões de atividades preparatórias antes de uma visita ao museu, além de dicas de livros e filmes com temas relevantes para usar em sala de aula.





DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Museu cidadão é um dos pilares da atuação implementados pelo IDBrasil no ano de 2021, numa forma de materializar a ideia de que as instituições museológicas têm um compromisso com o desenvolvimento social das comunidades onde estão inseridas. Nesse sentido, ações voltadas à inclusão e à diversidade mereceram destaque ao longo do ano – tanto com relação ao público externo, mas também quanto ao público interno. A organização social intensificou a prática de promover ações formativas para funcionários em temas relacionados aos direitos humanos e à diversidade.

Museu da Língua Portuguesa

Território: a comunidade no centro

O aprofundamento da relação com a localidade onde está inserido o Museu da Língua Portuguesa foi um dos diferenciais implementados pelo IDBrasil para o ciclo que se iniciou com os preparativos para a pré-abertura. A instituição agora tem uma equipe dedicada a estreitar o relacionamento com as pessoas que vivem ou circulam no Bom Retiro, Luz, Campos Elíseos e Santa Ifigênia, bairros do território com grandes desafios sociais, aprofundados durante a pandemia.

O IDBrasil começou realizando um mapeamento das instituições culturais, sociais, educacionais e de saúde do território, e em seguida elaborou uma cartilha interna com protocolo de atendimento aos públicos do Museu. Ao longo do ano, foram realizadas 15 visitas especiais para articuladores do território - cerca de 70 pessoas que já tinham uma atuação relevante nos bairros, e que foram consideradas público prioritário para estabelecer ações conjuntas.

Grupos de pessoas atendidas por instituições sociais estiveram entre os primeiros a visitar o Museu da Língua Portuguesa, durante a pré-abertura da exposição *Língua Solta*. Foi lançado, também, o Programa de Vizinhos, com emissão de 657 carteirinhas para entrada gratuita no Museu.

Conexão com a rua

Como parte das ações voltadas a inserir o Museu na vida do bairro, o IDBrasil convidou o grupo Birico Arte para realizar atividades e oficinas gratuitas na rua, em frente ao Saguão B da Estação da Luz - espaço novo, que tem sido ativado de maneira inédita desde a reinauguração do Museu. As quatro ocupações realizadas em 2021 atenderam 170 pessoas com atividades poéticas ou ligadas à expressão escrita. Em dezembro, como parte da campanha Sonhar o Mundo, da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, o Birico realizou a ocupação especial Mulheres de Luz, no Saguão B, junto com apresentação do Ilu Obá de Min.





Protocolo de atendimento dos públicos do Museu da Língua Portuguesa



Museu do Futebol

Revivendo Memórias #EmCasa

540 atendimentos

Afeto na pandemia

O programa Revivendo Memórias #EmCasa foi o maior destaque do Núcleo Educativo do Museu do Futebol durante a pandemia, proporcionando o atendimento remoto a idosos, pessoas com deficiência ou em situação de vulnerabilidade. Adaptado para o ambiente digital a partir da experiência surgida originalmente com pacientes de Doença de Alzheimer, em parceria com o Grupo de Neurologia Cognitiva e do Comportamento do Hospital das Clínicas, o programa foi transposto para o meio digital como forma de dar apoio afetivo aos grupos mais vulneráveis à pandemia, e mais impactados com o isolamento social.

Ao longo do ano, foram feitos 540 atendimentos individuais ou em grupos, a pessoas de todo o País. Em um encontro especial, um grupo de idoso pôde interagir diretamente com o ex-jogador Zé Maria, ídolo do Corinthians nos anos 1970 e 1980. O programa foi destaque na imprensa – incluindo o programa Fantástico, da TV Globo – e ganhou um documentário produzido pelo próprio Museu do Futebol. O sucesso da iniciativa rendeu um convite para compartilhamento da experiência no Ibermuseus, programa de cooperação para os museus da Ibero-América.





Assista ao documentário Revivendo Memórias

PESQUISA

O IDBrasil foi vanguarda com a implementação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro, núcleo inovador na pesquisa, difusão e salvaguarda de acervos digitais e digitalizados. Com o novo ciclo à frente do Museu da Língua Portuguesa, coube à organização também a implementação do Centro de Referência da instituição, o que consolida a posição da OS como especialista em museus dedicados ao patrimônio imaterial. Com os dois CRs em funcionamento pleno e a partir da troca de experiências entre as equipes, o IDBrasil amplia as possibilidades de desenvolver processos inovadores nesse campo.

Museu da Língua Portuguesa

Centro de Referência implantado

Uma das grandes novidades da reinauguração do Museu da Língua Portuguesa foi a implantação de seu Centro de Referência, setor responsável por pesquisar, documentar e difundir as referências patrimoniais materiais e imateriais que compõem o acervo, tendo entre as suas missões também a difusão de conhecimento e o estabelecimento de parcerias nacionais e internacionais. O CR está sediado em uma sala na ala histórica do prédio da Estação da Luz e é aberto ao público, incluindo a disponibilidade de computadores com acesso à internet.

Nesse primeiro semestre de atuação, ainda sob a pandemia, o Centro movimentou uma intensa programação virtual, congregando a comunidade de pesquisadores e interessados na língua portuguesa e na Linguística, além oferecer conteúdo de interesse do público em geral. Foram realizados, por exemplo, uma exposição virtual sobre a Estação

da Luz, um documentário sobre o relojoeiro Augusto Fiorelli, e uma entrevista com o músico Tom Zé por ocasião de seu aniversário de 85 anos, além de webinário e roda de conversa.

Os eventos e documentários produzidos pelo CRMLP estão disponíveis no YouTube: youtube.com/museudalinguaportuguesa

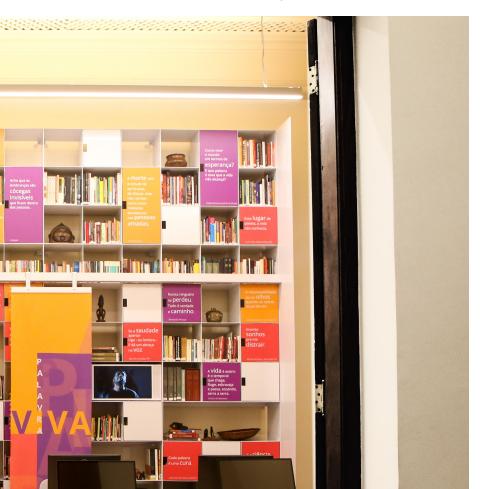
Centre de Referência de Museu da Lingua Portuguesa Referencia

Seminário internacional

Em dezembro, o CRMLP reuniu palestrantes de 13 países, espalhados em quatro continentes, no Seminário Internacional Viagens da Língua. Tendo como tema central o multilinguismo em territórios lusófonos, seus contextos sociais e culturais, o evento virtual foi concebido com a contribuição das conselheiras do IDBrasil Esmeralda Negrão e Marina de Mello e Souza. O Seminário teve espaço para apresentação de trabalhos, tendo recebido 37 submissões, além de programação cultural associada. No geral, foram emitidos 383 certificados de participação. O material continua disponível no YouTube do Museu da Língua Portuguesa.

Salvaguarda digital

Pioneiro no Brasil no tratamento de um patrimônio imaterial a partir de referências audiovisuais, o Museu da Língua Portuguesa passou a contar com um Plano de Salvaguarda Digital. O documento organiza os procedimentos técnicos e estabelece ações gerenciais e metas para implementar e aprimorar as práticas voltadas à guarda e manutenção dos arquivos que compõem os acervos digitais do MLP.



Museu do Futebol

Democratização de conteúdo na internet

Uma das frentes de atuação mais consistentes do CRFB ao logo de 2021 diz respeito ao compromisso de democratizar o acesso a conteúdos verificados na internet. Através da adesão à iniciativa GLAM (sigla em inglês para Galerias, Bibliotecas, Arquivos e Museus), o Museu do Futebol passou a fazer parte do grupo de instituições culturais que disponibilizam os seus acervos em domínio público às plataformas Wikipedia, Wikidata e Wikimedia Commons.

Foram compartilhadas cerca de 90 fotografias relacionadas ao futebol feminino coletadas durante as pesquisas para a realização de exposições temporárias. As imagens receberam uma licença que autoriza qualquer pessoa a utilizá-las para qualquer finalidade, mesmo que para fins comerciais, desde que os créditos sejam mantidos e as obras derivadas sejam licenciadas sob os mesmos termos.

Também foram realizadas ao longo do ano duas editatonas – maratonas de edição e inclusão de verbetes na Wikipedia, uma sobre esportes paralímpicos, e outra sobre goleiras e goleiros, relacionando a ação ao tema da mostra *Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa*.

