

IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte  
Organização Social de Cultura



**RELATÓRIO DE ATIVIDADES** [Redacted]  
[Redacted] **1º QUADRIMESTRE DE 2023**

UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico  
Contrato de Gestão 03/2021

[Redacted]

## **GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**

**Governador** | Tarcísio de Freitas

**Vice-Governador** | Felício Ramuth

**Secretária de Estado de Cultura e Economia Criativa** | Marília Marton

**Secretário Executivo em exercício** | Marcelo Assis

**Chefe de Gabinete** | Daniel Scheiblich Rodrigues

**Coordenadora da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico** | Maria Beatriz Henriques

**Diretora do Grupo de Preservação do Patrimônio Museológico** | Vanessa Costa Ribeiro

**Diretora do Grupo Técnico de Coordenação do Sistema Estadual de Museus** | Renata Cittadin

**Diretora do Núcleo de Apoio Administrativo** | Denise dos Santos Parreira

**Equipe técnica da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico** | Angelita Soraia Fantagussi | Edna Lucia da Cruz | Eleonora Maria Fincato Fleury | Fabiana Josefa da Silva Magalhães Araújo | Kelly Rizzo Toledo Cunegundes | Luana Gonçalves Viera da Silva | Luiz Fernando Mizukami | Marcia Pisaneschi Sorrentino | Mirian Midori Peres Yagui | Marcos Antônio Nogueira da Silva | Rafael Egashira | Regiane Lima Justino | Roberta Martins Silva | Sofia Gonzalez | Tayna da Silva Rios

## **IDBRASIL, CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE**

### **Conselho de Administração**

**Presidente** | Carlos Antonio Luque

**Vice-Presidente** | Clara de Assunção Azevedo

**Conselheiros** | Dalton Pastore Junior, Esmeralda Vailati Negrão, Felipe Artur Pie Abib Andery, Fernando José de Almeida, Francisco Vidal Luna, Haim Franco, Julia Rosa, Larissa Torres Graça, Ligia Fonseca Ferreira, Luiz Laurent Bloch, Matheus Gregorini Costa, Mauro da Silva, Melise Pereira.

**Conselho Fiscal** | André de Araújo Souza (Presidente), Raul Antonio Correa da Silva, Vicente de Paula de Oliveira.

**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, Hélio de Seixas Guimarães, Lilia Katri Moritz Schwarcz, Luiz 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 do Museu da Língua Portuguesa** | Marília Bonas

## 1. APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 25 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 03/2021, apresentamos o relatório do IDBrasil – Cultura, Educação e Esporte, relativo ao período de 1º de janeiro a 30 de abril de 2023, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas por esta Organização Social de Cultura, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

### **Programa de Gestão Museológica**

O Museu do Futebol deu continuidade aos seus compromissos pactuados com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo, com o objetivo de manter seus processos de qualificação da gestão museológica.

Durante o período foi realizada campanha de doação direta junto a pessoas físicas, com destinação dos recursos voltada à potencialização de visitas de estudantes da rede pública de ensino ao Museu, facilitando o acesso com transporte; e - aos doadores – foi concedida carteirinha de “Amigo do Museu” com direito à entrada gratuita/desconto no Museu e em instituições parceiras (Museu da Língua Portuguesa, Pinacoteca, Masp e Cinemateca), ao longo de 2023.

Os índices de satisfação de público geral e de público de cursos e palestras atingiram níveis que posicionam o Museu como instituição prestadora de serviços de excelência. Também foram realizadas atividades voltadas para a qualificação e bem-estar dos colaboradores da instituição.

### **Programa de Gestão de Acervos**

Ao longo do primeiro quadrimestre de 2023, o Programa de Gestão e Acervo (PGA) foi marcado pela realização das atividades de rotina que fazem parte da prática do CRFB e pelo engajamento da equipe no desenvolvimento de ações e atividades vinculadas ao projeto de renovação da exposição de longa duração do Museu do Futebol.

Em termos de metas, a equipe desenvolveu a ação prevista para o quadrimestre, relacionada à publicação de artigo no site da instituição. No que se refere às rotinas, além das ações de gestão dos acervos e de atendimento de presencial e remoto, cabe destacar que a equipe colaborou ativamente na concepção de exposição virtual e na revisão dos conteúdos da nova exposição temporária do Museu (ambas metas vinculadas ao PEPC) - o que demonstra o caráter transversal das ações praticadas pela equipe à frente do PGA.

## **Programa de Exposições e Programação Cultural**

O Museu do Futebol recebeu, ao longo do primeiro quadrimestre 114.150 pessoas, resultado dos esforços da equipe para o desenvolvimento de programações e ações educativas ao longo do período, em especial nos meses de férias escolares.

Foram atendidas 12.992 pessoas no âmbito de programação cultural, por meio de eventos diversificados nos programas e atividades de rotina. No âmbito das exposições, o MF circulou com o projeto *CONTRA-ATAQUE! As mulheres do futebol* em Araraquara, impactando 3.811 pessoas na cidade e abriu a exposição temporária *Rainhas de Copas*, trabalhando em diferentes frentes a pauta do futebol de mulheres.

## **Programa Educativo**

No primeiro quadrimestre de 2023, o Programa Educativo atendeu 8.133 pessoas em visitas educativas agendadas e público espontâneo, em ações extramuros, em atividades de formação, tanto para professores quanto para guias e agentes de turismo e em jogos e dinâmicas para o público geral do museu. Com a mudança no calendário do fechamento da exposição de longa duração, algumas das metas originalmente desenhadas para acontecer até meados de março foram muito superadas, tendo em vista que o museu seguiu funcionando regularmente no período.

O destaque do período vai para o projeto *Fim de Expediente*, cujo objetivo principal é oferecer subsídios para professores das mais diversas disciplinas trabalharem os conteúdos do museu de forma interdisciplinar antes da visita dos alunos. De maneira integrada a partir desse projeto foi possível desenvolver um roteiro de visita para os alunos do EJA da Escola Beit Yaacov, atendidos em uma terça-feira de abertura noturna. Outro destaque é do curso de formação para guias e agentes de turismo que, em um único evento, juntou 71 alunos do SENAC Aclimação no auditório do museu para uma aula sobre conceitos de museologia e educação em museus, seguida de uma atividade prática de guiamento no espaço expositivo.

## **Programa Conexões Museus SP**

O Museu do Futebol, dentro das perspectivas pactuadas no contrato de gestão contribuiu mais uma vez para a democratização do acesso aos bens culturais dos museus paulistas, a partir do trabalho de virtualização de exposições dos museus do interior do estado de São Paulo. Neste quadrimestre a instituição selecionada, foi o Museu do Futebol e Esportes de Araraquara.

## **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**

A equipe do IDBrasil conquistou resultados positivos na gestão do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional do Museu do Futebol ao longo do 1º quadrimestre de 2023. Neste período, o site institucional recebeu 214.358 visitantes virtuais (na soma da apuração dos dados mensais).

Os perfis do Museu nas redes sociais conquistaram 6.952 novos seguidores em todas as plataformas, número expressivo e próximo à meta prevista. Os perfis foram mantidos atualizados, com total de 652 conteúdos originais, garantindo a frequência e constância da entrega de informações aos usuários. Foram realizadas, também, duas ações com influenciadores digitais – sendo uma delas em massa, no Twitter, em lembrança ao Dia Internacional da Mulher. Na imprensa, o trabalho da equipe de comunicação garantiu ampla visibilidade ao Museu do Futebol, que foi mencionado em 1.191 matérias, sendo 52 só de TV, mídia que ainda detém grande audiência junto a públicos diversificados. No quadrimestre foram realizados, também, dois eventos do Laboratório da Imprensa Esportiva. Finalmente, o Plano de Comunicação para a exposição de longa duração foi atualizado e consta deste documento.

## **Programa de Edificações**

Concernente ao Programa de Edificações, o Museu do Futebol destaca-se a busca pela melhoria de itens de segurança, com o início da instalação de sprinklers no auditório e sala da exposição temporária.

## **RENOVAÇÃO DA EXPOSIÇÃO DE LONGA DURAÇÃO DO MUSEU DO FUTEBOL**

Dentre os principais desafios institucionais para gestão do Museu do Futebol no ciclo 2021-2026 está a produção da nova exposição principal do Museu do Futebol. A renovação da exposição é uma das ações pactuadas no âmbito do Contrato de Gestão nº 03/2021, celebrado com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo e as atividades descritas a seguir foram realizadas ao longo do primeiro quadrimestre de 2023.

No terceiro quadrimestre de 2022 a equipe de expografia, a partir dos insumos fornecidos pelo Grupo Curatorial, consolidou o **anteprojeto/versão básica** do projeto expográfico. Essa versão do projeto foi apresentada, no início de 2023, para as equipes internas do Museu, para os membros do Conselho de Administração do IDBrasil e para alguns convidados. O evento contou com a presença de Maria Beatriz de Souza Henriques (coordenadora da UPPM SEC-SP). Com o percurso da exposição definido, Marília Bonas (Diretora Técnica do Museu do Futebol) e Marcelo Duarte

(Coordenador do Grupo Curatorial e do Comitê Curatorial) apresentaram o partido definido para as propostas inéditas e as atualizações de conteúdo previstas para as salas que deverão permanecer tal como foram idealizadas na etapa de implantação do Museu.



Apresentação do Anteprojeto realizada em 01 de fevereiro de 2023

O primeiro quadrimestre de 2023 também foi marcado pelo início dos trabalhos dos projetistas responsáveis pelo desenvolvimento dos projetos complementares: estruturas, luminotécnica, acústica, sonorização e arquitetura além de pesquisadores que estão atuando junto com os curadores no mapeamento de referências, pesquisa de imagens (fixas e em movimento) e na produção de conteúdo textual.

No início de 2023 o Comitê Executivo do Projeto consolidou, a partir do conjunto de informações disponíveis nesta etapa do projeto uma primeira estimativa orçamentária com o objetivo de dimensionar o custo previsto para implantação da exposição tal como ela consta no anteprojeto apresentado em dezembro/2022. Diante do valor levantado, as equipes de curadoria e expografia trabalharam na readequação das propostas para algumas das salas de modo a adequar o custo de execução a um cenário mais factível do ponto de vista financeiro.

O partido adotado pelas equipes para readequação orçamentária foi o de reavaliar as soluções propostas sem descaracterizá-las. A equipe de expografia trabalhou no detalhamento dos espaços a partir da nova concepção curatorial e a versão revista do anteprojeto foi consolidada no final do mês de abril. É com base nessa versão do projeto é que a equipe de expografia iniciará o detalhamento em nível pré-

executivo e os projetistas responsáveis pelos projetos complementares desenvolverão a versão básica de seus projetos.

Essa readequação do ponto de vista orçamentário também implicou em uma revisão do cronograma base do projeto. Ele foi revisto para adequar as previsões iniciais à nova realidade da execução do projeto. Os prazos previstos para o desenvolvimento de cada uma das etapas do projeto foram redimensionados – sem prejuízos para a execução - e é com base nesse novo faseamento que a diretoria do IDBrasil empreenda os esforços necessários para a mobilização do recurso faltante e com isso a data de entrega da nova exposição precisará ser revista. A reabertura do Museu do Futebol que estava prevista para o terceiro quadrimestre de 2023 deverá ocorrer no primeiro quadrimestre de 2024.

Esse novo cenário do projeto – custo total e novo cronograma de execução -foi apresentado para Maria Beatriz de Souza Henriques coordenadora da UPPM SEC-SP e Luana Gonçalves Viera da Silva membro da Equipe Técnica da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico, UPPM SEC-SP em reunião realizada no Museu do Futebol no dia 10 de março de 2023. Na ocasião foram apresentadas as estratégias que deverão ser adotadas pela diretoria do IDBrasil para a mobilização do valor necessário à complementação do montante já levantado para a execução do projeto e os impactos no Plano de Trabalho de 2023 do Museu do Futebol no que diz respeito à temporalidade prevista para o cumprimento das metas pactuadas.

Para o próximo quadrimestre estão previstas as compatibilizações do projeto expográfico com as demais disciplinas (estruturas, luminotécnica, acústica, sonorização e arquitetura), além das compatibilizações necessárias no que diz respeito à acessibilidade e o início das tratativas para licenciamento de imagens.

## 2. METAS DE GESTÃO TÉCNICA

### QUADRO DE AÇÕES E MENSURAÇÕES

2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA - PGM MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)							
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
1	Recursos captados via leis de incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Nº de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	2	
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		1.2	Meta-Resultado	% do repasse do exercício no contrato de gestão: 23,7%	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2.540.000</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
2	Recursos financeiros captados via bilheteria, cessão remunerada de espaços	2.1	Meta-Resultado	% do repasse do exercício no contrato de gestão: 20,5%	1º Quadrim	744.030	1.229.239
					2º Quadrim	518.440	
					3º Quadrim	928.230	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2.190.700</b>	<b>1.229.239</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>56,1%</b>
3	Pesquisas de Público – Índices de satisfação do público geral	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação de público geral, de acordo com dados obtidos a partir do totem eletrônico	1º Quadrim	= ou > 80%	95,4%
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	<b>33,3%</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
4	Pesquisa de Público – Índice de satisfação do público com palestras,	4.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	1º Quadrim	= ou > 80%	100%
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	

	oficinas e cursos				<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	<b>33,3%</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
5	Pesquisa de satisfação de Público escolar	5.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					<b>META ANUAL</b>	= ou > 80%	
					<b>ICM</b>	100%	
6	Captação de doações – pessoas físicas	6.1	Meta-Produto	Realizar campanha de doação por meio de lei de incentivo e/ ou doação direta OU campanha de <i>crowdfunding</i>	1º Quadrim	-	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
7	Evento de Marketing para locação dos espaços	7.1	Meta-Produto	Evento de marketing para locação dos espaços realizado	1º Quadrim	1	
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
8	Comitês de Governança	8.1	Meta-Produto	Renovação/recondução dos membros do Comitê Curatorial	1º Quadrim		-
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		8.2	Meta-Produto	Renovação/recondução dos membros do Comitê Interno de Sustentabilidade	1º Quadrim		-
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
9	Revisão do mapeamento de riscos ( <i>Compliance</i> )	9.1	Dado Extra	Mapeamento de riscos revisado	1º Quadrim		-
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		
10	Encontros de Escuta	10.1	Meta-Produto	Encontros de Escuta realizados	1º Quadrim		-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
11	Projeto Conviver	11.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	

					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
12	Programa Visitando Museus	12.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
			<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>		
		12.2	Meta-Resultado	Nº de participantes	1º Quadrim	10	10
					2º Quadrim	10	
					3º Quadrim	10	
<b>META ANUAL</b>	<b>30</b>				<b>10</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
13	Projeto Pertencer	13.1	Meta-Produto	Nº de residentes de funções administrativas	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
14	Programa Job Rotation (Rodízio de função)	14.1	Meta-Produto	Criação e Implantação do Programa	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
			<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
		14.2	Meta-Resultado	Nº de funcionários participantes	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>						
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
15	Publicação da Revista do Museu do Futebol	15.1	Meta-Produto	2º número publicado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
16	Nova Exposição de Longa Duração	16.1	Meta-Produto	Pesquisa de conteúdo desenvolvida	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
			<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
		16.2	Meta-Produto	Projeto tecnológico entregue	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>						
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

		16.3	Meta- Produto	Execução da montagem da exposição de longa duração	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA

### **Ação 1: Recursos captados via leis de incentivo e editais**

**Meta 1.2: % do repasse do exercício no contrato de gestão: 23,7%**

Não houve captação de recurso incentivado no período.