Protagonismo negro

Em apoio à realização da exposição *Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa*, o CRFB catalogou 61 itens do acervo pessoal do goleiro Moacyr Barbosa, principalmente fotografias e documentos, que há duas décadas vinham sendo guardados pela sua filha, Tereza Borba. Os itens foram inseridos no banco de dados do Museu do Futebol e estão disponíveis para consulta pública. A partir desse acervo, foi elaborada em 2021 uma exposição virtual homônima na plataforma Google Arts&Culture.

Diversidade em campo

O CRFB deu continuidade à coleta de entrevistas e itens relacionados aos times, pessoas e memórias do futebol praticado por times LGBTQIA+ no Brasil. Até o fim de 2021, já tinham sido mapeados 366 itens, dos quais foram 135 catalogados pelo Museu.

COMUNICAÇÃO

EM NÚMEROS

Matérias publicadas

9.627 **TOTAL**

6.377 MLP

3.250 MF

Sites (visitantes únicos)

753.978 TOTAL

429.014 MLP

324.964 MF

Seguidores em redes sociais

418.985

242.189 MLP

176.796 MF

O trabalho de Comunicação realizado pelo IDBrasil é pensado para potencializar a visibilidade do Museu da Língua Portuguesa e do Museu do Futebol, contribuindo para atrair novos públicos, construir a reputação institucional e gerar interesse a possíveis patrocinadores e apoiadores. Ao longo de 2021, a equipe dedicada a este trabalho conseguiu provocar 9.627 menções aos museus na mídia, chegando à média de mais de 26 matérias por dia – parte importante delas nos telejornais de maior audiência no Brasil.

Nas redes sociais, a atuação estratégica do IDBrasil não se resume à divulgação das atividades, exposições e informações de serviço. A organização social marca a presença dos museus na internet por meio da articulação sistemática com influenciadores digitais e da realização de ações pensadas para viralizar, de forma a atingir não-públicos das instituições. Além disso, a Comunicação trabalha em sinergia com as demais áreas dos museus para potencializar a proposta de museu-híbrido, de forma que o ambiente digital seja efetivamente uma extensão das instituições, e não apenas um canal de divulgação.

Museu da Língua Portuguesa

Reabertura na mídia internacional

A reinauguração do Museu da Língua Portuguesa repercutiu em todo o mundo, em especial nos países de língua portuguesa, graças ao trabalho articulado entre as assessorias de comunicação do IDBrasil, da Fundação Roberto Marinho e da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo. A estratégia incluiu visitas exclusivas para jornalistas antes da abertura, coletiva com governador e a total disponibilidade da equipe do IDBrasil em atender presencialmente os veículos. antes e depois da inauguração.

Considerando o período compreendido de 30 dias antes da cerimônia de abertura até 30 dias depois, foram publicadas 3.062 matérias mencionando o Museu, incluindo 151 em emissoras de TV, 107 em rádios e 196 em veículos impressos – resultado muito além da expectativa, e que gerou uma equivalência de mídia de mais de R\$ 156 milhões.

A reinauguração foi destaque em programas como Fantástico e Jornal Nacional, da TV Globo; O Globo, O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo, onde apareceu em matéria de página dupla; Veja São Paulo, além de dezenas de veículos regionais. Entre os veículos estrangeiros, além dos países de língua portuguesa, a inauguração foi destaque na Suécia, na Alemanha e no Japão.



Passeio de carro passa por lugares

assombrados e arrepiantes de SP

histórias de fantas	mas esquecidos	2
Isabella Menon são muno Passeur de carro pe- lo centro de São Paulo sendo	ca, lente de contato roxa nos olhos, roupas bufantes e um lampilo nas mãos para ilumi- nar o fan da tarde paulistana,	adio/ive
guiado per um fantasma foi mais um dos passeios que pre- cisaram se adaptar na capital paulista por causa da pande-	ele dá as boas vindas aos mo- toristas e passageiros. Depois da breve recepção, ele entra em sea próprio car-	ą
mia de Covid-19. A ideia do roteiro pode até porecer estrunha — mas, de-	ro e dá início ao comboto — sim, o fantasma dirige. Cada automówił recobe nomes esti-	produça
pois de um ano e meio dentro de casa, qualquer coisa pare- ce interessante se compara-	rituosos, como Alma Penada. Após a partida e já com o aplicativo sincronizado, uma	2
da a mais uma tarde no sofá em busca de uma nova série no catáloro da Netflix.	voz fantasmagórica emana pelo som e começa a contar detalhos sobre os enterrados	٢
Antes da pandemia, o rotei- ro era chamado de SP Haun-	no cemitério da Consolação e curiosidades sobre o mau-	9
ted Tour e promovia saidas por pontos da capital consi- derados mai assembrados.	soléu da familia Matarazzo. O passeio passa por locais como o Theatro Municipal,	
Aquela altura, os interessa- dos eram levados dentro de um ônibus com atores fan-	onde, é relembrado o día da abertura, em 1911, e as lendas sobre espíritos seremouvidos	
tasiados e maquiados como personagens aterrorizantes. Em algumas das paradas, era	nas cosúas até hoje. No traje- to há ainda espaços que não são tão conhecidos, como o	
possivel descer do veiculo e caminhar pela cidade.	prédio-que abrigou, nos anos 1930, o restaurante chinés Óri-	
Agora, tudo mudou. Com a Covid-19, a atração ficou im- possibilitada de acontecer da-	on, palco de um assassinato. Em alguns dos locais, é pos- sivel encostar o carro para ver	
quela maneira. A solução de Rogério Cantoni, idealizador do circuito. (oi adienti-los fa-	melhor o espaço e absorver as histórias que são contadas. Encaso da Casa de Dona Vayá	



guiafolha



Saiba como serão os 3 andares do Museu da Língua Portuguesa

Naief Haddad	Por outro lado, mudou bas-	Cada r
	tante. De acordo com Sérvio	umdet
sioruno Seriozotodo 2.040	Sá Leitão, secretário estadu-	sociale
dias de portas fechadas para	al de Cultura, cerca de 80%	Soba
o público em geral.	do conteido expositivo é no-	Marcel
Como se sabe, um incên-	vo. Um destaque entre as cri-	e atrix l
dio em dezembro de azas des-	ações recentes é a instalação	o most
truiu parte do Museu da Lin-	"Falares", com depoimentos	cadeira
oua Portuguesa, em São Pau-	de todas as regiões do Brasil.	Dexion
o. Até então, ao longo de qua-	É difererne ainda a forma de	revelar
se dez anos, o local tinha rece-	abordar esse conteúdo, afir-	do.ape
bido s emilhões de visitarnes.	ma Marília Bonas, diretora	Com
Com duração de sé meses, a	do espaço, "O museu nasceu	doscur
reconstrucio ficou a cargo do	em 2006 com énfase na cele-	desenc
governo paulista em parceria	bração da lingua. Jeso não se	tos' cor
com a Fundação Roberto Ma-	perdeu, ainda é importante,	delider
rinho. O museu, no centro da	mas estamos também atentos	ciodo
capital, volta a funcionar, en-	à diversidade. As exposições	povos e
fim. em r° de agosto, após uma	refletem as lutas identitárias."	Mais
reforma de RS 85.8 milhões.	É um "museu pós-Black Li-	chega:
Mas chega de mimeros o	ves Matter", diz. A participa-	"O que
lugar é das palayras. Ao que in-	ção de Ricardo Alexo, poeta	diretor
terressa o museu mudou mui-	e expoente do ativismo ne-	te, com
to? Não, é igual àquele que se	ero, na Rua da Língua é uma	e hum
conhecia antes das charros.	das marcas desse novo olhar.	sensoh
E, sim, está bem diferente.	O espaço retorna de um ou-	O pas
Igual porque mantémo pro-	tro iciso também por causa da	codon
pósito de apresentar a diver-	pandemia. Permitiră a entra-	gua', es
sidade da lingua portuguesa	da de 40 pessoas a cada 45 mi-	cmam
de modo instigante. Segun-	nutos, com agendamento pela	Iba a u
do Isa Grinspum Ferraz, cura-	internet, que poderá ser feito	o poets
dora das exposições de longa	a partir da semana que vem.	encont
permanência ao lado de Hu-	Além disso, para evitar aglo-	tanha,
go Barreto, o obietivo é pro-	merações, visitantes terão que	magens
moverum diálogo surpreen-	seguir um trajeto previamen-	
dente entre tempos e espaços	te definido, como fez a Folha,	2º anda
e convidur o visitante a pen-		Instala





Com vista panorâmica.

novo terraço homenageia Paulo Mendes da Rocha

Dia da Língua Portuguesa

A reinauguração começou a repercutir três meses antes da cerimônia ao público, com a realização dos eventos alusivos ao Dia da Língua Portuguesa, comemorado em 5 de maio. Durante a semana em que foi realizada uma intensa programação on-line, a pré-abertura da exposição *Língua Solta* foi utilizada pela equipe do IDBrasil para atrair a imprensa e antecipar, na mídia, a expectativa para a reabertura. Apenas em TVs foram veiculadas 28 matérias, totalizando quase uma hora de transmissão sobre o Museu.

Retrospectiva 2021 direto do Museu

A disponibilidade do Museu para gravações diversas fez com que a instituição fosse escolhida pela TV Globo para ancorar a transmissão da Retrospectiva 2021, gravada na exposição de longa duração.



Museu do Futebol

Cobertura consciente sobre o racismo



Tendo como gancho a exposição *Tempo de reação - 100 anos do goleiro Barbosa*, a equipe do IDBrasil buscou estimular a imprensa a realizar uma cobertura consciente relacionada ao racismo no esporte, indo além da divulgação da mostra como opção de passeio. O melhor resultado nesse sentido foi a matéria especial do Esporte Espetacular, programa semanal da TV Globo que vai ao ar aos domingos para todo o País. As conversas com a equipe de produção e reportagem contribuíram para a realização de uma matéria crítica e aprofundada, que problematizou o próprio papel da imprensa na narrativa racista sobre a derrota do Brasil na Copa de 1950. Por opção editorial – explicada aos telespectadores –, o programa não mostrou a imagem do goleiro Barbosa levando gols do Uruguai. Em novembro, a equipe de Comunicação do IDBrasil participou do planejamento e execução da coletiva de lançamento do relatório anual do Observatório da Discriminação Racial no Futebol, contribuindo para a repercussão dos dados.

#MeuRival chega aos Trending Topics

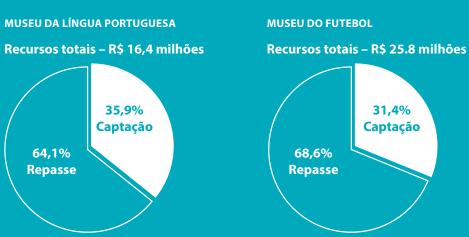
Uma ação planejada pela equipe do IDBrasil para marcar o Dia Internacional da Mulher foi um dos assuntos mais comentados do Twitter em 8 de março: por meio da #MeuRival, o Museu do Futebol estimulou mulheres a compartilhar situações sexistas no ambiente esportivo - o "rival" em questão era o próprio machismo. A iniciativa teve a adesão de dezenas de jornalistas e atletas, viralizou e chegou a pessoas de fora do ambiente esportivo, como a cantora Maria Rita. Como resultado, a ação foi noticiada pela imprensa espontaneamente, como um dos assuntos mais relevantes da internet no dia.

GESTÃO

CAPTAÇÃO DE RECURSOS



Repasse x Captação



^(*) Incluindo repasse de R\$ 9,0 milhões destinado à reformulação da exposição de longa duração.

Captação de Recursos

O IDBrasil é, atualmente, uma das organizações sociais de cultura no Estado de São Paulo que mais capta recursos em fontes externas, utilizando-se de diversas estratégias para garantir condições materiais que possibilitem a prestação de serviço ao público com qualidade. Em 2021, foram captados no total R\$ 14 milhões para os dois museus, incluindo patrocínios, cessão onerosa de espaços, bilheteria, permuta de mídia e outras fontes. O montante corresponde a um acréscimo de 49,5% no valor repassado pelo Estado.

A reconstrução do Museu da Língua Portuguesa é uma realização do Governo Federal e do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, concebido e realizado em parceria com a Fundação Roberto Marinho. A reconstrução do Museu tem patrocínio máster da EDP, patrocínio do Grupo Globo, Itaú Unibanco e Sabesp – todos por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura. O apoio é da Fundação Calouste Gulbenkian. Foram patrocinadoras da Temporada 2021 as empresas Grupo Volvo e Itaú Unibanco; apoiadoras, Booking.com e Grupo Ultra; empresas parceiras Cabot, escritório Mattos Filho, Faber-Castell, Verde Asset Management e Bain&Company. Rádio CBN, Revista Piauí, Guia da Semana e *Dinamize* foram seus parceiros de mídia. Seus parceiros estratégicos foram Metrô e CPTM. A Temporada contou com recursos da Lei Federal de Incentivo à Cultura e receberá, em 2022, recurso do Programa de Ação Cultural - ProAC Editais de R\$ 50 mil para desenvolver um Objeto Digital de Aprendizagem (ODA) de seu Centro de Referência.

A Temporada 2021 do Museu do Futebol contou com patrocínio do Aché Laboratórios Farmacêuticos, que também patrocinou o programa Museu Amigo do Idoso. Teve como apoiadores: SporTV/Globo, EMS Farmacêutica, TIVIT, Evonik Brasil e Pinheiro Neto Advogados. A Rádio CBN, UOL, Revista Piauí, Gazeta Esportiva, Guia da Semana, Dinamize e JCDecaux foram seus parceiros de mídia. A exposição temporária *Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa* teve patrocínio do SporTV, apoio da EMS Farmacêutica e como parceiros, a Poker Esportes e o UOL, e consultoria de conteúdo do Observatório da Discriminação Racial no Futebol, Coletivo Pretaria e Malik Esporte e Cultura. Seus parceiros estratégicos foram Allegra Pacaembu, Metrô, Panasonic, Lew Lara TBWA, ABERJE, ABRACOM e ACEESP.

Tem destaque também a aprovação de R\$ 250 mil no ProAC Direto para realização da itinerância da mostra *CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol* no interior do Estado. A mostra deverá ser realizada em 2022, e a captação de recursos de R\$ 1,1 milhão para o projeto aprovado pela Lei de Incentivo ao Esporte Praia de Paulista – LIE, a ser realizado em 2023, junto às empresas Braskem, SEMP TCL, Pinheiro Neto Advogados.

Censo Diversidades

Em consonância com a ideia de configurar o Museu do Futebol e o Museu da Língua Portuguesa como museus cidadãos, o IDBrasil realizou o seu primeiro Censo Diversidades junto à equipe interna, com objetivo de identificar o perfil dos funcionários e colaboradores terceirizados e subsidiar futuras ações de recursos humanos. O Censo foi realizado por meio de um formulário on-line, de forma anônima, e teve a participação de 203 das 220 pessoas alocadas nos dois museus – 92% do total. Contou para a boa adesão a estratégia de disponibilizar computadores e tablets para funcionários terceirizados, que também contaram com ajuda para responder, quando solicitada.

A ideia do censo é um dos resultados do GT Diversidades, grupo iniciado por funcionários do Museu do Futebol, e depois ampliado para o Museu da Língua Portuguesa, que tem interlocução constante com a Diretoria e o Núcleo de Recursos Humanos visando promover ações que contribuam para um ambiente de trabalho com acolhimento, respeito, segurança e valorização profissional.

Sustentabilidade como meta

Outro grande avanço na gestão ao longo de 2021 foi a implementação do Comitê Interno de Sustentabilidade do IDBrasil, formado por representantes de todas as áreas, meio e finalística da organização. O Comitê é um dos passos para a nova metodologia proposta pela organização para fortalecer a sustentabilidade como prática transversal e multidimensional nos dois museus. Esta metodologia 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), tendo como base a "eficiência com efetividade" e a construção participativa.

O QUE VEM POR AÍ

Museu da Língua Portuguesa

Exposição destaca línguas indígenas

A próxima exposição temporária do Museu da Língua Portuguesa, que conta com o patrocínio máster do Instituto Cultural Vale, destacará as línguas indígenas brasileiras. Com coordenação de Isa Grinspum Ferraz e curadoria de Daiara Tukano, Luciana Storto e Majoi Gongora (assistente curatorial), a mostra terá como premissa o reconhecimento da diversidade do patrimônio ético e estético das culturas indígenas, apresentando a riqueza e a profundidade dos universos dos variados povos. A exposição fará um diálogo com as referências aos povos indígenas que passaram a integrar a exposição de longa duração do Museu da Língua Portuguesa após a reinauguração.

Homenagem a Saramago e Dia da Língua Portuguesa

Em parceria com a Fundação Saramago e a Companhia das Letras, o Museu da Língua Portuguesa vai comemorar em 2022 o centenário de nascimento do escritor português José Saramago. Além de um ciclo de webinários com escritores brasileiros contemporâneos comentando a obra do Nobel de Literatura, o Museu promoverá a Instalação *O Conto da Ilha Desconhecida*, baseada na obra infantojuvenil de mesmo nome. A instituição pretende proporcionar, de forma gratuita, uma experiência cenográfica imersiva onde serão recriados os elementos fantásticos retratados no conto. O ambiente construído poderá ser usufruído de forma lúdica pelo público. A ocupação será também integrada às comemorações do Dia da Língua Portuguesa que, em 2022, acontecem nos dias 5 a 7 de maio, em formato híbrido.