### **Ação 2: Recursos financeiros captados via bilheteria, cessão remunerada de espaços, doações**

**Meta 2.1: % do repasse do exercício no contrato de gestão: 20,5%**

A captação operacional no quadrimestre superou as estimativas, resultando em 165,2% do volume previsto para o período. Esta superação se deve à majoração da receita de bilheteria, consequência da superação de visitantes presenciais, que performou com 164,7% do estimado para o período, conforme explicações na meta 30 deste relatório. A receita com locação de espaços também superou as expectativas, como consequência do trabalho de prospecção de potenciais interessados e divulgação do MF como alternativa para eventos corporativos.

Abaixo, quadro resumo das captações no período.

**MUSEU DO FUTEBOL - CG 03/2021**

**2023**

Modalidade de Captação	1º QUADRIMESTRE (em R\$)	2º QUADRIMESTRE (em R\$)	3º QUADRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	923.905	-	-	<b>923.905</b>
Cessão de Espaço - mensal	148.314	-	-	<b>148.314</b>
Cessão de Espaço - eventual	139.700	-	-	<b>139.700</b>
Doações	17.320	-	-	<b>17.320</b>
<b>Subtotal - Captação Operacional</b>	<b>1.229.239</b>	-	-	<b>1.229.239</b>
<b>Indicativo de meta de Captação Operacional no período (20,5% do repasse)</b>	<b>744.030</b>	<b>518.440</b>	<b>928.230</b>	<b>2.190.700</b>
<b>Índice de cumprimento da meta operacional no período</b>	<b>165,2%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>56,1%</b>
<b>Captação leis de incentivo / editais</b>				
Leis de Incentivo - Plano Bianual 2021/2022	-	-	-	-
Edital PROAC	-	-	-	-
Lei do Esporte	-	-	-	-
<b>Subtotal - Captação Leis de Incentivo</b>	-	-	-	-
<b>Indicativo de meta de Captação leis de incentivo / editais no período (23,7% do repasse)</b>			<b>2.540.000</b>	<b>2.540.000</b>
<b>Índice de cumprimento da meta de captação em leis de incentivo / editais no período</b>			<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Total Captação</b>	<b>1.229.239</b>	-	-	<b>1.229.239</b>

**Obs.: Captação não considerada para efeito de cumprimento de meta**

Permuta de mídia	9.548			9.548
------------------	-------	--	--	-------

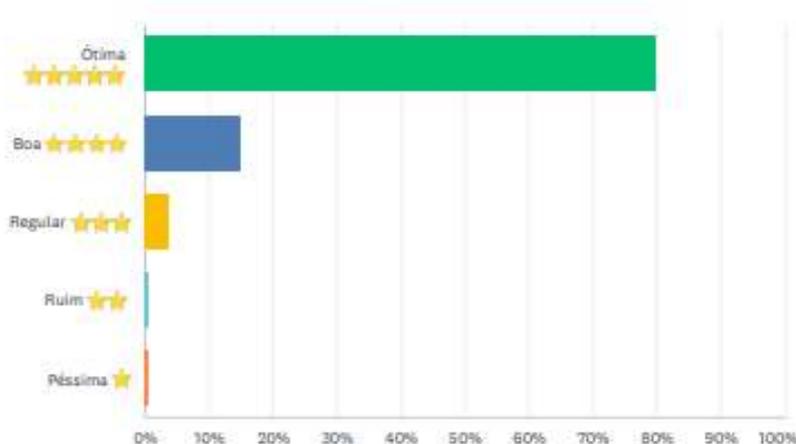
### **Ação 3: Pesquisas de Público – Índices de satisfação do público geral**

**Meta 3.1: Índice de satisfação de público geral, de acordo com dados obtidos a partir do totem eletrônico**

**Resultados alcançados:** no período de 1 de janeiro a 30 de abril de 2023, 807 visitantes responderam à pesquisa de satisfação, seja presencialmente ou de forma remota (formulário de pesquisa enviado por e-mail). Nesse sentido, no 1º quadrimestre, a pesquisa indicou um índice de satisfação de 95,0%, conforme recorte abaixo.

P1 Esperamos que você tenha aproveitado a visita ao Museu! Como você avalia a visita?

Responderam: 807 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Ótima ★★★★★	80,05%	646
Boa ★★★★	14,99%	121
Regular ★★★	3,84%	31
Ruim ★★	0,74%	6
Péssima ★	0,37%	3
TOTAL		807

**Ação 4: Pesquisa de Público – Índice de satisfação do público com palestras, oficinas e cursos**

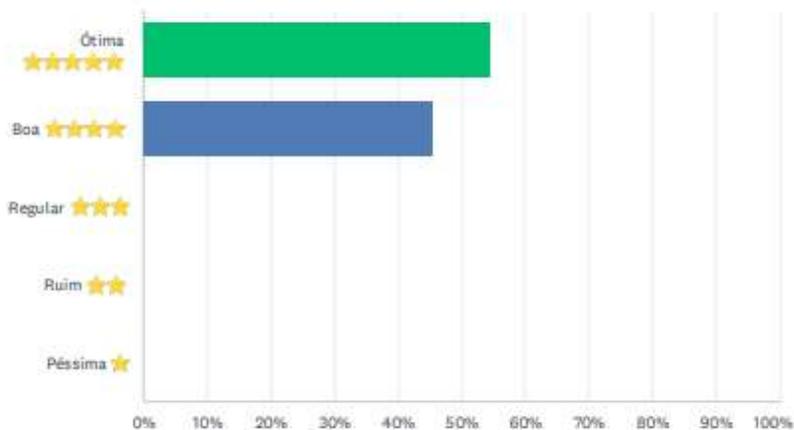
Meta 4.1: Índice de satisfação = ou > 80%

**Resultados Alcançados:** No período, foi realizado o curso "Museu do Futebol: conceitos, públicos e metodologias", oferecido para estudantes do curso de Turismo do SENAC Aclimação, no dia 12/04/2023.

Durante a realização desses eventos, 11 pessoas responderam à pesquisa de satisfação e indicaram uma satisfação de 100% com relação ao curso, conforme imagem abaixo:

P1 Esperamos que você tenha aproveitado o encontro! De forma geral, como você avalia o encontro/curso?

Responderam: 11 Ignoraram: 0



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	Quantidade
Ótima ★★★★★	54,55%	6
Boa ★★★★	45,45%	5
Regular ★★★	0,00%	0
Ruim ★★	0,00%	0
Péssima ★	0,00%	0
TOTAL		11

## Ação 6: Captação de doações – pessoas físicas

Meta 6.1. Realizar campanha de doação por meio de lei de incentivo e/ ou doação direta OU campanha de *crowdfunding*

Foi antecipada e realizada a campanha de doação direta em favor do Museu do Futebol entre os dias dia 22 de fevereiro e 2 de abril de 2023, por meio da plataforma de doação “Abraça uma Causa” (<https://doe.abraceumacausa.com.br/projeto/?projectId=971>) . A campanha teve o objetivo de beneficiar estudantes da rede pública de ensino com a disponibilização de ônibus e lanche para visitas educativas ao Museu.

O valor mínimo para doação foi estipulado a partir de R\$ 80,00, e aos doadores foram oferecidos benefícios que poderão ser aproveitados até o final de 2023. Segue a relação de benefícios:

- Entrada gratuita para:
  - Museu da Língua Portuguesa
  - Museu do Futebol
  - MASP

- Cinemateca
- 50% de desconto na compra da entrada inteira, em todas as unidades da Pinacoteca
- Outros benefícios
  - Carteirinha de "Amigo do Museu" (a ser retirada na Bilheteria)
  - Recebimento de Relatório Anual das Visitas de Escolas Públicas ao Museu (a ser enviado em janeiro de 2024)

Como resultado, a campanha obteve a adesão de 10 doadores e uma média de R\$ 130,00 por doação. Esta campanha também serviu como um teste dentre os modelos de doação junto as pessoas físicas.

## **Ação 7: Evento de Marketing para locação dos espaços**

### **Meta 7.1 Evento de marketing para locação dos espaços realizado**

**Justificativa para não cumprimento da meta:** O evento de marketing será realizado no dia 15/05, segunda-feira, pela manhã. O formato do evento será um café da manhã, seguido da apresentação dos espaços para eventos no museu para os convidados presentes. Fará parte do evento a visita à nova mostra do museu, "Rainhas de Copas", aberta ao público em 28/04 – o que justifica a escolha do IDBrasil pela realização do evento no mês de maio.

Em parceria com a ALAGEV - Associação Latino-Americana de Gestão de Eventos e Viagens Corporativas, serão convidados gestores de eventos da cidade de São Paulo, agências produtoras de festas e eventos corporativos e mobilizados associados da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH) e da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE). A meta será comprovada no relatório do 2º Quadrimestre.

## **Ação 11: Projeto Conviver**

### **Meta 11.1: Número de encontros realizados**

Em continuidade ao Programa Conviver, realizado por meio de parceria entre os Núcleos Educativo e de Recursos Humanos, e que busca criar um espaço de convivência e integração entre as equipes, foi organizado visita à exposição de longa duração do Museu da Língua Portuguesa. O encontro foi mediado pela equipe de educadores, que possibilitou conhecer e revisitar a exposição de longa duração e para que colaboradores pudessem conhecer mais do museu, com a integração entre as pessoas dos diferentes núcleos e das equipes terceirizadas, com incentivo à reflexão sobre as dinâmicas do trabalho do educativo junto ao público visitante. A visita aconteceu no dia 16 de fevereiro e contou com 11 colaboradores.



## Ação 12: Programa Visitando Museus

Meta 12.1: Número de encontros realizados

Meta 12.2: Número de participantes

Em continuidade ao Programa Visitando Museus, ação que tem objetivo de incentivar colaboradores a visitarem outros espaços museológicos e promover a troca de experiências sobre práticas profissionais, foi organizada a visita ao Museu das Favelas, em São Paulo, que além da experiência de conhecer outro espaço museológico possibilitou que colaboradores desenvolvessem um olhar sobre a dinâmica de atendimento desses espaços e observassem novas possibilidades para o Museu do Futebol.

Houve duas visitas, articuladas em conjunto com o Museu da Língua Portuguesa nos dias 21 e 22 de março, mediadas por educadores do Museu das Favelas, com dinâmica de visita ao prédio, ativações práticas e proposições sobre o conteúdo da exposição. A partir das provocações da equipe de educadores, foi possível conhecer mais das atividades do museu de forma lúdica e imersiva, com apreciação das obras e das diferentes abordagens sobre a cultura e curiosidades das favelas, possibilitando que colaboradores refletissem sobre a importância delas para o contexto da cidade. Participaram dos encontros 23 colaboradores, sendo 10 do Museu do Futebol e 13 do Museu da Língua Portuguesa.



## 2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA - PGM MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2023)

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
17	Ações de saúde e bem-estar e ergonomia funcionais	17.1	Meta-Produto	Nº de atividades oferecidas aos funcionários	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
18	Programa Visitando Museus Internacional	18.1	Meta-Produto	Nº de participantes	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
19	Torneio Futsal entre museus	19.1	Meta-Produto	Torneio realizado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
20	Programa de Eficiência Energética	20.1	Meta-Produto	Substituição dos computadores da área administrativa	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA

### Ação 17: Ações de saúde e bem-estar e ergonomia funcionais

#### Meta 17.1: N° de atividades oferecidas aos funcionários

Com o objetivo desenvolver ações para incentivar a saúde, física e mental, bem como boas práticas para o autocuidado, foi articulado no mês de abril a Campanha de Vacinação contra Gripe 2023, visando preservar a saúde das pessoas colaboradoras e a prevenção contra as variações do vírus da gripe em circulação no ano. A vacinação foi realizada no dia 6 de abril, com ampla adesão da equipe de colaboradores sendo um total de 69 doses aplicadas.



### METAS PENDENTES – PLANO DE TRABALHO 2022

#### Ação 14: Projeto Pertencer

#### Meta 14.1: N° de residentes de funções administrativas

14	Projeto Deficiente Residente	14.1	Meta-Produto	N° de residentes em funções administrativas	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	-

Diante do desafio apresentado e considerando a transversalidade do projeto, a realização da nova edição do antigo Deficiente Residente, atual Projeto Pertencer, prevista para o 3º quadrimestre de 2022, teve início no primeiro quadrimestre de 2023. Planejado com objetivo de promover maior acesso e inclusão das pessoas com deficiência a todas as equipes do museu, o núcleo de Recursos Humanos retomou a residência com planejamento de encontros com foco na sensibilização e instrumentalização das equipes, buscando promover um ambiente de trabalho mais plural e de forma a transpor barreiras atitudinais e a integração das pessoas com deficiência nos quadros de pessoas trabalhadoras do museu.

Nesta edição do projeto foram organizados encontros semanais com Vilma Roberto, jornalista e pós-graduada em políticas públicas e movimentos sociais pela USP, e Marcos Botelho, psicólogo, psicopedagogo e neuropsicólogo, que atuam no ITS Brasil – Instituto de Tecnologia social, associação de direito privado, qualificada como OSCIP e que trouxeram a experiência com inclusão, participação e cidadania das pessoas com deficiência, além da suas vivências como pessoas com deficiência - visual, no caso de Vilma, auditiva, no caso de Marcos.

Os primeiros encontros aconteceram com as equipes dos núcleos Administrativos e RH do Museu do Futebol, com dinâmicas pensadas para sensibilização e quebra de paradigmas e preconceitos, além de apresentações e conversas práticas para capacitar as equipes na troca de informações e na imersão nas dinâmicas de trabalho. Participaram dos primeiros encontros 12 colaboradores, divididos em duas oficinas no mês de abril. Os próximos encontros acontecerão nos meses de maio, junho e julho, sendo um dos encontros especificamente voltado às pessoas que ocupam cargos de liderança como coordenações e supervisões.



## 2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PGA MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
21	Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em site e publicação de terceiros	21.1	Meta-Produto	Nº de artigos produzidos	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	2	
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>
22	Projeto "Territórios do Futebol" (Ação Extramuros)	22.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		22.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	30	
					<b>META ANUAL</b>	<b>30</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
23	Seminário sobre Futebol de Mulheres	23.1	Meta-Produto	Seminário realizado	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
24	Projeto de pesquisa "Futebol Popular e de Várzea"	24.1	Meta-Produto	Nº de referências mapeadas	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	15	
					<b>META ANUAL</b>	<b>15</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		24.2	Meta-Produto	Nº de itens coletados/ produzidos publicados no Banco de Dados	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	50	
					<b>META ANUAL</b>	<b>50</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
25	Produção de conteúdos para a Nova Exposição de Longa Duração	25.1	Meta-Produto	Nº de entrevistas catalogadas	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	3	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		25.2	Meta-Produto	Nº de entrevistas	1º Quadrim		
					2º Quadrim		

				transcritas	3º Quadrim	3	
					META ANUAL	3	
					ICM	100%	
		25.3	Meta-Produto	Nº de novos itens catalogados no acervo	1º Quadrim		
					2º Quadrim	20	
					3º Quadrim	30	
					META ANUAL	50	
					ICM	100%	
26	Programa de Preservação Digital	26.1	Meta-Produto	Diagnóstico do Banco de Dados realizado	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

### PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS

#### **Ação 21: Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros**

##### **Meta: 21.1 Número de artigos produzidos**

Ao longo dos meses de janeiro e abril de 2023, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) produziu um artigo, para a página do Museu do Futebol na plataforma *Medium*.

Artigo: "Final do mundo: um fim de semana na Argentina campeã" (16/01). Neste texto, Gabriele Martinez, jornalista e ex-estagiária no Museu do Futebol (2018-2019) e torcedora da Seleção Argentina, a convite do CRFB, escreveu sobre como foi acompanhar a final Copa do Mundo junto à torcida argentina em Buenos Aires. **Link:** <https://bit.ly/3Y5jofW>.