Objeto Digital de Aprendizagem

Com verba de R\$ 50 mil do ProAC ICMS Direto, o Centro de Referência do Museu da Língua Portuguesa vai elaborar ao longo de 2022 um Objeto Digital de Aprendizagem – um recurso digital desenvolvido para apoiar o processo de ensino-aprendizado por meio da tecnologia. O ODA será realizado a partir dos acervos do MLP e disponibilizado gratuitamente para professores e estudantes.

Museu do Futebol

Nova exposição de longa duração

O IDBrasil já iniciou os preparativos para renovar a exposição de longa duração do Museu do Futebol. A mostra atual é de 2008 e terá não apenas as informações, mas a tecnologia e as premissas conceituais também atualizadas. Questões como a história e a presença da mulher brasileira no futebol, o esporte como espaço para demandas sociais e luta contra o racismo serão integradas à nova exposição, que será desenvolvida ao longo de 2022 e implementada em 2023.

Os trabalhos serão acompanhados pelo Comitê Curatorial composto em 2021 e que conta com a participação dos jornalistas Marcelo Duarte (coordenador) e Milly Lacombe, do ex-jogador Raí Oliveira, do pesquisador Flávio de Campos, do cineasta Rodrigo Saturnino, do poeta Sérgio Vaz e da equipe interna, incluindo Marília Bonas (diretora técnica), Maurício Rafael e Juliana Pons (museólogos), lalê Cardoso (Educativo), Mariana Chaves (Exposições e Programação Cultural) e Renata Beltrão (Comunicação).



Foto: Ciete Silvério

Itinerância em Araraquara

Em 2022, a cidade de Araraquara receberá a itinerância da exposição *CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol*, montada originalmente na sede do Museu do Futebol em 2019. O projeto recebeu aporte de R\$ 250 mil do ProAC Direto para democratizar o acesso do público à mostra, que destacou os anos de proibição do futebol feminino no Brasil, entre 1941 e 1979, e as marcas de preconceito e falta de estrutura deixadas na modalidade até hoje.

Jovens no comando

Em 2022, o Museu do Futebol contará com um Comitê Jovem formado por seis adolescentes de 16 e 17 anos, selecionados por meio de edital, que terão o objetivo de interagir com as diversas áreas do museu para propor caminhos possíveis de aproximação com o público desta faixa etária. O grupo, formado por três meninas e três meninos, recebe uma bolsa mensal e participa de atividades quinzenais no Museu, sempre aos sábados.

O IDBRASIL SEGUNDO O PÚBLICO

Museu da Língua Portuguesa

Tive uma visita guiada no Museu da Língua Portuguesa e para minha surpresa lá tinha materiais de Ailton Krenak, Davi Kopenawa e Marcia Mura. Além da sala de som que tem Guarani Mbya e Yanomami. Agora quero voltar lá só para ver os parentes, fiquei genuinamente emocionada.

Julie Dorrico, escritora, no Instagram

Me emocionei com essa exposição. Tudo maravilhoso, os depoimentos nos fazem perceber a realidade da imigração por todos os ângulos.

Elizandra Zamarchi, visitante, no Instagram, sobre a exposição Sonhei em português!

"Divulguem, divulguem e divulguem o museu, todos devem ter a oportunidade de ter essa experiência de estar, sentir e reconhecer o valor e a importância Língua Portuguesa".

"Eu me senti muito à vontade, durante a visita... porque os colaboradores são super atenciosos e nos atendem bem!!!"

"Adorei conhecer o Museu. Fiquei profundamente tocada com a tragédia do incêndio e esperava a oportunidade de poder conhecer o Museu, pois não costumo ir a São Paulo com frequência. Foi uma experiência de conhecimento e de sensibilidade incrível. Obrigada."

"Eu amei o museu! Fui como uma estudante curiosa e saí como um ser humano totalmente encantado com o empenho cultural e a democratização dos conteúdos explorados dentro do Museu. É lindo ver o trabalho, as pesquisas e como podemos aprender de forma dinâmica e divertida. Indico para todas as pessoas!"

Visitantes anônimos, em depoimentos deixados na pesquisa espontânea de público

Museu do Futebol

Esse ambiente é muito 10, uma viagem no tempo, encontrei o velho Telê Santana, vi Ayrton Senna, Maradona... Pra quem é fã de futebol, é imprescindível antes de morrer conhecer esse Museu. Gostei muito, fui super bem tratado.

Flávio Petit, visitante, pelo Instagram

Eu sou apaixonado por você @museudofutebol - toda viagem para São Paulo, uma visita 💮 🧡.

Willian Kaíko, visitante, pelo Instagram

Lugar muito especial para quem ama futebol!!! Não vejo a hora de voltar!! Obrigado @museudofutebol por uma experiência tão fascinante!!

Marcel Costa, visitante, pelo Instagram

Visitantes anônimos, em depoimentos deixados na pesquisa espontânea de público

[&]quot;Excelente. Fomos muito bem recebidos pela Julia, que nos proporcionou uma experiência maravilhosa!"

[&]quot;Muito bom... o funcionário que explicou tudo na maquete pra nós, muito educado... muito simpático".

[&]quot;Maravilhoso!!! Meus netos amaram!!!"

[&]quot;Gostaria de agradecer imensamente o Sr. Ademir pela dedicação e paciência em nos atender com tamanho carinho com a minha avó idosa. Figuei emocionada com a eficácia e o cuidado".

IDBrasil Cultura, Educação e Esporte is the Social Cultural Organization responsible for managing the Football Museum since its opening in September 2008, and the Museum of the Portuguese Language since July 2012. It is a private, non-profit organization that provides public service of interest to the community. The museums are managed through a Contract signed with the São Paulo State Government's Secretariat of Culture and Creative Economy, which provides part of the resources needed to manage the two institutions, a budget complemented by funding carried out by the OS itself (box office, sponsorships, onerous assignment of space for private events). It is a cultural equipment management model that has been in force in the State of São Paulo since 2005 and has been driving great advances. The achievements presented here are the result of the successful partnership between the Government of São Paulo and the Social Cultural Organizations, which have been revitalizing the State's actions in the area and guaranteeing the expansion of access and the democratization of cultural facilities. IDBrasil thanks all its employees, collaborators and the technical teams of the Secretariat of Culture and Creative Economy for their efforts.

PRESENTATION

Responsible for the management of two pioneering Brazilian museums - the Football Museum and the Museum of the Portuguese Language, the social organization IDBrasil went through the year 2021 with major internal transformations. The Covid-19 pandemic and the desire to improve the thinking behind the museological work provoked significant organizational changes, with the objective of consolidating the expertise of the social organization in the management of museum institutions committed to the audience interest and their social function.

The change took place from an internal reorganization, with the creation of a Museological Advisory that, in direct relationship with the Boards, starts to articulate all areas of the two museums, and the transversal adoption of three guiding pillars: the museum-process, characterized by systemic management that articulates preservation, research and communication; the hybrid museum, in which the digital world is an extension of the institution and not just a tool; and the citizen museum, committed to the quality of services and engaged in public life.

Part of the results of this new positioning could already be seen in 2021. With this report, we share these achievements with our partners and reaffirm our commitment to specialized, efficient, transparent management, committed to building a better world.

Museum of the Portuguese Language reopened

After five and a half years of restoration work, the Museum of the Portuguese Language reopened to the audience on July 31, 2021, with a ceremony marked by the presence of authorities from the Portuguese-speaking world: the governor of São Paulo, João Doria, and the secretary for the State of Culture and Creative Economy, Sérgio Sá Leitão; the president of Portugal, Marcelo Rebelo de Souza, and of Cape Verde, Jorge Carlos Fonseca; the Minister of Culture of Angola, Jomo Francisco Fortunato, former Brazilian Presidents Fernando Henrique Cardoso and Michel Temer; and the Mayor of São Paulo, Ricardo Nunes.

IDBrasil's mission was to reconstitute the teams and equip the Museum of the Portuguese Language to open it to the audience with an excellent service, which reflects the investment made in the reconstruction work. Around 80 professionals were hired and trained in selection processes that sought to form a diverse group. In this new phase, it was also up to the social organization to start the work of mobilization and relationship with the residents and workers of the territory where the institution is located.

IDBrasil, in conjunction with the Roberto Marinho Foundation and the Secretariat of Culture and Creative Economy, was also responsible for widely publicizing the reopening of the Museum, in order to reconstitute its reputation in the Brazilian and Portuguese-speaking cultural universe, as well as guaranteeing the attraction of the audience from the very first reopening days, even in the adverse context of the coronavirus pandemic.

Towards a new Football Museum

Manager of the Football Museum since the equipment first opened to the audience, in 2008, IDBrasil was again selected by the Secretariat of Culture and Creative Economy for another five-year cycle at the head of the institution. The work plan proposed to the SEC received a score of 9.85, having reached the maximum index in 19 of the 24 items evaluated. For this new five-year

period, one of the commitments assumed is the renewal of long-term exposure.

All programs included in the work plan were aimed at achieving the commitment to make the Football Museum a process museum, characterized by systemic management that articulates preservation, research and communication; a hybrid museum, in which the digital world is an extension of the institution and not just a tool; and a citizen museum, committed to the quality of services and engaged in public life.

In addition, the proposal innovated by presenting changes in the organizational structure aimed at deepening the museum's technical knowledge of the institution, which now has a Museological Advisory Service specialized in museum management (both the aforementioned commitments and the Museological Advisory are also valid for the Museum of the Portuguese Language).

With this, the population can expect for the 2021-2026 cycle a Football Museum with more participatory processes and even more attentive to questions about diversity and non-hegemonic forms of sport.

EXHIBITIONS AND FACE-TO-FACE AUDIENCE

AUDIENCE I	N NUMBERS
Visiting audier	nce (in person)
81.450 MPL 159. TO	77.792 FM .242 TAL
Audience Satisfaction	on Index (in person)
95% MPL	94% FM

The three temporary exhibitions held by IDBrasil throughout 2021 were intended to present new reflections to the audiences of the Football Museum and the Museum of the Portuguese Language, stimulating questions about the central themes presented by the two institutions.

At the Football Museum, the team's internal discussions on the topic of racism led to the proposal of an exhibition that marked institutional adherence to anti-racist practices, a commitment that becomes permanent and guides future actions. At the Museum of the Portuguese Language, there were two temporary exhibitions in the semester of its reopening, one proposing to question the boundaries of the erudite and the popular in contemporary art, and the second dedicated to debating the migrations of the 21st century as one of the great humanitarian issues faced by the present-day world.

Throughout the year, the two museums together received just over 159,000 visitors, even with all the restrictions still in place due to the Covid-19 pandemic. Attention to health protocols ensured that the two institutions were considered "safe" and "very safe" by respondents to audience satisfaction surveys.

Museum of the Portuguese Language

Loose Tongue July, 2021 I October, 2021

The temporary exhibition chosen to open together with the Museum of the Portuguese Language proposed to blur the boundaries between erudite and popular, presenting works of contemporary art along with everyday objects - all artifacts that anchored their meanings from the word. Curated by Moacir dos Anjos and Fabiana Moraes, the show welcomed the first visitors to the Museum of the Portuguese Language in a space dense with meanings, with its 180 works, starting with three banners from Pernambuco's maracatu intensely photographed by the audience.

Assembled since before the opening of the Museum, Loose Tongue had a short-anticipated premiere in May, during the celebrations of the week of the International Day of the Portuguese Language.

I dreamt in Portuguese! November 2021 | June 2022

Dealing with migration as a human right was the premise of the new temporary exhibition held by the Museum of the Portuguese Language from November 2021. Curated by Isa Grinspum Ferraz, I dreamt in Portuguese! proposed to thematize this, which is one of the great social issues of the 21st century, revealing how this experience is crossed by the need to learn a new language.

Mainly based on artistic installations made specifically for the show. I dreamt in Portuguese! also presented the testimonies of thirteen foreign immigrants who live in São Paulo and six Brazilians established in other countries. In this way, based on personal stories, the exhibition sought to humanize and broaden the debate on the subject.

Football Museum

Reaction Time – Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday June 2021 | January 2022

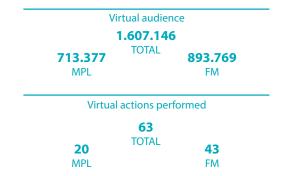
In 2021, 150 years of the invention of the goalkeeper are marked, a position that only emerged years after football itself. It was also the centenary year of a great Brazilian big player: Moacyr Barbosa (1921-2000), idol of Vasco da Gama and the Brazilian National Team, whose career ended up marked by the racist narrative about Brazil's defeat to Uruguay in the 1950 World Cup final - an episode that became known as Maracanazo.

The Football Museum turned the two events into an opportunity to engage the audience in the debate on racism in sport. With the collective curatorship of Daniela Alfonsi (coordination), Amália Cursino, Marcelo Carvalho, Diogo Silva and Marcel Diego Tonini (consultants) and the participation of the Museum's teams, the exhibition was designed to win over the audience with the theme of the heroes and heroines of Shirt 1. to then present the antiracist cause, calling everyone to reflection.

New projectors

IDBrasil exchanged 27 projectors from the Football Museum's long-term exhibition, improving the quality of the visitors' experience. The measure also represents a savings of around 10% in energy costs.

CULTURAL SCHEDULE



The year 2021 required IDBrasil's versatility to maintain the Football Museum and the Museum of the Portuguese Language with relevant cultural programming even under the adverse context of the Covid-19 pandemic. In both institutions, the virtual environment was heavily used to maintain the offer of activities to the audience even in periods when they remained closed or with reduced audience capacity, a context in which face-to-face events were still prohibited. With the advance of vaccination, these were resumed in the second semester, with the adoption of the necessary sanitary measures to guarantee the safety of all participants. The period was one of learning about the configuration of cultural schedules that take place both in person and in the digital environment, and contributed to the institutional maturation towards the idea of a hybrid museum, which became one of the pillars of IDBrasil's performance. In the case of the Football Museum, the adaptations were the subject of a documentary that recorded the challenges faced by the team during the pandemic.



Museum of the Portuguese Language

Hybrid schedule

The cultural programming of the Museum of the Portuguese Language started to be busy since the beginning of the year, when the measures for the reopening were still being finalized - therefore, one more reason besides the pandemic for IDBrasil to seek digital and hybrid formats to re-engage the audience and create anticipation for the opening.

One of the great highlights of this context was the International Day of the Portuguese Language, in May, which featured nine online events and in-person visits to the Loose Tongue exhibition. The pre-opening attracted great attention from the press, mainly from TVs, which for the first time were able to see an environment of the Museum already in operation. Among the digital events, the highlight is the poetic activation created by the musician Tom Zé especially for the exhibition. Broadcasts were also carried out in partnership with literary festivals, including Flip; and lives from the The Word in the Now project.

In the second half of the year, in-person programming began in hall B, with an emphasis on the Viva Palavra show, the holding of three soirees and the Creative Light Fair, with independent exhibitors. The program has contributed to attract a new movement to Estação da Luz.



Portuguese Language Day

Football Museum

Mobilizing niches in the digital world

IDBrasil held 43 digital events throughout the year at the Football Museum, seeking to offer activities to engage different types of audiences. The thematic focus favored the mobilization of people interested in specific niches within the great football theme, which was designed to enable focused dissemination and, thus, increase audience participation. In April, the seminar Forbidden and Insurgents was held, in four modules, to commemorate the 80th anniversary of the publication of the decree-law that prevented Brazilian women from playing soccer. There were also meetings of collectors and lives linked to ephemerides - such as on the anniversary of the city of São Paulo, a table with researchers from the history of clubs in São Paulo.

Racism and goalkeepers

The temporary exhibition Reaction Time – Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday was linked to a series of events related to racism in sport and the experiences of female and male goalkeepers. One of the highlights was the dissemination of the Racial Discrimination in Football Report, broadcast from within the exhibition, in partnership with the Observatory of Racial Discrimination in Football and Facebook. Another action with great repercussion, in partnership with the TikTok platform, was a virtual visit to the exhibition, mediated by Fernando Richter, from the Papo de Goleiro channel.

In person with safety

With the adoption of all protocols to minimize the possibility of transmission of Covid-19, the in-person programming of the Football Museum was resumed in October, with the holding of Panini Day, an event in partnership with the publisher responsible for the football sticker albums in Brazil. Film and book launches were also held in the auditorium, with emphasis on the only inperson session held by the 12th CINEfoot - Football Film Festival. Since it was created, the festival has had one of its exhibition rooms in the Armando Nogueira Auditorium.

EDUCATIONAL

Faced with the uncertain scenario due to the pandemic, IDBrasil's educational teams remained active in hybrid work proposals to keep diverse audiences engaged throughout the year - students of different levels of education, teachers, tour guides, people with disabilities, elderly, museum neighbors and spontaneous visitors, among others.

With face-to-face classes in São Paulo schools only resuming on November 16, the teams maintained a strong emphasis on the digital service of classes, supporting teachers and schools in the diversification of activities. In this way, IDBrasil made museums available to the community in what was one of the biggest challenges of the pandemic - keeping students interested in the learning process, considering all the difficulties of remote teaching.