Capa do *Medium* do Museu do Futebol | Reprodução

## META PENDENTE PLANO DE TRABALHO 2022

### Ação 37: Programa de Preservação Digital

#### 37.2 Política de Direitos Autorais e Conexos elaborada

Dentre as ações pactuadas para o Programa de Gestão de Acervos (PGA) no âmbito do Contrato de Gestão nº 03/2021 para o ano de 2022 estava a elaboração de uma Política de Gestão de Direitos Autorais e Conexos. Considera-se este documento como fundamental para subsidiar as boas práticas de todos os setores do Museu em relação à entrada, saída e circulação dos acervos, bem como dos demais aspectos concernentes ao tema. Segue anexo a este relatório a Política de Direitos Autorais e Conexos para o Museu do Futebol.

## 2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PGA

### MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2023)

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
27	Mapeamento Futebol de Mulheres nas Escolas	27.1	Meta-Produto	Mapeamento realizado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
28	Projeto de acessibilidade o da biblioteca	28.1	Meta-Produto	Projeto executado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
29	Cobertura da Copa de Futebol de Mulheres	29.1	Meta-Produto	Registro <i>in loco</i> realizado	1º Quadrim		
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim		
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

## 2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL - PEPC MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
30	Recebimento de visitantes presenciais no museu	30.1	Meta-Resultado	Nº de público presencial recebido	1º Quadrim	69.290	114.150
					2º Quadrim	37.290	
					3º Quadrim	95.420	
					<b>META ANUAL</b>	<b>202.000</b>	<b>114.150</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>56,5%</b>
31	Exposição Virtual na Plataforma Google Arts & Culture e/ou similares	31.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>50%</b>
32	Realização de eventos de Programação Cultural: Arquibancada Nerd	32.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrim	4	7
					2º Quadrim	6	
					3º Quadrim	6	
					<b>META ANUAL</b>	<b>16</b>	<b>7</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>43,7%</b>
	[Virtual e/ou Presencial]	32.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes presenciais	1º Quadrim	200	519
					2º Quadrim	300	
					3º Quadrim	300	
					<b>META ANUAL</b>	<b>800</b>	<b>519</b>
<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>64,8%</b>					
33	Jornada do Patrimônio	33.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	[Presencial]	33.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	30	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>30</b>	
<b>ICM</b>	<b>100%</b>						

34	Territórios do Futebol	34.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrimestre		1
					2º Quadrimestre	3	
					3º Quadrimestre	3	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>16,6%</b>
		34.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrimestre		30
					2º Quadrimestre	45	
					3º Quadrimestre	45	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>30</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
		34.3	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	1º Quadrimestre		-
					2º Quadrimestre		
					3º Quadrimestre		
					<b>META ANUAL</b>		
<b>ICM</b>							
35	Realização de eventos de Programação Cultural: encontro de colecionadores (figurinhas, camisas de futebol, outros colecionáveis ligados ao futebol) [Presencial]	35.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrimestre		
					2º Quadrimestre	3	
					3º Quadrimestre	3	
					<b>META ANUAL</b>	<b>6</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		35.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrimestre		
					2º Quadrimestre	150	
					3º Quadrimestre	150	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>300</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
36	Projeto Torcida no Museu	36.1	Meta-Produto	Evento realizado	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	2	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		36.2	Meta-Resultado	Nº de dias de evento	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	75	
					3º Quadrimestre	75	
					<b>ANUAL</b>	<b>150</b>	
<b>ICM</b>	<b>100%</b>						

37	Festival Ocupa Pacaembu	37.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrimestre	-	1
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>50%</b>
	37.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrimestre	-	300	
				2º Quadrimestre	250		
				3º Quadrimestre	250		
				<b>META ANUAL</b>	<b>500</b>	<b>300</b>	
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>60%</b>	
38	Brincadeiras no Museu	39.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrimestre	9	
					2º Quadrimestre	17	
					3º Quadrimestre	5	
					<b>META ANUAL</b>	<b>31</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	39.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Quadrimestre	3.600		
				2º Quadrimestre	6.800		
				3º Quadrimestre	2.000		
				<b>META ANUAL</b>	<b>12.400</b>		
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>		

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

### Ação 30: Recebimento de visitantes presenciais no museu

#### Meta 30.1: Nº de público presencial recebido

Durante o primeiro quadrimestre o Museu do Futebol recebeu o total de 114.150 visitantes, correspondendo a 164,7% da meta de público para o período, cuja estimativa inicial previa o fechamento da Exposição de Longa Duração do Museu a partir de abril, para sua atualização. Adicionalmente, a programação cultural ocorrida nos meses de férias escolares e, principalmente, a comoção do público causada pela perda do jogador Edson Arantes do Nascimento (Pelé), considerado o atleta do século XX, e falecido em 29 de dezembro do ano passado, aos 82 anos, trouxeram um expressivo público ao MF no mês de janeiro.



Exibição da camisa 10, usada por Pelé no final da copa de 1970

### **Ação 31: Exposição Virtual na Plataforma Google Arts & Culture e/ou similares**

#### **Meta 31.1: Quantidade de exposições**

Em 27 de abril de 2023, a equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro publicou a exposição "Primeiro Mundial de Mulheres na China: memórias da jornalista Claudia Silva, única brasileira na cobertura do torneio".

A mostra apresentou o acervo inédito de Claudia Silva Jacobs, única brasileira a cobrir a Copa Experimental da China, em 1988. Então estagiária do Jornal dos Sports, Claudia acompanhou de perto toda a trajetória da primeira Seleção Brasileira de mulheres a convite da CBF — na época, ela era a única mulher entre os jornalistas que cobriam o dia a dia da entidade, no Rio de Janeiro. Claudia enviava suas matérias por telex e registrava tudo em fotografias que só foram publicadas depois de sua volta ao Brasil, pois não havia recursos para enviar o material da China durante o torneio.



Abaixo, segue ficha técnica e endereço de acesso:

Curadoria e textos: Claudia Silva Jacobs e Everton Apolinário

Metadados e montagem: Dóris Régis e Everton Apolinário

Revisão: Ademir Takara, Fiorela Bugatti, Marcel Tonini e Renata Beltrão

Tratamento de imagens e edição de áudio: Hugo Takeyama

**Link:** <https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol>

### **Ação 32: Realização de eventos de Programação Cultural: Arquibancada Nerd**

Meta 32.1: N° mínimo de eventos realizados

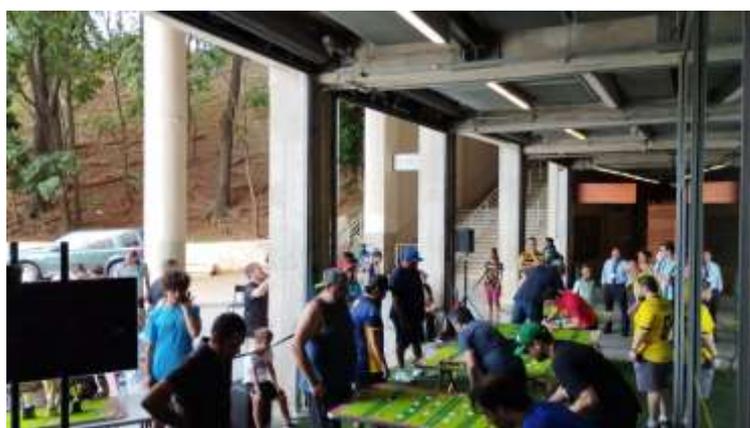
Meta 32.2: N° mínimo de participantes presenciais

Nesse 1º quadrimestre o Museu do Futebol promoveu, pelo projeto Arquibancada Nerd, o total de 7 ações. Dentre as atividades do programa, ocorreram reuniões do "Grupo de literatura e memória do futebol" (Memofut), lançamento de dois livros, um *quizz* sobre o campeonato paulista, exibição de filme e o já conhecido Torneio de Futebol de Botão, em comemoração ao Dia do Botonista.



*Registro da 149ª reunião Memofut.*

O Museu do Futebol em parceria com a Botões Clássicos realizou o 12º Torneio de Futebol de Botão com os times mais emblemáticos do futebol brasileiro. As inscrições foram gratuitas e o campeão de cada categoria do torneio recebeu um kit para jogar futebol de botão em casa. Também foram entregues troféus aos três primeiros colocados no torneio. O evento contou com um público de cerca de 120 pessoas entre jogadores, curiosos e fãs.



*12º Torneio de Futebol de Botão*

Os lançamentos dos livros "A Fisiologia das emoções no Futebol", de Aline Colares e Heloísa Reis e "Majestoso - A história da rivalidade entre Corinthians e São Paulo", de Gabriel Cardoso Pereira Gama, marcam a programação que envolveu público e parceiros, importantes para a instituição. Os dois eventos trouxeram 125 pessoas

ao Museu e contaram com debate com convidados como Juca Kfourri, Celso Unzelte e Alexandre Leopoldo.



*Lançamento do livro Majestoso - A história da rivalidade entre Corinthians e São Paulo*

Também foi realizado nesse primeiro quadrimestre o evento "Reality Game - Paulistão Noventa" em parceria com a produtora Na Diagonal. O evento teve repercussão presencial e nas redes sociais, com a presença de 54 pessoas no auditório e audiência virtual de 395 espectadores.



*Reality Game - Paulistão Noventa*

Neste mesmo período foi realizado o evento de comemoração da portuguesa “Lusa – passado, presente e futuro - 50 anos do último título paulista de futebol” com a presença de 150 pessoas.



*Comemoração aos 50 anos do último título paulista de futebol*

Destacamos, ainda, que a superação das metas (número de eventos e público), justifica-se pela procura dos parceiros em desenvolver ações de programação cultural em parceria com o Museu do Futebol, o que denota a presença e credibilidade do MF junto ao público externo. Informamos ainda que as referidas superações de metas não oneraram o contrato de gestão e refletem a centralidade do Museu do Futebol como espaço de debate e valorização do futebol brasileiro.

## **Ação 34: Territórios do Futebol**

Meta 34.1: N° mínimo de eventos realizados

Meta 34.2: N° mínimo de participantes presenciais

No dia 15 de abril, em Araraquara, houve o evento de encerramento da exposição itinerante *CONTRA-ATAQUE! As mulheres do futebol* e o bate-papo com Lu Castro, do grupo curatorial e Janaine Vicente Camargo, gestora da Ferroviária, dentro do Programa Territórios do Futebol, que visa estabelecer pontes entre o Museu do Futebol e outras regiões. O bate-papo contou com 30 pessoas. Optou-se pela antecipação parcial da meta com o intuito de aproveitar o engajamento e interesse do público pela temática da ação.



### **Ação 37: Festival Ocupa Pacaembu**

Meta 37.1: Nº mínimo de eventos realizado

Meta 37.2: Nº de público atendido

Em 29/04, aconteceu a primeira edição do ano do Festival Ocupa Pacaembu, que integra diferentes programações em um único dia – mobilizando a equipe do Museu do Futebol e seus diferentes públicos.

A ação contou, além do evento de abertura para o público da nova exposição temporária “Rainhas de Copas”, com a oferta aos participantes de feirinha gastronômica, contendo diferentes quitutes e roda de samba com intérpretes da velha guarda.

A programação ainda contou com o bate papo com as curadoras da exposição e Claudete Arlende, a Cat, jogadora pioneira sobre a regulamentação do futebol de mulheres no Brasil. O Ocupa Pacaembu também promoveu visita mediada com as curadoras na exposição e contou com a participação de estudantes e público em geral.



### **Ação 38: Brincadeiras no Museu**

Meta 38.1: N° de dias de evento

Meta 38.2: N° de participantes

A ação Brincadeiras no Museu estava prevista para ocorrer durante o período de fechamento do espaço de exposição de longa duração do Museu do Futebol, (inicialmente prevista para os períodos entre os meses de abril e setembro).

Conforme já exposto em reunião realizada no dia 10 de março do ano corrente, percebeu-se a necessidade de alteração no cronograma da referida atualização da nova exposição. A conclusão do projeto, inicialmente prevista para o mês de setembro de 2023, foi repactuada para 2024. Nesse novo contexto, o fechamento da exposição de longa duração para a atualização ocorrerá no período de outubro/2023 a março/2024 (período que deverá ocorrer a ação supracitada).

A mudança de cronograma impactará o desenvolvimento das ações previstas no Plano de Trabalho do ano de 2023, dentre elas a ação 38 – Brincadeiras no Museu, apontando, de forma justificável, para a necessidade de uma nova pactuação de algumas das ações e metas do PT 2023.

## 2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL – PEPC

### MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2023)

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
39	Exposição Itinerante Internacional "Museu do Futebol Na Área"	39.1	Meta-Produto	Exposição realizada	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
40	Exposição Itinerante: Contra-Ataque! As Mulheres no Futebol	40.1	Meta-Produto	No cidades/ município atendidos	1º Quadrimestre	1	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
41	Exposição Temporária: "Rainhas de Copas: as craques do Brasil e do Mundo"	41.1	Meta - Produto	Exposição realizada	1º Quadrimestre	1	1
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
42	Exposição temporária: Futebol, Brinquedos e Brincadeiras	42.1	Meta - Produto	Exposição realizada	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
43	Acessibilização das exposições	43.1	Meta - Produto	Tradução das exposições	1º Quadrimestre	-	1
					2º Quadrimestre	-	

	virtuais já existente (libras/inglês /espanhol)			virtuais realizada	3º Quadrim	2	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>50%</b>
44	Projeto Saúde e Bem-estar	44.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrim	4	1
					2º Quadrim	4	
					3º Quadrim	6	
					<b>META ANUAL</b>	<b>16</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>6,2%</b>
	[Presencial]	44.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrim	80	94
					2º Quadrim	80	
					3º Quadrim	120	
					<b>META ANUAL</b>	<b>280</b>	<b>94</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,5%</b>
45	Arraial do Charles Miller	45.1	Meta-Produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	[Presencial]	45.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	250	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>250</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

46	Projeto E-Sports [Presencial]	46.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	46.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrim	-	-	
				2º Quadrim	-		
				3º Quadrim	50		
				<b>META ANUAL</b>	<b>50</b>		
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>		
47	Projeto Cine Drive-In	47.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>100%</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	47.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrim	-	-	
				2º Quadrim	-		
				3º Quadrim	60		
				<b>META ANUAL</b>	<b>60</b>		
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>		
48	Projeto Praia de Paulista	48.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>100%</b>	
					<b>ICM</b>	-	

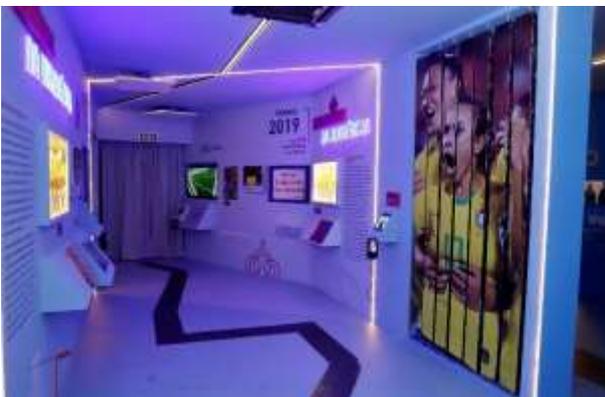
		48.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrimestre		-
					2º Quadrimestre	3.000	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3.000</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
49	Férias no Museu (janeiro e julho)	49.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrimestre	1	1
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>50%</b>
	[Presencial]	49.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrimestre	150	9.236
					2º Quadrimestre	150	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>300</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>6.116,5%</b>

### Ação 41: Exposição Temporária Rainhas de Copas

#### Meta: 41.1: Exposição realizada

No dia 27/04, aniversário do Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho - Pacaembu, ocorreu o evento de abertura da exposição temporária "Rainhas de Copas".