For in-person audiences, it was time to reaffirm museums as safe spaces for all people, with the reinforcement of the guidelines of the current health measures.

Museum of the Portuguese Language

15.703	855
visitors	students or
assisted	Groups
VIRTUAL SERVI	CE TO SCHOOLS
95	2.100
actions	Students
performed	Assisted
TRAINING I	PROGRAMS

Reconnecting the Museum to the Public

With the reopening of the Museum of the Portuguese Language to the audience in August 2021, one of the priorities was to recompose and qualify the Educational Team, responsible for direct service to visitors, especially in the context of the health measures in force against Covid-19. The work began even before the reopening, with the prior visit to the temporary exhibition Loose Tongue, during the celebrations of the International Day of the Portuguese Language.

Then, in the first months of operation, 100% of the audience was welcomed by educators and advisors, who helped visitors to circulate around the building in a unidirectional circuit, in addition to raising awareness of the need to wear a mask and maintain social distance. In November, with permission for group visits, the Educational Team returned to serve schools and to carry out thematic visits to the exhibitions and the Luz Station building.

Training of professionals

In addition to rebuilding and training its own team of educators and advisors, IDBrasil also invested in the training of other professional audiences with a view to reconnecting with the Museum of the Portuguese Language. This was the case of tour guides, teachers, students of Pedagogy and Letters and professionals from other teams of IDBrasil itself. In all, 322 people were assisted, in dynamics created specifically for each category.

Football Museum

Online Educational Interactions		
466	8003	
meetings held	students assisted	

Education on screen

The Educational Team quickly adapted to continue serving the school audience while the development of the pandemic still prevented the holding of in-person classes, which also demobilized service to groups at the Museum. The team of educators created its own dynamic so that the interaction with students and their teachers was dynamic and fun, even with the limitations of the screen. The result was the high demand for the meetings, which totaled 466 throughout the year, with more than 8,000 students attended.

From the creativity to circumvent an external restriction, there was also a learning: online educational interactions geographically expanded the educational audience of the Football Museum, which remotely served schools in Minas Gerais and Ceará, as well as several regions of the State of São Paulo. The demand was the result of both expanded communication work and word of mouth among teachers. The students served by the program were mostly from Elementary School.

Sharing experiences and activities

One of the Football Museum's fronts during the pandemic was the transposition of games and activities previously carried out in person to the digital environment - there were 24 adaptations carried out throughout the year. In order to share experiences, the Educational Team also launched a booklet aimed at teachers, with suggestions for activities related to the major themes dealt with by the Football Museum - the relationship with the neighborhood, the history of Brazil through football, suggestions for preparatory activities before a visit to the museum, as well as tips for books and movies with relevant themes to use in the classroom.



Booklet of the Educational Team for Teachers

DIVERSITY AND INCLUSION

Citizen Museum is one of the pillars of action implemented by IDBrasil in 2021, in a way to materialize the idea that museum institutions are committed to the social development of the communities where they are inserted. In this sense, actions aimed at inclusion and diversity were highlighted throughout the year - both in relation to the external audience, but also in relation to the internal audience. The social organization intensified the practice of promoting training actions for employees on topics related to human rights and diversity.



Assistance protocol to the Portuguese Language Museum audience

Museum of the Portuguese Language

Territory: the community at the center

The deepening of the relationship with the locality where the Museum of the Portuguese Language is located was one of the differentials implemented by IDBrasil for the cycle that began with the preparations for the pre-opening. The institution now has a team dedicated to strengthening the relationship with people who live or circulate in Bom Retiro, Luz, Campos Elíseos and Santa Ifigênia, neighborhoods of the territory with great social challenges, deepened during the pandemic.

IDBrasil started by mapping the territory's cultural, social, educational and health institutions, and then prepared an internal booklet with a protocol for serving the Museum's audiences. Throughout the year, 15 special visits were made to articulators of the territory - about 70 people who already had a relevant role in the neighborhoods, and who were considered a priority audience to establish joint actions.

Groups of people assisted by social institutions were among the first to visit the Museum of the Portuguese Language during the pre-opening of the Loose Tongue exhibition. The Neighbors Program was also launched, issuing 657 cards for free admission to the Museum.

Connection with the street

As part of the actions aimed at inserting the Museum into the life of the neighborhood, IDBrasil invited the Birico Arte group to carry out free activities and workshops on the street, in front of Concourse B of Estação da Luz - a new space, which has been activated in an unprecedented way. since the reopening of the Museum. The four occupations carried out in 2021 served 170 people with poetic activities or activities related to written expression. In December, as part of the Sonhar o Mundo campaign, by the Secretary of Culture and Creative Economy, Birico held the special occupation Mulheres de Luz, in Hall B, together with a presentation by Ilu Obá de Min.

Football Museum

Reliving Memories #AtHome

Reliving Memories #AtHome

540

Assistances

Affection in the pandemic

The Reliving Memories #AtHome program was the biggest highlight of the Educational Team of the Football Museum during the pandemic, providing remote service to the elderly, people with disabilities or in a situation of vulnerability. Adapted for the digital environment based on the experience originally developed with patients with Alzheimer's Disease, in partnership with the Cognitive and Behavioral Neurology Group at Hospital das Clínicas, the program was transferred to the digital environment as a way of providing affective support to the groups. more vulnerable to the pandemic, and more impacted by social isolation.

Throughout the year, 540 individual or group visits were made to people from all over the country. In a special meeting, a group of elderly people was able to interact directly with former player Zé Maria, an idol for Corinthians in the 1970s and 1980s. The program was featured in the press - including TV Globo's Fantástico program - and won a documentary produced by the Football Museum itself. The success of the initiative led to an invitation to share the experience at Ibermuseus, a cooperation program for museums in Ibero-America.



Watch the documentary Reliving Memories

RESEARCH

IDBrasil was at the forefront with the implementation of the Brazilian Football Reference Center, an innovative nucleus in the research, dissemination and safeguarding of digital and digitized collections. With the new cycle in charge of the Museum of the Portuguese Language, the organization was also responsible for implementing the institution's Reference Center, which consolidates OS's position as a specialist in museums dedicated to intangible heritage. With the two Reference Centers in full operation and based on the exchange of experiences between the teams, IDBrasil expands the possibilities of developing innovative processes in this field.

Museum of the Portuguese Language

Reference Center implemented

One of the great news of the reopening of the Museum of the Portuguese Language was the implementation of its Reference Center, a sector responsible for researching, documenting and disseminating the material and immaterial heritage references that make up the collection, having among its missions also the dissemination of knowledge and the establishment of national and international partnerships. The Reference Center is located in a room in the historic wing of the Luz Station building and is open to the audience, including the availability of computers with internet access.

In this first semester of operation, still under the pandemic, the Center organized an intense virtual program, bringing together the community of researchers and those interested in the Portuguese language and linguistics, in addition to offering content of interest to the general audience. For example, there was a virtual exhibition about Luz Station, a documentary about watchmaker Augusto Fiorelli, and an interview with musician Tom Zé on the occasion of his 85th birthday, as well as a webinar and conversation circle.

The events and documentaries produced by CRMLP are available on YouTube: youtube.com/museudalinguaportuguesa

International seminar

In December, CRMLP brought together speakers from 13 countries, spread across four continents, at the International Seminar Language Travel: With multilingualism in Portuguese-speaking territories and their social and cultural contexts as a central theme, the virtual event was conceived with the contribution of IDBrasil counselors Esmeralda Negrão and Marina de Mello e Souza. The Seminar had space for the presentation of works, having received 37 submissions, in addition to associated cultural programming. Overall, 383 participation certificates were issued. The material is still available on YouTube of the Museum of the Portuguese Language.

Digital Safeguard

A pioneer in Brazil in the treatment of an intangible heritage based on audiovisual references, the Museum of the Portuguese Language now has a Digital Safeguard Plan. The document organizes the technical procedures and establishes managerial actions and goals to implement and improve practices aimed at the custody and maintenance of the files that make up the MPL's digital collections.

Football Museum

Democratization of content on the internet

One of the CRFB's most consistent fronts for 2021 concerns the commitment to democratize access to verified content on the internet. By joining the GLAM initiative (Galleries, Libraries, Archives and Museums), the Football Museum became part of the group of cultural institutions that make their collections available in the audience domain to the Wikipedia, Wikidata and Wikimedia Commons platforms.

About 90 photographs related to women's football collected during the research were shared for the realization of temporary exhibitions. The images have been granted a license that authorizes anyone to use them for any purpose, even for commercial purposes, as long as credits are maintained and derivative works are licensed under the same terms.

Two editathons were also held throughout the year - editing and inclusion marathons of entries on Wikipedia, one on Paralympic sports, and another on male and female goalkeepers, relating the action to the theme of the exhibition Reaction Time – Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday.