A mostra apresenta o caminho percorrido pelas mulheres até conquistarem o direito de disputar uma Copa do Mundo. Trajetória esta que foi contrária àquela percorrida pelos homens: exatos 61 anos separam a estreia do Mundial masculino, em 1930, da primeira edição oficial feminina, em 1991. Desta forma, em 2023, quando a Copa do Mundo de futebol de mulheres chega à sua nona edição, o Museu do Futebol apresenta a exposição, para celebrar as conquistas da modalidade e de suas profissionais ao longo dos mundiais. A exposição fica em cartaz até o dia 27/08.



### **Ação 43: Acessibilização das exposições virtuais já existente (libras/inglês/espanhol)**

A exposição **"Primeiro Mundial de Mulheres na China: memórias da jornalista Claudia Silva, única brasileira na cobertura do torneio"**, recém formatada "Primeiro Mundial de Mulheres na China: memórias da jornalista Claudia Silva, única brasileira na cobertura do torneio", recém formatada pela equipe do Centro de Referência do Futebol Brasileiro e disponível na plataforma Google Arts & Culture foi traduzida e acessibilizada na língua espanhola.

**Link:** <https://artsandculture.google.com/partner/museu-do-futebol>

### **Ação 44: Projeto Saúde e Bem-estar**

Meta 44.1: Nº mínimo de eventos realizados

Meta 44.2: Nº mínimo de participantes presenciais

### **Samba Rock – Comemoração do aniversário de São Paulo**

No primeiro quadrimestre foi realizada uma apresentação musical comemorativa ao aniversário da cidade de São Paulo, 01 com o grupo Groove 011: Mostra de Samba

Rock, incluindo contação da sua história, importância e resistência enquanto movimentos paulistanos.

A apresentação foi seguida de aula demonstrativa e discotecagem ao vivo, com participação inclusiva do público presente. Cerca de 100 pessoas acompanharam as atividades.



## Ação 49: Férias no museu

Meta 49.1: Nº mínimo de eventos realizado

Meta: 49.2: Nº de público presencial

O programa Férias no Museu, realizado entre os dias 03/01 e 05/02/23, foi frequentado por 9.496 pessoas. Esta programação já faz parte do calendário anual do Museu e tem o público de família e escolares em Férias bem mobilizado. A superação da meta neste caso se dá pelo retorno às atividades e programação cultural presenciais, atraindo um quantitativo de público maior que o planejado. Também destacamos que o término recente da Copa do Mundo de Futebol Masculina e o falecimento do ídolo Pelé contribuíram para a alta adesão da referida programação. O aumento exponencial de público não onerou o contrato de gestão.



**PROGRAMA EDUCATIVO – PE**

**MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)**

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
50	Visitas educativas agendadas para público escolar (ensino infantil, fundamental, médio e universitário)	50.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos	1º Quadrim	500	2.688
					2º Quadrim	2.250	-
					3º Quadrim	3.000	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>5.750</b>	<b>2.688</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>46%</b>
51	Visitas educativas agendadas para públicos específicos (pessoas em situação de vulnerabilidade e social, pessoas com deficiência, turistas etc.)	51.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes atendidos	1º Quadrim	550	1.594
					2º Quadrim	1.225	-
					3º Quadrim	1.965	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>3.740</b>	<b>1.594</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>42%</b>
52	Visita mediada para o público espontâneo	52.1	Meta-Produto	Nº mínimo de visitas oferecidas	1º Quadrim	45	66
					2º Quadrim	30	-
					3º Quadrim	45	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>120</b>	<b>66</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>55%</b>
		52.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes atendidos	1º Quadrim	225	1.393
					2º Quadrim	150	-
					3º Quadrim	225	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>600</b>	<b>1.393</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>232%</b>
53	Projeto Revivendo Memórias #emcasa: atendimento	53.1	Meta-Produto	Nº mínimo de encontros educativos <i>on-line</i>	1º Quadrim	15	16
					2º Quadrim	10	-
					3º Quadrim	10	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>35</b>	<b>16</b>

	on-line para idosos, pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade e social					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>46%</b>	
54	Revisão do Projeto Revivendo Memórias	54.1	Meta-Produto	Projeto revisado	1º Quadrimestre	-	-		
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	1	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>			
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
55	Novas atividades, dinâmicas e jogos para o público virtual/presencial	55.1	Meta-Produto	Nº de novas atividades oferecidas	1º Quadrimestre	4	4		
					2º Quadrimestre	4			
					3º Quadrimestre	4	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33%</b>		
56	Espaço Dente de Leite: atividades educativas presencial para crianças	56.1	Meta-Produto	Nº de novas atividades oferecidas	1º Quadrimestre	6	8		
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	6			
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>8</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>67%</b>		
57	Projeto Revivendo Memórias (visitas presenciais para idosos/pessoas com Alzheimer e/ou comprometimento cognitivo)	57.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Quadrimestre	1	1		
					2º Quadrimestre	-			
					3º Quadrimestre	3			
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>		
	57.2	Dado-Extra			Nº de pessoas atendidas	1º Quadrimestre	-	11	
						2º Quadrimestre	-	-	
						3º Quadrimestre	-	-	
						<b>ANUAL</b>		<b>11</b>	
58	Visitas educativas para alunos de EJA	58.1	Meta-Produto	Nº de visitas realizadas	1º Quadrimestre	4	5		
					2º Quadrimestre	8			
					3º Quadrimestre	8			
					<b>META ANUAL</b>	<b>20</b>	<b>5</b>		

					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>
		58.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	1º Quadrim	60	74
					2º Quadrim	120	
					3º Quadrim	120	
					<b>META ANUAL</b>	<b>300</b>	<b>74</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>24%</b>
59	Projeto Educativo na Praça: atividades educativas para o público da Praça Charles Miller	59.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas na Praça Charles Miller	1º Quadrim	16	16
					2º Quadrim	48	
					3º Quadrim	16	
					<b>META ANUAL</b>	<b>80</b>	<b>16</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>20%</b>
	59.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	1º Quadrim	160	221	
				2º Quadrim	480		
				3º Quadrim	160		
				<b>META ANUAL</b>	<b>800</b>	<b>221</b>	
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>28%</b>	
60	Projeto Fim de Expediente: encontros de integração e formação com os profissionais da educação (extramuros)	60.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Quadrim	1	4
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>133%</b>
	60.2	Meta-Resultado	Nº de pessoas atendidas	1º Quadrim	30	48	
				2º Quadrim	30	-	
				3º Quadrim	30	-	
				<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>48</b>	
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>53%</b>	
61	Projeto Territórios do Futebol: ações educativas extramuros	61.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrim	3	3
					2º Quadrim	8	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>3</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>
	61.2			1º Quadrim	60	91	

			Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	2º Quadrim	160	
					3º Quadrim	20	
					<b>META ANUAL</b>	<b>240</b>	<b>91</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>38%</b>
62	Comitê Jovem	62.1	Meta-Produto	Publicação do edital para seleção da turma de residência	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
		<b>ICM</b>	<b>100%</b>	-			
	62.2	Meta-Resultado	Nº de encontros realizados com grupo focal de jovens	1º Quadrim	-	-	
				2º Quadrim	-		
				3º Quadrim	1		
<b>META ANUAL</b>				<b>1</b>	-		
	<b>ICM</b>	<b>100%</b>					
63	Curso EAD de Acessibilidade com carga horária de 20h	63.1	Meta-Produto	Nº de cursos oferecidos com carga horária de 20h	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
64	Materiais de apoio didático à comunidade escolar com foco nos conteúdos da nova exposição de longa duração	64.1	Meta-Produto	Elaboração de material didático em formato digital	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
65	Curso de formação para agentes/guias de turismo	65.1	Meta-Produto	Nº de cursos oferecidos	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	1	-
					3º Quadrim	2	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>
66	Ações de formação	66.1	Meta-Produto	1º Quadrim	2	2	
				2º Quadrim	6		

	para a equipe interna de educadores e orientadores em museus e instituições culturais			Nº de saídas realizadas	3º Quadrim	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25%</b>	
67	Curso de capacitação para equipe interna do Educativo sobre os novos conteúdos	67.1	Meta-Produto	Curso realizado	1º Quadrim	-	-	
					2º Quadrim	-		
					3º Quadrim	1	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>	
68	Acolhimento para grupos não agendados pela equipe de orientação	68.1	Meta-Produto	Nº de acolhimentos realizados	1º Quadrim	10	58	
					2º Quadrim	50		
					3º Quadrim	80		
					<b>META ANUAL</b>	<b>140</b>	<b>58</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>41%</b>	
69	Novos roteiros de visita para público agendado espontâneo	69.1	Meta-Produto	Nº de novos roteiros desenvolvidos	1º Quadrim	2	2	
					2º Quadrim	2		
					3º Quadrim	2		
					<b>META ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33%</b>	
70	Atividades, jogos e oficinas para público espontâneo	70.1	Meta-Produto	Nº de ações oferecidas	1º Quadrim	30	101	
					2º Quadrim	30		
					3º Quadrim	30		
					<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>101</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>112%</b>	
			70.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Quadrim	150	2.013
						2º Quadrim	150	
						3º Quadrim	150	
						<b>META ANUAL</b>	<b>450</b>	<b>2.013</b>
						<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>447%</b>

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA EDUCATIVO

<b>TABELA-RESUMO DOS ATENDIMENTOS DO EDUCATIVO - 1º Quadrimestre/2023</b>					
<b>Ação</b>	<b>Perfil</b>	<b>Público</b>	<b>Meta</b>	<b>Total realizado</b>	<b>% em relação ao total de atendimentos</b>
Visitas agendadas	Público Escolar	Presencial	500	2.688	33%
Visitas agendadas	Público Específico	Presencial	550	1.594	20%
Visitas espontâneas	Público Espontâneo	Presencial	225	1.393	17%
Revivendo Memórias	Público Específico	Presencial	0	11	0%
EJA	Público Escolar	Presencial	60	74	1%
Educativo na Praça	Público Espontâneo	Presencial	160	221	3%
Fim de Expediente	Público Escolar	Presencial	30	48	1%
Territórios do Futebol	Público Específico	Presencial	60	91	1%
Atividades para o público espontâneo	Público Espontâneo	Presencial	150	2.013	25%
<b>Total de público atendido pelo Núcleo Educativo</b>				<b>8.133</b>	<b>100%</b>

### **Ação 50: Visitas educativas para público escolar**

#### **Meta 50.1: Número mínimo de estudantes atendidos**

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Importante apontar que o número realizado ficou muito acima do número planejado tendo em vista a mudança no calendário do fechamento da exposição de longa duração. Com o museu operando regularmente durante o quadrimestre, foi possível atender mais alunos do que o previsto. Por outro lado, é importante ressaltar que, apesar da meta ter superado o previsto, o serviço de agendamento do Núcleo Educativo lidou com cancelamentos de grupos escolares

recorrentes – seja em função do cenário de planejamento das escolas ou as ameaças de violência mais recentes - o que impactou no preenchimento da grade de horários disponibilizada. A equipe educativa do Museu do Futebol tem trabalhado com uma lista de espera e agendamento ativo para equilibrar os altos índices de cancelamentos e desistências, mas, no entanto, tais ocorrências representam um risco para o cumprimento das metas pactuadas num cenário de médio e longo prazo.

<b>Número mínimo de estudantes atendidos (1º quadrimestre)</b>						
	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Escolas Federais	Universidades	Total mensal
Janeiro	868	0	0	0	0	868
Fevereiro	29	0	37	0	0	66
Março	415	361	257	0	40	1.073
Abril	273	365	43	0	0	681
<b>Total realizado</b>	<b>1.585</b>	<b>726</b>	<b>337</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>2.688</b>
Resultado Realizado	2.688					
Resultado mínimo previsto	500					
ICM (quadrimestre)	538%					



*Visita educativa com público escolar*

## **Ação 51: Visitas educativas para público específico**

### **Meta 51.1: Número mínimo de visitantes atendidos**

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Tal como ocorrido com as visitas de público escolar, o número realizado ficou muito acima do número planejado tendo em vista a mudança no calendário do fechamento da exposição de longa duração. Com o museu operando regularmente durante todo o quadrimestre, foi possível atender mais visitantes oriundos de instituições sociais e ONGs do que o previsto inicialmente. Por outro lado, é importante ressaltar que, apesar da meta ter superado o previsto, o serviço de agendamento do Núcleo Educativo lidou com uma série de cancelamentos de grupos, o que impactou no preenchimento da grade de horários disponibilizada ao

público. No caso da natureza desses grupos, o principal argumento foi a ausência de transporte para realizar a atividade cultural.

<b>Número mínimo de visitantes atendidos (1º quadrimestre)</b>										
	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol	Órgãos Públicos	Total mensal
Janeiro	59	13	225	12	17	0	0	0	94	420
Fevereiro	39	76	130	36	0	138	0	55	105	579
Março	33	0	93	0	0	46	0	28	57	257
Abril	35	0	180	5	0	2	0	45	71	338
<b>Total realizado</b>	<b>166</b>	<b>89</b>	<b>628</b>	<b>53</b>	<b>17</b>	<b>186</b>	<b>0</b>	<b>128</b>	<b>327</b>	<b>1594</b>
Resultado Realizado	1.594									
Resultado mínimo previsto	550									
ICM (trimestre)	290%									

## **Ação 52: Visita mediada para o público espontâneo**

Meta 52.1: Número mínimo de visitas oferecidas

Meta 52.2: Número mínimo de público atendido

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Com os cancelamentos em cima da hora dos grupos agendados de público escolar e público específico, foi possível oferecer mais visitas para o público espontâneo. Além disso, com uma série de feriados e período de férias no primeiro quadrimestre, a procura do público por esse tipo de visita aumentou. Chama a atenção o movimento positivo de aglomeração do público ao redor quando o educador inicia a visita. Isso faz com que a visita, inicialmente planejada para ocorrer com 5 a 10 pessoas, acabe terminando com muito mais gente do que o previsto, o que explica o número alto de público atendido no período.

Visitas mediadas para público espontâneo (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Visitas realizadas
janeiro-23	514	19
fevereiro-23	317	18
março-23	124	10
abril-23	438	19
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>1393</b>	<b>66</b>
<b>Previsão de atendimento</b>	<b>225</b>	<b>45</b>
ICM	619%	147%



Os educadores durante as visitas mediadas para público espontâneo

### Ação 53: Projeto Revivendo Memórias #emcasa [virtual]

#### Meta 53.1: Número mínimo de encontros educativos on-line

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Abaixo, apresentamos os dados gerais dos participantes desse quadrimestre:

Revivendo Memórias #emcasa - 1º Quadrimestre		
Atendimentos	Qtde.	%
Quantidade de encontros	16	100%
Quantidade de novos participantes	2	2%
Tipologia do atendimento		
Encontros individuais	10	63%
Encontros em grupo (instituições)	6	38%
Tipos de agendamento		
Novos encontros	1	6%
Encontros com recorrência	15	94%
Quantidade de encontros por segmento de público	Qtde.	%

Terceira idade	11	69%
Pessoas com deficiência	2	13%
Pessoas em situação de vulnerabilidade social	2	13%
Acompanhantes	1	6%
Outros	0	0%

## Ação 55: Novas atividades, dinâmicas e jogos para o público virtual/ presencial

### Meta: 55.1: Nº de novas atividades oferecidas

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. No primeiro quadrimestre de 2023, o Programa Educativo desenvolveu 4 novas atividades para o público, sendo duas delas jogos presenciais, uma oficina e um quizz para o site do museu.

#### a) Oficina - Colagem e Futebol

A Oficina de Colagem foi pensada pela equipe de educadores para o público infanto-juvenil. Colagem é uma composição artística feita através de materiais gráficos feitos de papel. A partir dessa linguagem é possível trabalhar dimensões espaciais e estéticas, assim como a coordenação motora ao recortar ou rasgar os fragmentos de papel e imagens que se queira trabalhar. O futebol é um esporte onde a espacialidade é constantemente desafiada, e que é possível ser praticado de diversas formas e em diversos espaços, muitas vezes até imprevisíveis. A colagem é uma técnica que pode trabalhar diferentes realidades e espaços para se construir e jogar futebol.



Imagens da oficina de colagem

#### b) Oficina - Colagem e Futebol

## Memoriball - Mascotes das Copas do Mundo de Futebol de Mulheres

Com o objetivo de auxiliar nas atividades educativas relacionadas ao futebol de mulheres, os educadores do núcleo criaram o “Memoriball Mascotes Copas do Mundo de Futebol de Mulheres”, elaborado principalmente para ser aplicado com crianças de 4 a 10 anos. Baseado no tradicional jogo da memória, as peças que compõem o jogo são as mascotes das 8 edições já realizadas da Copa do Mundo de Futebol de Mulheres, incluindo a que acontecerá nesse ano de 2023, além das taças já utilizadas na competição.



A atividade é aplicada junto ao público do museu

### c) Mundo das Copas de Futebol de Mulheres

No ano da Copa do Mundo FIFA de Futebol de Mulheres que acontecerá na Austrália e Nova Zelândia, os educadores realizaram a expansão do já tradicional jogo educativo, “Mundo das Copas”, criando assim a versão “Mundo das Copas de Futebol de Mulheres”. Com o objetivo de associar mini camisas de futebol coloridas contendo informações e números, o jogo instiga o visitante a descobrir - utilizando a memória, a dedução e a interpretação textual - algumas das curiosidades estatísticas mais interessantes que já ocorreram no principal evento do Futebol de Mulheres.



A atividade é aplicada junto ao público do museu

d) Quizz Futebol de Mulheres

No formato da dinâmica “Verdade ou Mentira?” o jogo busca levar conhecimento sobre o futebol de mulheres. Nesse jogo, os educadores juntaram algumas curiosidades e fatos que aconteceram ao longo da história da modalidade. O jogo virtual, disponibilizado no site, contém ao todo 10 perguntas e as respostas são reveladas automaticamente, após alguns segundos.

Link de acesso: <https://museudofutebol.org.br/educativo/quiz-verdade-ou-mentira-historia-do-futebol-de-mulheres/>



Print de tela do Quizz

**Ação 56: Espaço Dente de Leite**

**Meta 56.1: Número mínimo de atividades educativas oferecidas**

Ao longo do primeiro quadrimestre de 2023, foram realizadas oito ativações presenciais do Espaço Dente de Leite, duas delas contando com uma programação especial voltada para o Carnaval, ocasionando a superação da meta prevista para o período. Abaixo, os resultados de público atendido das ações do Espaço Dente de Leite:

Dente de leite (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-23	112	2
fevereiro-23	97	2
março-23	108	2
abril-23	100	2
Total do quadrimestre	417	8
Previsão de atendimento		6
ICM		133%



*Espaço Dente de Leite*

## **Ação 57: Projeto Revivendo Memórias**

Meta 57.1: Número mínimo de encontros realizados

Meta 57.2: Número mínimo de público atendido

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. No primeiro quadrimestre de 2023, os encontros presenciais do programa Museu Amigo do Idoso / Revivendo Memórias continuaram a acontecer. Neste período, foi realizado um encontro, o qual foi relatado pelos educadores que realizaram as visitas.

### **a) Relatório da visita 1 do Revivendo Memórias Presencial**

Data: 16/02/23

Participantes do projeto: ILPI Tulipa Mooca

Total de Participantes: 11

Educadores: José Neto e Karina Adorno

Atividade Aplicada: Visita lúdica com atividades físicas

No primeiro encontro tivemos a presença de participantes da instituição de longa permanência para idosos Tulipa Mooca localizado na zona leste de São Paulo. Tivemos 1 hora e 30 minutos de visita. Dentro deste tempo realizamos atividades físicas leves, atividades lúdicas e compartilhamos memórias em comum.

Iniciamos a visita sentados em cadeiras com apoio para facilitar o conforto e segurança dos participantes. Havia dois idosos em cadeiras de rodas e mais um com o uso da bengala como suporte. Devido a isso tivemos certos cuidados com o deslocamento do grupo, sempre pensando em lugares de descanso para que o grupo pudesse manter conforto durante a visita.

Sentados em formato de círculo conversamos sobre o estádio e sua importância para a cidade, com o desenrolar da conversa fomos lembrando dos grandes eventos do estádio e assim entrando na memória afetiva de cada participante. Em seguida, fizemos a proposta de alongamento para iniciar o passeio pelo museu, pois o local que estávamos era o antigo vestiário do Pacaembu, colocamos um fundo musical com artistas populares como Roberto Carlos e Erasmo Carlos.

O ápice da visita foi na sala origens, uma sala com mais de quatrocentos quadros do período de 1900 a 1940 com personalidades de época da música, futebol e paisagens de São Paulo e Rio de Janeiro. Nesta sala usamos o "baú da memória" este baú consiste em roupas e acessórios correspondentes da época. Com este material conversamos sobre costumes do período como casamentos arranjados e o papel da mulher da sociedade e juntos compartilhamos histórias pessoais. No fim da atividade usamos as roupas e brincamos tirando fotos fazendo poses como personagens da época.

No final da atividade, os participantes foram para o simulador de pênalti. Quase todos jogaram e os cadeirantes fizeram um futebol adaptado e jogaram a bola com as mãos. Por fim, nas considerações finais todos agradeceram e disseram que voltariam novamente, pois acharam a visita muito emocionante e divertida.



*Os participantes do Revivendo Memórias presencial em visita ao museu*

## **Ação 58: Visitas educativas noturnas para alunos de EJA**

Meta 58.1: Número mínimo de visitas

Meta 58.2: Número mínimo de público atendido

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. No dia 07/03, dia da abertura noturna, a equipe de educadores recebeu 5 grupos da instituição Beit Yaacov, uma escola particular que oferece um curso gratuito para alunos do Ensino de Jovens e Adultos. Esse grupo passou por uma preparação prévia, pois todos os professores que atuam no EJA participaram

da formação oferecida pelo projeto Fim de Expediente no dia 04/03, o que trouxe um impacto positivo da relação de visita entre alunos, professores e educadores.

EJA (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-23	0	0
fevereiro-23	0	0
março-23	74	5
abril-23	0	0
Total do quadrimestre	74	5
Previsão de atendimento	60	4
ICM	123%	125%



Os alunos de EJA da Escola Beit Yaacov durante visita educativa noturna

### Ação 59: Projeto Educativo na Praça

Meta 59.1: Número mínimo de ações realizadas na Praça Charles Miller

Meta 59.2: Número mínimo de público atendido

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. No primeiro quadrimestre de 2023, as ações do projeto Educativo na Praça seguiram ocorrendo normalmente. As atividades educativas são oferecidas ao público sempre no segundo final de semana do mês, aos sábados e domingos, em dois horários. Abaixo, o resumo das ações realizadas e do público atendido.

Educativo na Praça (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-23	99	4
fevereiro-23	68	4
março-23	19	4
abril-23	35	4
Total do quadrimestre	221	16
Previsão de atendimento	160	16
ICM	138%	100%



Os educadores oferecem atividades para o público na Praça Charles Miller

## Ação 60: Projeto Fim de Expediente

Meta 60.1: Número mínimo de encontros realizados

Meta 60.2: Número mínimo de pessoas atendidas

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Durante o primeiro quadrimestre de 2023, o Núcleo Educativo realizou quatro encontros, com profissionais de diferentes instituições, totalizando 48 profissionais atendidos.

O Projeto Fim de Expediente visa a aproximação entre o Museu do Futebol e profissionais da educação, como professores de diferentes disciplinas, diretores de unidades escolares, coordenadores pedagógicos e de área e educadores em geral. Trata-se de uma formação onde são mostradas diferentes possibilidades de trabalho em sala de aula utilizando o futebol, bem como as exposições e projetos educativos do Museu do Futebol de uma forma agradável, lúdica e descontraída, engajando-os a realizar diferentes ações antes, durante e após a visita ao Museu e incentivando-os para que usufruam do espaço fora do ambiente de trabalho, como lazer e convivência.

- 31/01/23 - Fundação Casa (São Paulo/SP) – 13 profissionais;
- 04/03/23 - Escola Beit Yakov (São Paulo/SP) – 12 profissionais;
- 13/03/23 - Colégio Dom Pedro II (Americana/SP) - 5 profissionais;
- 25/03/23 - Secretaria Municipal de Educação (São Bernardo do Campo/SP) – 18 profissionais.

Cada encontro abordou diferentes temas, em consonância com os projetos encabeçados pelos professores e contou com uma visita educativa ao espaço expositivo do Museu do Futebol. A Escola Beit Yakov visitou o Museu com seus alunos posteriormente à formação e o Colégio Dom Pedro II agendou uma visita educativa para segundo quadrimestre. A Fundação Casa e a Secretaria Municipal de Educação de São Bernardo Campo manifestaram interesse em participar novamente dos encontros, com outros profissionais de suas instituições.



Ações de formação do projeto Fim de Expediente

## **Ação 61: Projeto Territórios do Futebol**

Meta 61.1: Número mínimo de ações realizadas

Meta 61.2: Número mínimo de pessoas atendidas

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Durante o primeiro quadrimestre de 2023, o Núcleo Educativo realizou três ações do projeto Territórios do Futebol, totalizando 91 pessoas atendidas. Foram feitos contatos com as instituições parceiras e construção conjunta da atividade, pensando o perfil de público e da própria instituição. A saber: CAPS Campo Limpo, em 17/03, Fundação Casa – Rio Paraná, em 31/03 e Associação Desportiva para Deficientes em 18/04.

Territórios do Futebol - 1º Quadrimestre		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-23	0	0
fevereiro-23	0	0
março-23	73	2
abril-23	18	1
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>91</b>	<b>3</b>
<b>Previsão de atendimento</b>	<b>60</b>	<b>3</b>
ICM	152%	100%



### Ação 65: Curso de formação para agentes e guias de turismo

#### Meta 65.1: Nº de cursos oferecidos

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. O curso foi elaborado e planejado para contribuir na formação de novos profissionais que atuarão no campo do Turismo, contemplando conteúdos que complementam a formação adquirida em sala de aula.

O curso foi realizado em parceria com o SENAC Aclimação, que trouxe toda suas turmas de Turismo para o curso, organizado com a seguinte estrutura: apresentação teórico-conceitual a respeito de temas como o que é um museu, modelos de gestão, Educação Formal e Não Formal, perfis de público e acessibilidade; visita técnica no Museu do Futebol para trazer experiências e possibilidades práticas de visitação em grupo.



As turmas do SENAC participam do curso de formação para Guias de Turismo

## **Ação 66: Ações de formação interna para a equipe de educadores e orientadores**

### **Meta 66.1: Nº de saídas realizadas**

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Estas ações foram planejadas e organizadas para proporcionar uma formação continuada para equipe do núcleo Educativo a partir do contato com equipes educativas presentes em outros equipamentos culturais, a fim de conhecer outras práticas e experiências que possam contribuir para o trabalho no Museu do Futebol. Como parte do planejamento destas ações, foram feitas conversas prévias com responsáveis destas instituições para alinharmos a visita técnica de nossa equipe nestes espaços.

#### **a) Pinacoteca**

No dia 19/04, foi realizada uma visita técnica na Pinacoteca do Estado de São Paulo. A equipe educativa apresentou materiais, projetos e programas promovidos pelo núcleo. Foi muito enriquecedor para a equipe do Museu do Futebol conhecer de perto, e numa troca entre pares, todo o trabalho desenvolvido e seu histórico ao longo do tempo.



A equipe do Educativo na saída formativa da Pinacoteca

### **b) MAM- SP**

Já no dia 26/04 a visita técnica foi realizada no MAM –SP (Museu de Arte Moderna de São Paulo). Conforme planejado, a visita foi organizada em duas etapas: na primeira, foi aberto um espaço de diálogo e trocas entre ambas as equipes e, na sequência, foi feita uma visita ao espaço expositivo do museu com mediação da equipe educativa.



A equipe do Educativo na saída formativa do MAM

## Ação 68: Acolhimento para grupos não agendados pela equipe de orientação

### Meta 68.1: Nº de acolhimentos realizados

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Como meta inédita no plano de trabalho do Programa Educativo, o recebimento de grupos espontâneos pela equipe de orientadores é uma ação rotineira e qualificadora da visita que esse público realiza sem o acompanhamento dos educadores. No entanto, a meta havia sido originalmente dimensionada para um período em que, em meados de março, a exposição de longa duração já estaria fechada. Com o museu funcionando normalmente, foi possível atender mais grupos não agendados assim como, por conseguinte, mais público também.

Grupos Espontâneos - 1º Quadrimestre		
Mês	Público atendido	Grupos Atendidos
janeiro-23	71	3
fevereiro-23	82	2
março-23	985	24
abril-23	1420	29
Total 1º quadrimestre	2558	58



A equipe de Orientação realiza acolhimento de grupo espontâneo

## **Ação 69: Novos roteiros de visita para público agendado e espontâneo**

### **Meta 68.1: N° de novos roteiros desenvolvidos**

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. O objetivo foi produzir um material com recortes temáticos que dialoga com o Museu do Futebol e o espaço no qual está inserido que possa ser aplicado com o público pela equipe de pessoas Educadoras do Núcleo Educativo.

Dessa forma, os novos roteiros elaborados possuem os seguintes temas: Estádio do Pacaembu e Praça Charles Miller. No primeiro, a ideia é trabalhar a história, os diversos usos e a importância deste estádio para a cidade de São Paulo. No segundo, o foco é Praça que compõe o complexo do Pacaembu, destacando sua importância e relação com o complexo como um todo, bem como discutir o papel dos espaços públicos para socialização e lazer.

## **Ação 70: Atividades, jogos e oficinas para o público espontâneo**

### **Meta 70.1: N° de ações oferecidas**

### **Meta 70.2: Número mínimo de público atendido**

A ação pactuada correspondeu às expectativas e a meta de ações oferecidas foi superada. Ao longo do quadrimestre, foram oferecidas 101 atividades para o público espontâneo e atendidos 2.013 visitantes no período. Tendo em vista que o público agendado sofreu muitas oscilações e visando oferecer continuamente uma programação educativa aos visitantes, foi uma opção do Núcleo Educativo realizar atividades não apenas ao final de semana, mas durante a semana também. Isso fez com que a oferta fosse maior do que o previsto, exatamente pela ausência de público agendado no período.

<b>Atividades no Museu (1º quadrimestre)</b>		
<b>Mês</b>	<b>Público atendido</b>	<b>Ações realizadas</b>
janeiro-23	659	30
fevereiro-23	323	24
março-23	258	22
abril-23	773	25
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>2013</b>	<b>101</b>
<b>Previsão de atendimento</b>	<b>150</b>	<b>30</b>
<b>ICM</b>	<b>1342%</b>	<b>337%</b>

<b>PROGRAMA EDUCATIVO – PE MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2023)</b>							
No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
71	Projeto Muito Além do Futebol: série de cursos e oficinas à distância	71.1	Meta-Resultado	Nº de cursos e oficinas oferecidos	1º Quadrim	4	
					2º Quadrim	4	
					3º Quadrim	4	
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
72	Projeto Escola Vai ao Museu: transporte para grupos escolares da periferia	72.1	Meta-Resultado	Nº de ônibus oferecidos	1º Quadrim	30	
					2º Quadrim	30	
					3º Quadrim	40	
					<b>META ANUAL</b>	<b>100</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
73	Renovação do Espaço Dente de Leite	73.1	Meta-Resultado	Projeto de renovação do espaço entregue	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

Apesar dos esforços envidados pelo Museu do Futebol nenhuma ação condicionada pode ser realizada.