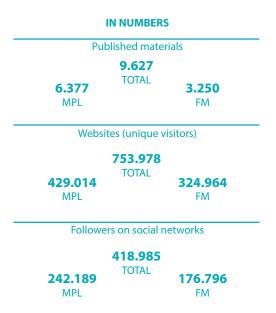
Black protagonism

In support of the exhibition Reaction Time – Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday, the CRFB cataloged 61 items from the personal collection of goalkeeper Moacyr Barbosa, mainly photographs and documents, which for two decades had been kept by his daughter, Tereza Borba. The items were entered into the Football Museum database and are available for audience consultation. From this collection, a virtual exhibition of the same name was created in 2021 on the Google Arts&Culture platform.

Diversity in the Field

The CRFB continued to collect interviews and items related to teams, people and memories of football played by LGBTQIA+ teams in Brazil. By the end of 2021, 366 items had already been mapped, of which 135 were cataloged by the Museum.

COMMUNICATION



The Communication work carried out by IDBrasil is designed to enhance the visibility of the Museum of the Portuguese Language and the Football Museum, helping to attract new audiences, build institutional reputation and generate interest to potential sponsors and supporters. Throughout 2021, the team dedicated to this work managed to provoke 9,627 mentions of museums in the

media, reaching an average of more than 26 stories per day - an important part of them in the most watched TV news in Brazil.

In social networks, IDBrasil's strategic action is not limited to the dissemination of activities, exhibitions and service information. The social organization marks the presence of museums on the internet through systematic articulation with digital influencers and carrying out actions designed to go viral, in order to reach non-audiences of the institutions. In addition, Communication works in synergy with the other areas of museums to enhance the hybrid-museum proposal, so that the digital environment is effectively an extension of the institutions, and not just a channel of dissemination.

Museum of the Portuguese Language

Reopening in the international media

The re-inauguration of the Museum of the Portuguese Language had repercussions throughout the world, especially in Portuguese-speaking countries, thanks to the articulated work between the communication offices of IDBrasil, the Roberto Marinho Foundation and the Secretary of Culture and Creative Economy of the State of São Paulo. The strategy included exclusive visits for journalists before the opening, a press conference with the governor and the full availability of the IDBrasil team to attend the vehicles in person, before and after the opening.

Considering the period from 30 days before the opening ceremony to 30 days later, 3,062 articles were published mentioning the Museum, including 151 on TV stations, 107 on radio and 196 on print vehicles - a result far beyond expectations, and which generated a media equivalence of more than BRL 156 million.

The reopening was featured in programs such as Fantástico and Jornal Nacional, on TV Globo; O Globo, O Estado de S. Paulo and Folha de S. Paulo, where it appeared in a double-page article; Veja São Paulo, as well as dozens of regional vehicles. Among foreign vehicles, in addition to Portuguese-speaking countries, the opening was highlighted in Sweden, Germany and Japan.

Portuguese Language Day

The reopening began to have an impact on the audience three months before the ceremony, with the holding of events alluding to the Portuguese Language Day, celebrated on May 5th. During

the week in which an intense online program was held, the pre-opening of the Loose Tongue exhibition was used by the IDBrasil team to attract the press and anticipate, in the media, the expectation for the reopening. Only 28 articles were broadcast on TVs, totaling almost an hour of transmission about the Museum.

2021 Retrospective direct from the Museum

The Museum's availability for various recordings meant that the institution was chosen by TV Globo to host the broadcast of Retrospective 2021, recorded in the long-term exhibition.

Football Museum

Conscious coverage of racism

Based on the exhibition Reaction Time – Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday, the IDBrasil team sought to encourage the press to carry out conscious coverage related to racism in sport, going beyond the promotion of the exhibition as an option for a visit. The best result in this regard was the special article on Esporte Espetacular, a weekly program on TV Globo that airs on Sundays throughout the country. The conversations with the production and reporting team contributed to the production of a critical and in-depth article, which problematized the very role of the press in the racist narrative about Brazil's defeat in the 1950 World Cup. By editorial choice - explained to viewers - the program did not show the image of goalkeeper Barbosa taking goals from Uruguay. In November, IDBrasil's Communication team participated in the planning and execution of the press conference to launch the annual report of the Observatory of Racial Discrimination in Football, contributing to the repercussion of the data.

#MyRival is on Trending Topics

An action planned by the IDBrasil team to mark International Women's Day was one of the most talked about topics on Twitter on March 8: through #MyRival (#MeuRival), the Football Museum encouraged women to share sexist situations in the sports environment - the "rival" in question was chauvinism itself. The initiative was joined by dozens of journalists and athletes, went viral and reached people outside the sports environment, such as singer Maria Rita. As a result, the action was spontaneously reported by the press, as one of the most relevant topics on the internet of the day.

MANAGEMENT

FUND-RAISING

Incentive laws

R\$ 9.643.200

TOTAL

R\$ 4.718.744

MPL

R\$ 4.744.456

FM

Onerous assignment of spaces

R\$ 400.909
TOTAL

R\$ 308.335
FM

Box office

R\$ 1.618.309
TOTAL

R\$ 763.149
FM

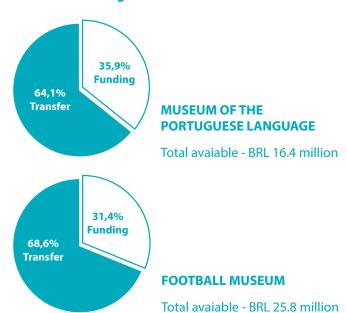
Media partnerships and exchanges

R\$ 2.321.009
TOTAL

R\$ 16.178
MPL

R\$ 2.304.831
FM

Transfer x Funding



Fund-raising

IDBrasil is currently one of the social cultural organizations in the State of São Paulo that raises the most funds from external sources, using various strategies to ensure material conditions that enable the provision of quality service to the audience. In 2021, a total of BRL 14 million was raised for the two museums, including sponsorship, the onerous assignment of spaces, box office, media exchange and other sources. The amount corresponds to an increase of 49.5% in the amount transferred by the State.

The reconstruction of the Museum of the Portuguese Language is an undertaking of the Federal Government and the Government of the State of São Paulo, through the Secretariat of Culture and Creative Economy, conceived and carried out in partnership with the Roberto Marinho Foundation. The reconstruction of the Museum is sponsored by EDP, sponsored by Grupo Globo, Itaú Unibanco and Sabesp - all through the Federal Law of Incentive to Culture. The support is provided by the Calouste Gulbenkian Foundation. The sponsors of the 2021 Season were the companies Grupo Volvo and Itaú Unibanco; the supporters were Booking. com and Grupo Ultra; the partner companies were Cabot, Mattos Filho office, Faber-Castell, Verde Asset Management and Bain&Company. Rádio CBN, Revista Piauí and Guia da Semana and Dinamize were its media partners. Its strategic partners were Metrô and CPTM. The Season was funded by the Federal Law of Incentive to Culture and will receive, in 2022, a resource from the Cultural Action Program - ProAC Public Notices of BRL 50,000 to develop a Digital Learning Object (ODA) from its Reference Center.

The 2021 Season of the Football Museum was sponsored by Aché Laboratórios Farmacêuticos, which also sponsored the program Museu Amigo do Idoso. The supporters were: SporTV/Globo, EMS Farmacêutica, TIVIT, Evonik Brasil and Pinheiro Neto Advogados. Rádio CBN, UOL, Revista Piauí, Gazeta Esportiva, Guia da Semana, Dinamize and JCDecaux were its media partners. The temporary exhibition Reaction Time – Goalkeeper Barbosa's 100th Birthday was sponsored by SporTV, supported by EMS Farmacêutica and, as partners, Poker Esportes and UOL, and content consulting by the Observatory of Racial Discrimination in Football, Coletivo Pretaria and Malik Esporte e Cultura. Its strategic partners were Allegra Pacaembu, Metrô, Panasonic, Lew Lara TBWA, ABERJE, ABRACOM and ACEESP.

Also noteworthy is the approval of BRL 250,000 in ProAC Direto for the itinerancy of the COUNTER-STRIKE! Women in Football in the countryside. The exhibition should be held in 2022, and the fundraising of BRL 1.1 million for the project approved by the Law of Incentive to Sports Praia de Paulista - LIE, to be held in 2023, together with the companies Braskem, SEMPTCL, Pinheiro Neto Advogados.

Diversity Census

In line with the idea of configuring the Football Museum and the Museum of the Portuguese Language as citizen museums, IDBrasil carried out its first Diversity Census with the internal team, with the aim of identifying the profile of outsourced employees and collaborators and subsidizing future human Resources. The Census was carried out through an online form, anonymously, and had the participation of 203 of the 220 people allocated to the two museums - 92% of the total. The strategy of making computers and tablets available to outsourced employees, who also had help to respond, when requested, counted for good adherence.