<b>2.5 PROGRAMA DE CONEXÕES MUSEUS SP - PCM MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)</b>							
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
74	Ocupação Itinerante: Exposição Contra-Ataque! As Mulheres no Futebol	74.1	Meta-Produto	Nº de municípios atendidos	1º Quadrim		
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
75	Encontro da Rede Temática de Memória do Esporte	75.1	Meta-Produto	Encontro realizado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

76	Visitas Técnicas	76.1	Meta-Produto	Nº de visitas técnicas realizadas	1º Quadrimestre	1	
					2º Quadrimestre	2	
					3º Quadrimestre		
					META ANUAL	3	
					ICM	100%	
		76.2	Meta-Resultado	Nº de polos regionais beneficiados	1º Quadrimestre	1	
					2º Quadrimestre	2	
					3º Quadrimestre		
					META ANUAL	3	
					ICM	100%	
77	Curso de capacitação para orientadores de público e supervisores	77.1	Meta-Produto	Nº de cursos realizados	1º Quadrimestre		
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre		
					META ANUAL		
					ICM	100%	
		77.2	Meta-Resultado	Nº de polos regionais beneficiados	1º Quadrimestre		
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre		
					META ANUAL		
					ICM	100%	
78	Virtualização 360º das exposições dos museus da rede SISEM-SP	78.1	Meta-Produto	Nº de exposições virtualizadas	1º Quadrimestre	1	1
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	3	1
					ICM	100%	33,3%

### DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA CONEXÕES MUSEU SP

#### Ação 76: Visitas técnicas

Ação 76.1: Nº de visitas técnicas realizadas

Ação 76.2: Nº de polos regionais beneficiados

**Justificativa para o não cumprimento:** Em reunião realizada no dia 15/03/2023, com a museóloga do Sistema Estadual de Museus (SISEMSP) Sofia Gonzalez, que apresentou o detalhamento e atualizações do Programa Conexões Museus SP, ficou acordado que as três visitas técnicas pactuadas para esta meta serão realizadas ao longo do segundo e terceiro quadrimestre. Este tempo permitirá maior articulação com os polos regionais e conhecimento das necessidades técnicas, permitindo assim o planejamento e desenvolvimento de atividades que se alinham com a realidade local de cada polo.

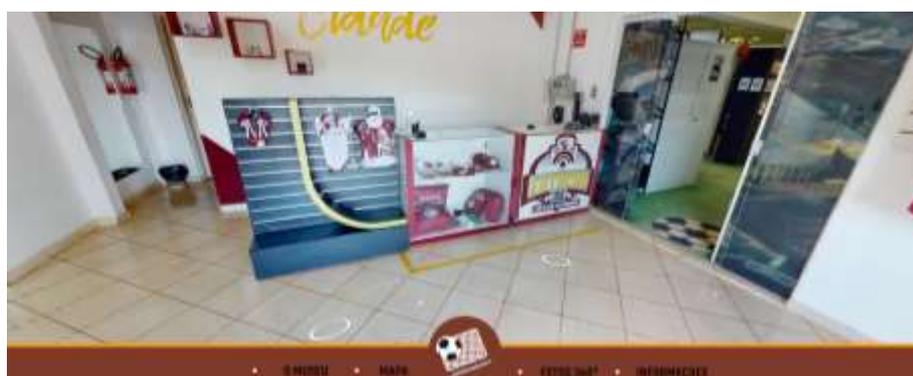
## Meta 78: Virtualização 360° das exposições dos museus da rede SISEM-SP

### Ação 78: N° de exposições virtualizadas

No dia 24/04 foi realizada captação de imagens para posterior virtualização do espaço expositivo do Museu do Futebol e Esportes de Araraquara. O trabalho foi desenvolvido pelo Núcleo de Tecnologia do Museu do Futebol, que possui equipamento específico para o trabalho. A virtualização foi concluída no mesmo dia, com o tratamento técnico das imagens e elaboração da home-page concluída na mesma semana.

Nos próximos quadrimestre o Museu do Futebol irá selecionar as instituições a partir da definição dos polos regionais SISEM, já elencadas pelo mesmo Sistema.

Link para visitação virtual: <https://tours.idbr.org.br/araraquara/>



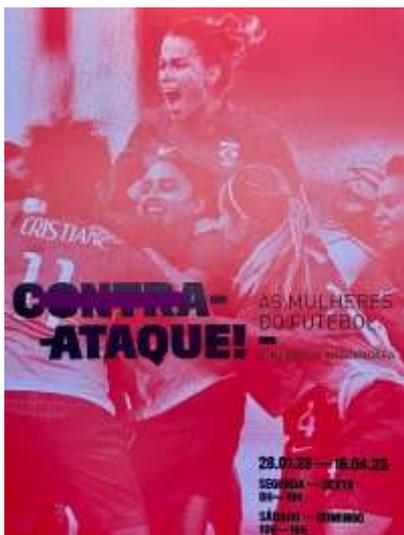
## META PENDENTE PLANO DE TRABALHO 2022

### Ação 79: Ocupação Itinerante: Exposição Contra-Ataque! - As Mulheres do Futebol

#### Meta 79.1.: No de cidade/municípios atendidos

A exposição temporária *CONTRA-ATAQUE! As mulheres do futebol*, realizada em 2019 na sede do Museu do Futebol em São Paulo, foi adaptada para uma versão itinerante e que teve sua primeira montagem na cidade de Araraquara – SP. A ação foi realizada em parceria com a Secretaria de Cultura Municipal e de Educação, além do SESC.

A exposição ocupou a Biblioteca Mário de Andrade desde 27/01 até o dia 16/04/2023 e disponibilizou a instalação de um jogo de *Pebolim das Minas* nas dependências do SESC – Araraquara, como forma de articular a rede local. A exposição foi vista por 4.811 pessoas, entre visitantes mediados pelo educativo contratado pelo Museu do Futebol, público espontâneo e de programação cultural.



*Divulgação e registro da abertura da Itinerância Contra-ataque! As mulheres do futebol.*

## 2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL – PCDI

### MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realização
79	Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	79.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site	1º Quadrimestre	66.000	214.358
					2º Quadrimestre	66.000	
					3º Quadrimestre	68.000	
					<b>META ANUAL</b>	<b>200.000</b>	<b>214.358</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>107%</b>
		79.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais	1º Quadrimestre	8.000	6.952
					2º Quadrimestre	6.000	
					3º Quadrimestre	8.000	
					<b>META ANUAL</b>	<b>22.000</b>	<b>6.952</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>32%</b>
		79.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de posts publicados	1º Quadrimestre	620	652
					2º Quadrimestre	620	
					3º Quadrimestre	620	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1.860</b>	<b>652</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>35%</b>
80	Ações com influenciadores	80.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	1º Quadrimestre	1	2
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>66%</b>
81	Inserções na mídia	81.1	Meta-Resultado		1º Quadrimestre	730	1.191
					2º Quadrimestre	730	

				Nº mínimo de inserções na mídia	3º Quadrimestre	740	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2.200</b>	<b>1.191</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>54%</b>
82	Plano de Comunicação da Nova Exposição de Longa Duração	82.1	Meta-Produto	Plano entregue	1º Quadrimestre	1	1
					2º Quadrimestre		
					3º Quadrimestre		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
83	Podcast Futebóis	83.1	Meta-Produto	Podcasts publicados	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	4	
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
84	Oficinas do Laboratório da Imprensa Esportiva	84.1	Meta-Produto	Oficinas realizadas	1º Quadrimestre	1	2
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>66%</b>
85	Concurso de crônica esportiva	85.1	Meta-Produto	Concurso realizado	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
86	Concurso de fotografia esportiva	86.1	Meta-Produto	Concurso realizado	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

87	Campanha Chuteira para Todas	87.1	Meta-Produto	Campanha realizada	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	-
					ICM	100%	
88	Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	88.1	Meta-Produto	Nº mínimo de novas parcerias ou renovações estabelecidas com organizações nacionais	1º Quadrimestre	2	5
					2º Quadrimestre	4	
					3º Quadrimestre	2	
					META ANUAL	<b>8</b>	<b>5</b>
					ICM	<b>100%</b>	<b>62,5%</b>
		88.2	Meta-Produto	Nº de novas parcerias ou renovações estabelecidas com organizações internacionais	1º Quadrimestre		
					2º Quadrimestre		
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
89	Política de Comunicação do Museu do Futebol	89.1	Meta-Produto	Versão preliminar entregue	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		89.2	Meta-Produto	Versão definitiva entregue	1º Quadrimestre	-	
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS

### PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

#### Ação 79: Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

##### Meta 79.1: Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site

No primeiro quadrimestre de 2023 o site do Museu do Futebol registrou 214.358 visitantes virtuais. Os dados correspondem à soma do número de visitantes únicos apurados mês a mês por meio da ferramenta Google Analytics<sup>1</sup>.

O site foi mantido atualizado ao longo de todo o quadrimestre com novos conteúdos relacionados à programação cultural e à nova exposição temporária *Rainhas de Copas*, aberta no final de abril, além de conteúdos de serviço e banco de dados do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB).

A meta – que é de número mínimo - foi superada no quadrimestre, principalmente em função do aumento da procura por informações de serviço no mês de janeiro, de férias escolares. Tanto que uma das páginas mais acessadas no período foi a de informações sobre o programa Férias no Museu. Os conteúdos de acervo do CRFB também se mantiveram com a procura em alta.

#### Número de visitantes únicos – 1º QUADRIMESTRE DE 2023

JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL
70.665	41.660	54.022	48.011	<b>214.358</b>

##### Meta 79.2: Nº mínimo de novos seguidores nas redes sociais

Os perfis do Museu do Futebol em redes sociais concluíram o primeiro quadrimestre ano de 2023 com 6.952 novos seguidores, com destaque para o bom desempenho do TikTok, rede de utilização mais recente. Com isso, os perfis do Museu, somados, terminaram o quadrimestre com total de 214.369 usuários no Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Spotify, YouTube e TikTok.

<sup>1</sup> A apuração de todo o período em conjunto, e não a soma mês a mês, traria um número inferior do indicado neste relatório, pois um visitante que tenha voltado ao site em meses diferentes ao longo do período contaria apenas uma vez, e não a cada visita.

O número expressivo chegou perto da meta do quadrimestre, mas não a superou. Identificamos uma recorrência de decréscimo no número de seguidores do Facebook que pode ser relacionada, também, à eliminação de perfis de usuários irregulares. A equipe do IDBrasil está atenta e já traçou estratégias para ampliar a atração de seguidores no Facebook e nas outras redes.

### Novos seguidores em redes sociais – 1º QUADRIMESTRE DE 2023

Rede social/ Novos seguidores	JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Facebook	37	-60	-52	-48	-123
Instagram	1.803	480	408	925	3.616
Twitter	570	433	628	198	1.829
YouTube	72	18	50	37	177
Spotify	78	2	5	7	92
Linkedin	441	216	324	223	1.204
TikTok	64	47	22	24	157
<b>Total</b>	<b>3.065</b>	<b>1.136</b>	<b>1.385</b>	<b>1.366</b>	<b>6.952</b>

### Meta 79.3: Nº mínimo de posts publicados

Esta meta foi proposta pelo IDBrasil para oferecer à Secretaria uma maneira de aferir o volume de publicações nas redes sociais do Museu do Futebol, de maneira a proporcionar a avaliação da consistência e frequência do trabalho realizado. Ao longo do quadrimestre foram publicados 652 conteúdos originais, resultando numa média de 5,4 por dia, incluindo sábados, domingos, feriados e segundas-feiras, quando o Museu está fechado ao público, mas continua ativo na internet.

O quantitativo publicado superou a meta inicialmente proposta para o quadrimestre (600 conteúdos) para acompanhar a intensificação da realização de eventos da programação cultural e educativo, na medida em que o Museu retomou a operação normal, no pós-pandemia. Nesse sentido, a superação da meta veio de encontro a uma necessidade pragmática de mobilização de públicos, não tem contraindicações – pois mantém-se o cuidado com a distribuição inteligente do conteúdo ao longo do dia e da semana – e não onera o contrato de gestão.

### Posts publicados em redes sociais – 1º QUADRIMESTRE DE 2023

Rede social/ Nº de posts publicados	JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Facebook	39	28	32	38	137
Instagram	36	29	29	38	132
Twitter	31	50	96	155	332
Linkedin	9	0	12	19	40
Spotify	0	0	0	0	0
TikTok	1	1	0	9	11
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>108</b>	<b>169</b>	<b>259</b>	<b>652</b>

### Ação 80: Ações com influenciadores

#### Meta 80.1: Ações realizadas

Foram realizadas 2 ações com influenciadores ao longo do primeiro quadrimestre de 2023. Este recurso vem sendo perseguido de maneira estruturada pelo IDBrasil a fim de que a comunicação do Museu atinja públicos diversificados.

Em 8 março, para marcar o Dia Internacional da Mulher, o Museu do Futebol promoveu uma ação coordenada no Twitter com hashtag #OJogoVirou, estimulando mulheres a contarem histórias de superação do machismo no esporte. Para alavancar a ação, a equipe do IDBrasil mobilizou antecipadamente várias influenciadoras (jornalistas, jogadoras, comentaristas). A ação chegou a entrar na lista dos assuntos mais comentados em esportes do Twitter.



Em fevereiro, o Museu do Futebol recebeu a visita do influenciador Leonardo (@leozinho.fc - 12,2 mil seguidores no Instagram e @leozin.fc - 159,5 mil seguidores no TikTok). O passeio foi publicado em formato de Reels no Instagram e no TikTok com pautas relacionadas a camisa do Pelé, o desenvolvimento das chuteiras e o Chute a Gol.



## Ação 81: Inserções na mídia

### Meta 81.1: Número mínimo de inserções na mídia

O trabalho de relacionamento com a imprensa realizado pelo IDBrasil resultou na publicação de 1.191 matérias mencionando o Museu do Futebol ao longo do 1º quadrimestre de 2023, conforme o detalhamento abaixo, por mídia e por mês.

### Matérias publicadas – 1º QUADRIMESTRE DE 2023

<b>Tipo de mídia</b>	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>Total do Quadrimestre</b>
Impresso	31	16	27	7	81
Web	390	322	235	75	1.022
TV	37	2	3	10	52
Rádio	19	11	4	2	36
Outros	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>477</b>	<b>351</b>	<b>269</b>	<b>94</b>	<b>1.191</b>

O número é resultado do trabalho estratégico realizado para reverberar as ações do Museu do Futebol em espaços diversificados na imprensa, gerando reputação e atração ao público.

No primeiro mês do quadrimestre, a divulgação do Férias no Museu, das homenagens ao Pelé e do lançamento da exposição itinerante “CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol”, em Araraquara, gerou bastante resultado, ganhando destaque nos principais veículos de comunicação do país, como TV Globo, TV Bandeirantes, Rádio CBN, além dos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e da revista Crescer.

Nos meses seguintes, os destaques foram a programação especial de Carnaval e o lançamento de dois livros, que repercutiram em veículos como Rádio BandNews, jornal Folha de S. Paulo, TV Jovem Pan e Gazeta Esportiva. Por fim, a inauguração da exposição temporária Rainhas de Copas também ganhou espaço na mídia nacional, com matérias na Folha de S. Paulo, TV Bandeirantes, TV Gazeta e Rádio Globo.

Trata-se de meta de número mínimo, que foi superada no quadrimestre em função das estratégias de relacionamento com a imprensa adotadas pela equipe do IDBrasil. A superação é altamente desejável, pois amplia a visibilidade e a credibilidade do Museu, sem onerar o contrato de gestão.

Abaixo, algumas das matérias publicadas.



TV Globo – 13/01/2023

**BOLA** O Museu do Futebol, em São Paulo, vai receber uma exposição sobre o futebol feminino. A mostra "Rainha das Copas" terá uma linha do tempo sobre a modalidade que reunirá desde o primeiro mundial disputado por atletas mulheres, em 1991, a histórias de grandes nomes do esporte. A abertura deverá ocorrer em abril.

Coluna Mônica Bergamo – Folha de S. Paulo – 20/03/2023



TV Bandeirantes – 27/04/2023

## **Ação 82: Plano de Comunicação da Nova Exposição de Longa Duração**

### **Meta 82.1: Plano entregue**

Uma versão preliminar do Plano de Comunicação da Nova Exposição de Longa Duração foi elaborada e entregue preliminarmente junto ao relatório do 1º Quadrimestre de 2022. Segue abaixo a atualização do Plano o à luz das definições mais recentes com relação ao projeto e seu cronograma.

### **INTRODUÇÃO**

O ano de 2023 marcará a abertura da renovação da exposição de longa duração do Museu do Futebol. A mostra atual é a mesma montada para a inauguração do equipamento, em 2008. Embora tenha recebido atualizações pontuais ao longo os anos, ela já não representa os avanços desenvolvidos pelo Museu do Futebol em outras frentes, como a pesquisa, a programação cultural e a abertura de diálogo com pessoas e instituições diversas, o que ampliou o entendimento institucional a respeito de questões como gênero, raça, inclusão e decolonização.

A nova exposição de longa duração é uma grande oportunidade de ativar públicos por meio de ações de comunicação, mas também traz grandes desafios relacionados ao período de sua implementação. Neste Plano de Comunicação, fazemos uma atualização do cenário do momento atual (abril de 2023) visando ajustar as estratégias gerais de comunicação do projeto.

Como todo plano de longo prazo, ele continuará sendo reavaliado periodicamente visando sua adequação aos desdobramentos efetivos do projeto, a fim de incorporar novos insumos e corrigir rumos.

### **Cenário atual**

A nova exposição de longa duração do Museu do Futebol é um projeto que, de certa forma, já vem sendo gestado desde 2015, quando a exposição *Visibilidade para o futebol feminino* promoveu o hackeamento do espaço expositivo para a inclusão de mulheres atletas em algumas das salas, principalmente Anjos Barrocos, Origens e Copas do Mundo. Desde 2013, a criação do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) dinamizou as ações de pesquisa, buscando incorporar ao olhar do Museu do Futebol temas como futebol de várzea, a história do bairro do Pacaembu e o futebol feminino. Por outro lado, o Núcleo Educativo se notabilizou por seu trabalho com pessoas com deficiência.

Tudo isso fez com que a equipe do Museu começasse a identificar lacunas na exposição de longa duração em temas que também ganharam mais visibilidade e relevância social na década de 2010, como a igualdade de gênero, a discriminação homofóbica, o racismo, a inclusão de pessoas com deficiência e a vivência das populações periféricas.

Externamente, a década viu a consolidação das redes sociais como canal de comunicação interpessoal e a mudança do perfil de consumo de informação pela internet – inclusive de transmissões esportivas –, a realização da Copa do Mundo do Brasil, em 2014; a modernização dos estádios de futebol e a mudança do perfil do público frequentador dos estádios. No final da década, o futebol feminino começou a ganhar visibilidade e trilha um caminho ainda lento, mas visível, de popularização.

Também compõe esse cenário a concessão do Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho à iniciativa privada em setembro de 2019. O estádio é casa do Museu do Futebol, que está instalado sob sua fachada e arquibancadas. Embora a concessão não inclua a área ocupada pelo Museu, ela altera a dinâmica e operacional e institucional, que antes era desenvolvida diretamente junto à Secretaria Municipal de Esportes de São Paulo, até então responsável pelo estádio, e passa a incluir o consórcio Allegra Pacaembu.

Em 2023, a realização da Copa do Mundo de Futebol de Mulheres na Austrália e Nova Zelândia reacendeu a visibilidade para a modalidade e a CBF anunciou a candidatura oficial do Brasil à Sede da competição em 2027. A partir disso, a revista *Rozzeira*, dedicada ao futebol de mulheres, lançou um manifesto público pedindo que o Pacaembu se torne a casa da modalidade no estado de São Paulo, lembrando que em maio de 1940, um jogo feminino no contexto do evento de inauguração do estádio foi o estopim para os debates que culminaram com a proibição do futebol feminino em 1941.

A revisão da exposição de longa duração já vem sendo avaliada desde 2018, a partir de um diagnóstico realizado pelo público interno a respeito das forças e pontos de melhoria da atual exposição. Uma nova fase desse processo teve início ao fim de 2021 com a composição de um Comitê Curatorial que tem a participação de um grupo externo formado pelos jornalistas Marcelo Duarte (coordenador) e Milly Lacombe, o ex-jogador Raí Oliveira, o pesquisador Flávio de Campos, o cineasta Rodrigo Saturnino e funcionários do IDBrasil, incluindo a diretora técnica Marília Bonas, Maurício Rafael e Juliana Pons (museólogos) e Renata Beltrão (Comunicação).

Para a implantação do projeto, o cronograma prevê o fechamento da atual exposição de longa duração entre setembro de 2023 e abril de 2024. Nesse período, a nova mostra será implementada, enquanto a visitação do público continuará ocorrendo na Sala Osmar Santos, dedicada a exposições temporárias. A programação cultural também continuará ocorrendo nos demais espaços do Museu.

Na reabertura da exposição de longa duração, espera-se que ela reflita os eixos geradores do projeto de gestão elaborado pelo IDBrasil para o ciclo 2021-2026:

- O **futebol como elemento central da cultura brasileira** e como uma linguagem que configura subjetividades, identidades e movimenta os mais importantes discursos da contemporaneidade.
- A **gestão museológica** como elemento integrador e qualificador de processos e práticas institucionais e do papel do Museu do Futebol como um **museu processo**.
- O **museu híbrido**, com a implementação de mudanças, a consolidação de processos internos e a realização de ações presenciais e virtuais complementares.
- O **museu cidadão**, comprometido com a qualidade do serviço ofertado à sociedade e que se engaje, como espaço democrático, na dinâmica da vida pública.

Além do cenário inicial acima descrito, oferecemos abaixo uma análise SWOT para avaliação das Forças, Fraquezas, Ameaças e Oportunidades relacionadas especificamente ao projeto de renovação da exposição de longa duração e os fatores que influem sobre as estratégias de comunicação:

<b>F</b> <b>a</b> <b>t</b> <b>o</b> <b>r</b> <b>e</b> <b>s</b> <b>i</b> <b>n</b> <b>t</b>	<b>Forças</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• O Museu do Futebol é popular e bem avaliado pelo público.</li><li>• Excelente relacionamento com a imprensa, já construído.</li><li>• Reputação forte em nichos como futebol feminino e de várzea, acessibilidade e inclusão.</li><li>• Experiência em soluções digitais, intensificadas na pandemia.</li></ul>	<b>Fraquezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• O fechamento da exposição de longa duração pode desestimular a visita presencial.</li></ul>
--	---	--

<b>e r n o s</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comitê curatorial com nomes conhecidos e de reputação no meio esportivo e cultural.</li> </ul>	
<b>F a t o r e s e x t e r n o s</b>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão de novos temas joga luz sobre a diversificação da pauta do museu.</li> <li>• Possibilidade de atração de novas parcerias.</li> <li>• Construção de relacionamento com novos públicos a partir dos eixos temáticos incluídos na exposição.</li> </ul>	<p><b>Ameaças</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O público costuma ter apego ao que já conhece. O anúncio da mudança pode suscitar descontentamentos.</li> <li>• Possibilidade de associação negativa do fechamento da exposição ao do Estádio do Pacaembu, para obras.</li> <li>• Mesmo com o fim da pandemia, o público ainda não retomou inteiramente seus hábitos culturais e/ou construiu novos hábitos, em casa.</li> </ul>

Diante do cenário apresentado, fica claro que o projeto de elaboração da nova exposição de longa duração do Museu do Futebol deve ser comunicado de forma a fortalecer entre os públicos da instituição a imagem de um museu que se transforma para manter-se relevante socialmente: um espaço de lazer, diversão e indutor do turismo – mas também de vanguarda no setor museológico brasileiro e socialmente engajado nas questões mais prementes da sociedade contemporânea.

Com isso, propõe-se inicialmente os seguintes focos do Plano de Comunicação:

### **Objetivo geral**

Comunicar o Museu do Futebol em seu processo de transformação para tornar-se melhor na prestação de serviços à sociedade e ao público.

### **Objetivos específicos:**

- Manter os públicos informados e interessados sobre a exposição temporária e programação cultural durante o período de produção e implantação da nova exposição de longa duração.
- Gerar curiosidade e expectativa a respeito das novidades da nova exposição de longa duração.

- Garantir a repercussão na imprensa da abertura da nova exposição de longa duração.

### **Objetivos secundários ao projeto**

- Manter a relevância do Museu do Futebol junto à imprensa para assuntos relacionados à história do esporte no Brasil.
- Manter o público interessado no acervo digitalizado e exposições virtuais.
- Garantir visibilidade para a exposição temporária e programação cultural, de forma a fazer o público perceber que o museu está aberto e atuante.

Observe-se que o último bloco concentra os objetivos considerados *secundários* apenas em relação ao projeto de renovação da exposição de longa duração, do qual este plano é objeto. No entanto, são objetivos importantíssimos para manter o Museu do Futebol como uma instituição ativa e relevante para o público mesmo com a maior parte de seu espaço expositivo fechado para visitas.

De maneira geral, portanto, os objetivos de projeto e os secundários ao projeto se articulam para tentar com que os impactos do fechamento da exposição de longa duração não atinjam o relacionamento do Museu do Futebol com seus públicos, seja por meio de seus canais proprietários, seja por meio de parceiros e imprensa, contribuindo para manter em alguma medida o fluxo de visitantes presenciais e participantes de atividades da programação cultural.

### **Mensagem-chave**

A mensagem-chave compila as principais informações a serem reforçadas no discurso dos porta-vozes do Museu do Futebol quanto ao projeto de renovação da exposição de longa duração. Por isso, não é uma frase a ser decorada, mas um que organiza possibilidades de fala para o encadeamento lógico entre os pontos mais relevantes para a comunicação do projeto. Assim como o próprio Plano de Comunicação, ela deverá ser adaptada e ajustada de acordo com o desenvolvimento real do processo de renovação.

*"O Museu do Futebol renova sua exposição principal para manter-se como um dos equipamentos culturais mais relevantes e queridos do país: divertido, interessante e emocionante para quem gosta e para quem não gosta de futebol, atualizado tecnologicamente e agora incorporando temas que não eram suficientemente tratados, a exemplo da história do futebol feminino no Brasil e o futebol jogado fora dos grandes estádios, por pessoas comuns, em territórios diversos".*

## Grandes marcos

O projeto de renovação da exposição de longa duração terá alguns marcos temporais que podem servir como ganchos para ações de comunicação, principalmente junto à imprensa. Neste momento do desenvolvimento do projeto, é possível identificar alguns deles:

Previsão	Marco
A definir*	Anúncio público de que a renovação será realizada.
Julho ou Agosto de 2023*	Anúncio do fechamento da exposição de longa duração para execução do projeto.
Setembro de 2023 a abril de 2024	Fase de montagem
Abril de 2024	Inauguração.

\*Em conjunto com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

## Plano estratégico

### ESTRATÉGIA 1: O Museu em movimento em um mundo transformado

No período em que for feito o anúncio de renovação da exposição de longa duração, faremos um apanhado do que mudou no mundo do esporte desde que o Museu do Futebol foi inaugurado, em 2008. A ideia é mostrar que o museu vai continuar na vanguarda da experiência para o público, incorporando em sua exposição reflexões sobre essas mudanças. A estratégia tem a função dupla de justificar o porquê da renovação e indicar alguns caminhos já definidos, de forma conquistar públicos que tenham interesse no assunto específico – por exemplo, o futebol feminino.

- Sugestão de pautas para imprensa especializada sobre as mudanças entre 2008-2023 no mundo esportivo. A pauta servirá como pano de fundo para falarmos sobre o porquê da renovação da exposição. Sugestão de entrevistas com equipe de curadores.
- Nas redes sociais, posts comparativos sobre o futebol em 2008 e 2023.
- Articular conteúdos do CRFB e do Núcleo Educativo sobre o tema.
- Newsletter especial anunciando as mudanças para o público de assinantes.
- Atualização do logotipo do Museu do Futebol. Pauta para veículos específicos de comunicação e marketing, anúncio nas redes sociais.

Ponto de atenção: será natural a tentativa de associação do projeto ao fechamento do Estádio do Pacaembu para obras. O desafio é deixar claro que se trata de projetos independentes, que por acaso terão um período coincidente. Reforço na mensagem de que o Museu continuará aberto e recebendo público na exposição temporária e na programação cultural e educativa.

## **ESTRATÉGIA 2: A despedida da exposição atual**

Cerca de um mês antes do fechamento da exposição para implementar a renovação, a ideia é divulgar a “última chance” de vê-la antes da reforma. A estratégia incluiu o estímulo para que os visitantes compartilhem suas lembranças e experiências da atual exposição.

- Foco em programas de TV e Rádio, com objetivo de maximizar a presença do público nesta despedida.
- Possibilidade de promoções para estimular visitas em dias de semana.
- Nas redes sociais, valorizar a presença do público no Museu. Humanizar o espaço como uma forma de homenagear o que já foi feito até aqui.
- Sugestão de pauta: o que acontecerá com a camisa de Pelé durante a reforma?

Ponto de atenção: Reforço na mensagem de que o Museu continuará aberto e recebendo público na exposição temporária.

## **ESTRATÉGIA 3: Informações exclusivas e técnicas**

À medida em que as definições sobre o projeto forem avançando, soltar pequenas doses de informações exclusivas sobre as novidades implementadas. Os *spoilers* podem ser feitos tanto para a imprensa (principalmente colunas) quanto nas redes sociais. Em outra frente, a renovação da exposição dá a oportunidade de explorarmos temas técnicos relacionados ao fazer museal, que pode ser interessante para gerar conteúdos relevantes para profissionais do setor, construindo a reputação do Museu do Futebol também entre este público específico.

- Foco em colunas sociais e colunistas esportivos.
- Registro de croquis, desenhos, falas curtas da equipe de curadoria, vídeos que não revelam totalmente o que está sendo feito, mas que tenham potencial de deixar o público curioso.
- Revelar algo das discussões nos bastidores e processos de montagem e desmontagem.
- Uma newsletter mensal que funcionará como blog da nova exposição.

#### **ESTRATÉGIA 4: Visitas em primeira mão**

Será colocada em prática quando a montagem estiver suficientemente avançada. Jornalistas e influenciadores serão convidados a ver os últimos preparativos em primeira mão, de forma que possam ajudar a fomentar a curiosidade pública para a reinauguração do Museu.

- Foco em repórteres setoristas. Possibilidade de uma visita exclusiva para equipe de TV de programa de grande audiência.
- Identificação de canais e programas relacionados a arquitetura, design e construção civil, para pautas técnicas.
- Convite a influenciadores digitais parceiros.
- Possibilidade de promoção para um pequeno grupo de visitantes, escolhidos por ordem de inscrição ou sorteio, a semelhança do que fizemos com a visita às obras do Museu da Língua Portuguesa na Semana do Patrimônio.

#### **ESTRATÉGIA 5: A festa de reinauguração**

Este é o momento de mobilizar todos os públicos para a reabertura da exposição de longa duração, agora renovada. O foco desta ação será todo o território nacional, de maneira a manter o Museu do Futebol como instituição de referência no tratamento do patrimônio imaterial esportivo.

- Produção de banco de imagens em foto e vídeo da nova exposição, de forma a ter um conjunto variado de alternativas para abastecer os veículos.
- Convite à toda a imprensa para comparecer ao evento de reabertura.
- Disponibilidade dos porta-vozes para entrevistas.
- Elaboração de artigo para jornal de grande circulação.
- Utilização de todos os espaços disponíveis para anúncios por permuta focados
- Séries de posts impulsionados nas redes sociais, em vários formatos.

## Mensuração de resultados

Será feita através do monitoramento de matérias publicadas (clipping) assim como pelas métricas de visualizações e engajamento fornecidas pelas redes sociais

## Ação 84: Atividades do Laboratório da Imprensa Esportiva

### Meta 84.1: Atividades realizadas

O novo projeto do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional realizou duas ações no quadrimestre, ajudando a aproximar o Museu do Futebol à comunidade jornalística e acadêmica a partir não da divulgação apenas, mas da discussão conjunta e crítica sobre a cobertura esportiva.

O primeiro evento foi realizado no dia 14 de março e consistiu em uma visita mediada com alunos do primeiro ano de jornalismo da PUC-SP ao Museu do Futebol. Os estudantes, acompanhados de três professores, percorreram a exposição de longa duração e foram estimulados a observar pontos de contato entre o fazer museológico e o jornalismo, principalmente quanto às formas de representação no espaço expositivo e na imprensa, bem como interpretar conteúdos mais profundamente. No total, 46 pessoas participaram da visita. Já no dia 22 de março foi realizada, em parceria com a ONU Mulheres, a Oficina Cobertura Esportiva Livre de Estereótipos de Gênero, com a jornalista Olga Bagatini. O evento teve a participação presencial de 43 pessoas e on-line, ao vivo, de cerca de 25 no pico de espectadores simultâneos.



## Ação 88: Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações

Meta 88.1 N° de novas parcerias estabelecidas com organizações nacionais OU renovadas

Durante o período, foram firmadas/renovadas as seguintes parcerias:

- **Dinamize:** renovação da parceria com plataforma de armazenamento de e-mails e disparo de e-mail marketing/newsletter;
- **Guia da Semana:** renovação da parceria com site para veiculação de anúncios do Museu;
- **Shopping Pátio Paulista:** parceria firmada para realização de mostra sobre futebol feminino;
- **Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência – SMPED:** parceria firmada com o objetivo de mobilizar público de pessoas com deficiência para visitas educativas ao Museu do Futebol ao longo de 2023;
- **Associação 451:** parceria para realização da segunda edição d'A Feira do Livro que acontecerá entre 07 e 11 de junho na Praça Charles Miller e para veiculação de anúncios do Museu nos veículos de comunicação do parceiro.

No período foram veiculados anúncios do Museu nos veículos parceiros, conforme anexo: Revista Piauí; Gazeta Esportiva, Guia da Semana, Hello Mídia

### 2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES - PED MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2023)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
90	Seguro Multirriscos	90.1	Dado-extra	Seguro renovado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		
91	AVCB	91.1	Dado-extra	AVCB renovado	1º Quadrim		1
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		1
92	Renovação do Alvará de funcionamento de local de reunião	92.1	Dado-extra	Alvará renovado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		

## Ação 90: Renovação de Seguros Multirriscos

### Meta 90.1: Seguro renovado

O Museu do Futebol possui os seguintes seguros:

- **Seguros multirriscos:** cuja apólice está registrada sob o nº 02852.2021.0021.0118.0021295. A proteção vigente iniciou dia 21/06/2022 e terá seu final no dia 21/06/2023.
- **Seguro de responsabilidade civil:** apólice nº 02852.2022.0021.0351.0007855 que teve início de vigência às 24 horas do dia 20/06/2022 e final de vigência às 24 horas do dia 20/06/2023.

As apólices já foram enviadas em relatórios anteriores. E serão renovadas no 2º quadrimestre.

## Ação 91: AVCB

### Meta 91.1: AVCB Renovado

O Museu do Futebol tem o AVCB-Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros válido nº 578.504 com validade até 25/05/2023.



**POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
**CORPO DE BOMBEIROS**  
**AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS**  
**AVCB Nº 578504**

O CORPO DE BOMBEIROS EMITE O PRESENTE AUTO DE VISTORIA, POR MEIO DO SISTEMA ELETRÔNICO VIA FÁCIL BOMBEIROS, PARA A EDIFICAÇÃO DO ÁREA DE RISCO ABRIL, NOS TERMOS DO REGULAMENTO DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Projeto Nº 2343507950004/2004  
Endereço: PRAÇA CHARLES MILLET  
Cobertura: 3300m²  
Município: SÃO PAULO  
Ocupação: CENTRO ESPORTIVO E MUSEU DE SÃO PAULO  
Proprietário: PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO  
Responsável pelo Livro: ESTRELA MOREIRA PAULI MACHADO DE CARVALHO  
Responsável Técnico: ALBERTO MACHADO DE CARVALHO  
CREA/RUBR: 50525/2004-00 ANTONIO CARLOS DE CARVALHO  
Área Total (m²): 3086,54  
Validade: 25/05/2023  
Vistoriado: 1. THOMAS EDUARDO DE SA SILVA  
Homologação: MARCELO SEBASTIÃO DE SAUS  
ORGANIZAÇÃO, EMISSÃO, CANCELAMENTO E USO: AVCB - INSCRIÇÃO DE RESPONSABILIDADE CIVIL E INCÊNDIO  
MANUTENÇÃO (MARCAVAZ), SA

NOTAS: 1) O EMISSOR não se responsabiliza pela emissão, em caso de erro no sistema. 2) Compete ao proprietário a responsabilidade pela segurança e manutenção da edificação, bem como a realização de reparos e manutenção em condições de utilização, conservação e utilização adequada, sob pena de cancelamento do AVCB, independentemente das responsabilidades civil e criminal.

São Paulo, 30 de Maio de 2022.



Documento emitido eletronicamente pelo Sistema Via Fácil Bombeiros. Para verificar sua autenticidade acesse o site do Corpo de Bombeiros [www.corpodbombeiros.sp.gov.br](http://www.corpodbombeiros.sp.gov.br), ou utilize o aplicativo para dispositivos móveis "Bombeiros SP".

## Ação 92: Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião

### Meta 92.1: Alvará renovado

O processo para obtenção do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião está em tramitando nas instâncias públicas, sendo 2 processos: solicitação de isenção da taxa administrativa e o da revalidação do alvará.

- Processo de isenção de taxa nº 6068.2022/0011195-3 - deferido

016200230957

SEIPMSP - 077380941 - Despacho deferido



A - Ato nº 261428  
Disponibilização: 27/01/2023  
Publicação: 27/01/2023

#### PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO

Coordenadoria de Controle e Uso de Imóveis

Rua São Bento, 405, 19º Andar - Bairro Centro - São Paulo/SP - CEP 01020-900

Telefone: 3243-1214

6068.2022/0011195-3 - Uso e ocupação do solo: Isenção e imunidade de IPTU

Despacho deferido

Interessados: IDBRASIL CULTURAL EDUCAÇÃO E ESPORTE CNPJ 0.233.223/0001-52

DESPACHO: DEFIRO o presente pedido de dispensa de preço público, referente ao processo nº 6068.2022/0011194-5, nos exatos termos do item 24 da tabela anexa ao Decreto nº 62.087/22.



Celso de Souza  
Coordenador(a) V  
Em 24/01/2023, às 16:55.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://processos.prefeitura.sp.gov.br>, informando o código verificador 077380941 e o código CRC 416FB496.

6068.2022/0011195-3

077380941v2

- Processo de revalidação do alvará nº 6068.2022/011194-5: aguardando a finalização do processo.

## META PENDENTE PLANO DE TRABALHO 2022

### Ação 105: Implantar chuveiros automáticos (sprinklers) no auditório e sala de exposições temporárias – Execução

#### OBJETIVO:

Este relatório tem como objetivo, apresentar fotograficamente e descritivamente, os serviços realizados até o momento pela empresa SP Fire Treinamento e Serviços Contra Incêndios Ltda., sob a responsabilidade do Sr. Antônio Ferraz dos Santos, Sócio/Proprietário, nas dependências do Museu do Futebol, localizado na Praça Charles Miller, s/nº - Pacaembu – CEP: 01246-020 - São Paulo - SP, conforme Contrato de Prestação de Serviços 67/2023, de 04/04/2023, para o acompanhamento, análise e oportunidade de feedback dos serviços executados. A finalização das instalações ocorrerão em maio/2023.

#### CRONOGRAMA DE OBRA (PRIMEIRA E SEGUNDA SEMANA) PERÍODO DE 06 A 30/04/2023:

CRONOGRAMA DE OBRAS		
CLIENTE:	MUSEU DO FUTEBOL	
LOCAL:	PRAÇA CHARLES MILLER, S/Nº - PACAEMBÚ - SP.	
TIPO DE OBRA	INSTALAÇÃO DE SPRINKLERS, TUBULAÇÃO, CONEXÕES E INSTALAÇÃO BOMBAS E SISTEMAS	
RESPONSÁVEL PELA OBRA	ANTÔNIO FERRAZ DOS SANTOS - SÓCIO/PROPRIETÁRIO	
MÊS/SEMANA	DATA	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO
ABRIL 1ª SEMANA	DE 6 A 14	Instalação de 9 metros de tubos de 2,5 polegadas; 1.90 metros de tubos de 3 polegadas; 2 metros de tubos de 2 polegadas; 1.5 metros de tubos de 1 polegada; 13 furos para fixação da tubulação; 9 metros de barra rocada para fixação.

<p>ABRIL 2ª SEMANA</p>	<p>DE 17 A 30</p>	<p>Instalação de 8 bicos de SPK; 4 furos na parede do Auditório; Executado 12 metros de tubos de 1.5 polegadas; 4 metros de tubos de 2 polegadas; Conclusão dos bicos do Auditório; Instalação de 12 metros de tubos de 1.5 polegadas; 12 metros de tubos de 1 polegada e 1 quarto; 12 metros de tubos de 1 polegada; 10 metros de barras roscada; Execução de 36 metros de tubulação de 2 polegadas; 10 metros de suportação; 3 metros de tubos de 3 polegadas.</p>
----------------------------	-------------------	--

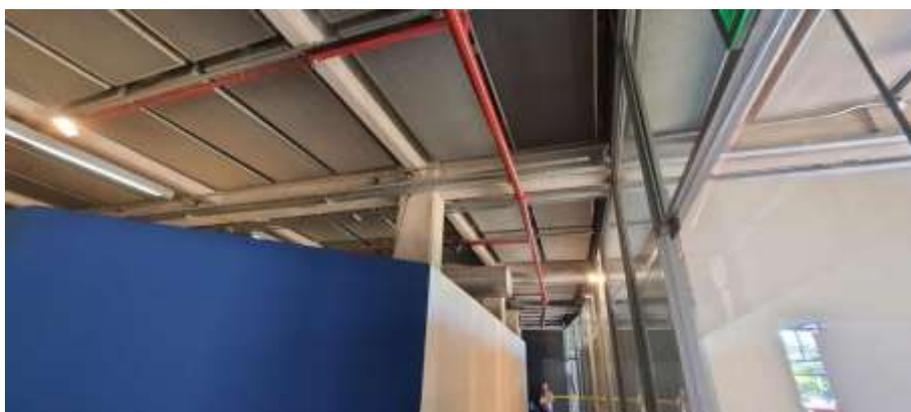


Planta baixa com a redes de sprinklers e seus pontos. Toda a rede foi executada, sob suportes, com o anel de distribuição com a tubulação de maior espessura e a rede de distribuição secundária e terciária, onde estão instalados os bicos dos

sprinklers. Tudo instalado e executado igualmente, nos dois ambientes (auditório e sala de exposição).



Imagens da rede já executada na sala de exposições.



Na sala de exposições, onde iniciamos os trabalhos; com os furos de sustentação da tubulação de abastecimento do sistema.



Acompanhamento da obra.



Essa é uma tubulação secundária maior, onde alimenta de forma direta os bicos de sprinklers.





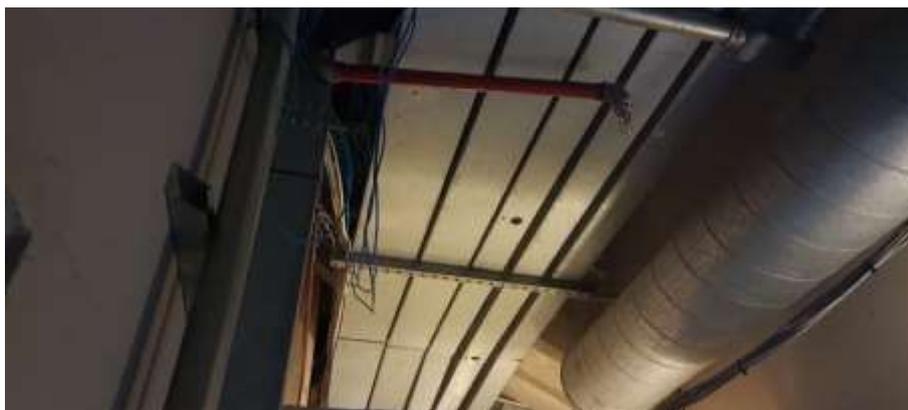
Aqui já instalado alguns bicos nos fundos (corredor) das salas.



Rede sendo distribuída na sala de exposição, já sustentada.

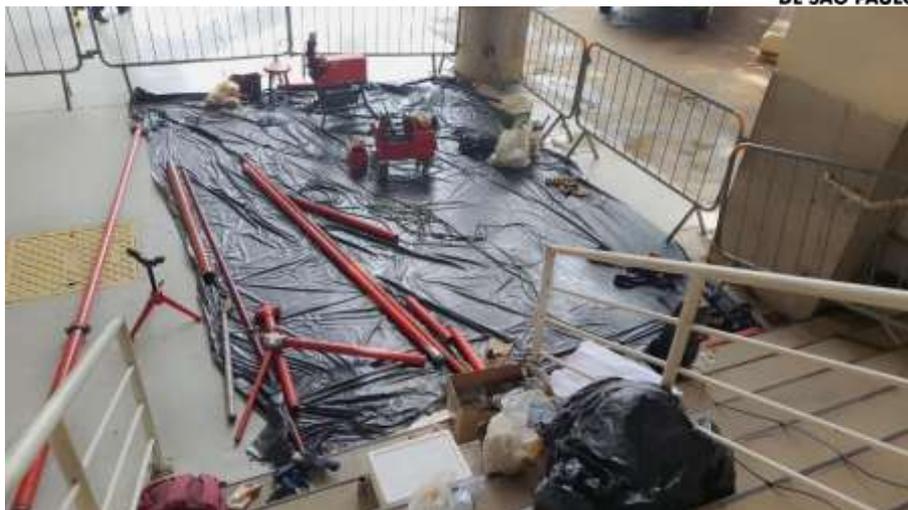


Alguns pontos de chuveiro e a rede que abastece o sistema sendo instalada, onde previamente foi furado e implementada a sustentação da tubulação.





Vista e posicionamento de outros bicos do sistema.



Ambiente de trabalho, devidamente isolado e protegido,  
para o implemento de cortes, pintura e rosqueamento da tubulação.

<b>2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES - PED MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2023)</b>							
No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
93	Modernização do Auditório	93.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
94	Estudo de viabilidade para implantação do projeto ACQUA-HQE	94.1	Meta-Produto	Estudo entregue	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					META ANUAL		
					ICM		