The idea of the census is one of the results of GT Diversidades, a group started by employees of the Football Museum, and later expanded to the Museum of the Portuguese Language, which has constant dialogue with the Board of Directors and the Human Resources Center to promote actions that contribute to a welcoming, friendly, respectful, safe and professional work environment.

Sustainability as a goal

Another major advance in management throughout 2021 was the implementation of IDBrasil's Internal Sustainability Committee, made up of representatives from all areas, both medium and final of the organization. The Committee is one of the steps towards the new methodology proposed by the organization to strengthen sustainability as a transversal and multidimensional practice in both museums. This methodology integrates sustainability into the museums' annual planning actions, in addition to facilitating the familiarization of teams with the different dimensions of sustainability and the Sustainable Development Goals (SDGs), based on "efficiency with effectiveness" and participatory construction.

WHAT'S NEXT

Museum of the Portuguese Language

Exhibition highlights indigenous languages

The next temporary exhibition at the Museum of the Portuguese Language, which is sponsored by the Vale Cultural Institute, will highlight Brazilian indigenous languages. Coordinated by Isa Grinspum Ferraz and curated by Daiara Tukano, Luciana Storto and Majoi Gongora (curatorial assistant), the exhibition will have as its premise the recognition of the diversity of the ethical and aesthetic heritage of indigenous cultures, presenting the richness and depth of the universes of the various people. The exhibition will make a dialogue with the references to indigenous peoples who became part of the long-term exhibition of the Museum of the Portuguese Language after its reopening.

Saramago and Portuguese Language Day

In partnership with Fundação Saramago and Companhia das Letras, the Portuguese Language Museum will celebrate in 2022 the centenary of the birth of the Portuguese writer José Saramago. In addition to a cycle of webinars with contemporary Brazilian writers commenting on the work of the Nobel Prize in Literature, the Museum will promote the installation The tale of the unknown island, based on the children's work of the same name. The institution intends to provide, free of charge, an immersive scenographic experience where the fantastic elements portrayed in the tale will be recreated. The built environment can be enjoyed in a playful way by the audience. The occupation will also be integrated into the celebrations of the Portuguese Language Day, which, in 2022, will take place from May 5th to 7th, in a hybrid format.

Digital Learning Object

With a budget of BRL 50 thousand from ProAC ICMS Direto, the Reference Center of the Portuguese Language Museum will develop a Digital Learning Object throughout 2022 - a digital resource developed to support the teaching-learning process through technology. The Digital Learning Object will be carried out from the MPL collections and made available free of charge to teachers and students.

Football Museum

New long-term exhibition

IDBrasil has already started preparations to renew the long-term exhibition of the Football Museum. The current exhibition is from 2008 and will have not only the information, but the technology and conceptual premises as well. Issues such as the history and presence of Brazilian women in football, sport as a space for social demands and the fight against racism will be integrated into the new exhibition, which will be developed throughout 2022 and implemented in 2023.

The works will be monitored by the Curatorial Committee composed in 2021 and with the participation of journalists Marcelo Duarte (coordinator) and Milly Lacombe, former football player Raí Oliveira, researcher Flávio de Campos, filmmaker Rodrigo Saturnino, poet Sérgio Vaze from internal team, including Marília Bonas (technical director), Maurício Rafael and Juliana Pons (museologists), lalê Cardoso (Educational), Mariana Chaves (Exhibitions and Cultural Programming) and Renata Beltrão (Communication).

Itinerance in Araraquara

In 2022, the city of Araraquara will host the exhibition COUNTER-STRIKE! Women in Football, originally assembled at the headquarters of the Football Museum in 2019. The project received a contribution of BRL 250 thousand from ProAC Direto to democratize audience access to the exhibition, which highlighted the years of banning women's football in Brazil, between 1941 and 1979, and the marks of prejudice and lack of structure left in the modality until today.

Young people in charge

In 2022, the Football Museum will have a Youth Committee made up of six teenagers aged 16 and 17, selected by means of an audience notice, which will aim to interact with the different areas of the museum to propose possible ways of approaching the audience of this event age group. The group, made up of three girls and three boys, receives a monthly grant and participates in biweekly activities at the Museum, always on Saturdays.

IDBRASIL ACCORDING TO THE PUBLIC

Museum of the Portuguese Language

I had a guided tour of the Museum of the Portuguese Language and to my surprise there were materials by Ailton Krenak, Davi Kopenawa and Mareia Mura. In addition to the sound room that has Guarani Mbya and Yanomami. Now I want to go back there just to see the relatives, I was genuinely touched.

Julie Dorrico, writer, on Instagram

I was moved by this exhibition. Everything was wonderful. The testimonies make us perceive the reality of immigration from all angles.

Elizandra Zamarchi, visitor, on Instagram, about the exhibition Sonhei in Portuguese!

"Please promote the museum! Everyone should have the opportunity to have this experience of being, feeling and recognizing the value and importance of the Portuguese language".

"I felt very comfortable during the visit... the employees are super attentive and supportive!!!"

"I loved visiting the Museum. I was deeply touched by the fire tragedy and I was waiting for the opportunity to get to know the Museum, as I don't go to São Paulo very often. It was an experience of incredible knowledge and sensitivity. Thanks."

"I loved the museum! I visited it as a curious student and left as a human being totally enchanted by the cultural commitment and democratization of the contents explored within the Museum. It's beautiful to see the work, the research and how we can learn in a dynamic and fun way. I recommend it to everyone!"

Anonymous visitors, in testimonials left in the spontaneous audience survey

Football Museum

This environment is amazing. A trip back in time. I met the old Telê Santana, I saw Ayrton Senna, Maradona... For those who are fans of football, vising this Museum must be in your bucket list. I really enjoyed it; I was very well assisted.

Flávio Petit, visitor, via Instagram

I'm in love with you @museudofutebol - every trip to São Paulo, a visit

Willian Kaíko, visitor, on Instagram

Very special place for those who love football!!! I can't wait to go back!! Thank you @museudofutebol for such a fascinating experience!!

Marcel Costa, visitor, via Instagram

"Great. We were very well received by Julia, who provided us with a wonderful experience!"

"Very good... the employee who explained everything on the model to us was very polite... very friendly".

"Wonderful!!! My grandchildren loved it!!!"

"I would like to greatly thank Mr. Ademir for his dedication and patience in assisting with such affection my elderly grandmother. I was touched by the effectiveness and care."

Anonymous visitors, in testimonials left in the spontaneous audience survey

A realização das ações relacionadas neste relatório não seria possível sem o empenho da equipe do IDBrasil; da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo e de seus técnicos; além da parceria, o patrocínio e o apoio de organizações públicas e privadas e de empresas, bem como das leis de incentivo e editais do Governo Federal e do Estado de São Paulo.

A reconstrução do Museu da Língua Portuguesa é uma realização do Governo Federal e do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, concebido e realizado em parceria com a Fundação Roberto Marinho. A reconstrução do Museu tem patrocínio máster da EDP, patrocínio do Grupo Globo, Itaú Unibanco e Sabesp – todos por meio da Lei Federal de Incentivo à Cultura. O apoio é da Fundação Calouste Gulbenkian. Foram patrocinadoras da Temporada 2021 as empresas Grupo Volvo e Itaú Unibanco; apoiadoras, Booking.com e Grupo Ultra; empresas parceiras Cabot, escritório Mattos Filho, Faber-Castell, Verde Asset Management e Bain&Company. Rádio CBN, Revista Piauí, Guia da Semana e Dinamize foram seus parceiros de mídia. Seus parceiros estratégicos foram Metrô e CPTM.

A Temporada 2021 do Museu do Futebol foi uma realização do Governo Federal e do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa e contou com patrocínio do Aché Laboratórios Farmacêuticos, que também patrocinou o programa Museu Amigo do Idoso. Teve como apoiadores: SporTV/Globo, EMS Farmacêutica, TIVIT, Evonik Brasil e Pinheiro Neto Advogados. A Rádio CBN, UOL, Revista Piauí, Gazeta Esportiva, Guia da Semana, Dinamize e JCDecaux foram seus parceiros de mídia. A exposição temporária Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa teve patrocínio do SporTV, apoio da EMS Farmacêutica e como parceiros, a Poker Esportes e o UOL, e consultoria de conteúdo do Observatório da Discriminação Racial no Futebol, Coletivo Pretaria e Malik Esporte e Cultura. Seus parceiros estratégicos foram Allegra Pacaembu, Metrô, Panasonic, Lew Lara TBWA, ABERJE, ABRACOM e ACEESP.





museudalinguaportuguesa.org.br

museudofutebol.org.br

Gestão

Realização



