



**RELATÓRIO 1º QUADRIMESTRE DE 2022**

**IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte**

**Organização Social de Cultura**

**UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico**

**CONTRATO DE GESTÃO No. 03/2021**

**Referente ao: MUSEU DO FUTEBOL**

## ÍNDICE

### APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 25 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 03/2021, apresentamos o relatório do IDBrasil – Cultura, Educação e Esporte, relativo ao primeiro quadrimestre do exercício de 2022, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas por esta Organização Social de Cultura, no período de 1º de janeiro até 30 de abril, para o Museu do Futebol. A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização.

No contexto do **Programa de Gestão Museológica**, destaca-se a elaboração conjunta do partido curatorial preliminar da Nova Exposição de Longa Duração, com previsão de inauguração para setembro de 2023. Além disso, vale destacar a implantação do Grupo de Trabalho voltado ao acompanhamento e avaliação das ações e metas previstas no Plano Museológico, ferramenta para planejamento estratégico das ações no Museu, elaborado em 2021. Destaca-se, também, a realização da campanha de doação junto a pessoas físicas em prol do Museu, realizada de 25/01 a 13/03, e o recebimento de depósito do recurso do ProAC Direto e Lei Federal de Incentivo à Cultura, totalizando o montante de **R\$ 250.000,00**, bem como a inscrição de projeto no Edital Petrobrás Múltiplas Expressões 2022.

No **Programa de Gestão de Acervos**, o destaque para o primeiro quadrimestre de 2022 foi a publicação da primeira edição do Edital de Seleção de Jovens Pesquisadores(as). Com a finalidade de fomentar a pesquisa acerca da temática “Mulheres do Futebol”, trabalhada desde 2015 pelo Museu do Futebol, além do aprofundamento das informações acerca das coleções digitais da instituição, por meio da seleção de pesquisadores(as), o processo contou com mais de 70 inscritos provenientes das cinco regiões do país. Como resultado, foram selecionadas duas pesquisadoras, sendo uma da região Nordeste e outra da região Sul.

O quadrimestre também foi marcado pelo início do projeto “Territórios do Futebol”, que visa levar um conjunto de ações diversificadas para comunidades das áreas periféricas da Região Metropolitana de São Paulo, a partir da atuação integrada dos núcleos Educativo, de Exposições e Programação Cultural, Comunicação e Centro de Referência do Museu do Futebol. A ação realizada neste quadrimestre pelo CRFB foi concebida em conjunto com o Núcleo Educativo do Museu e ocorreu junto à Fundação CASA de Itaquaquecetuba.

No primeiro quadrimestre de 2022, no contexto do **Programa de Exposições e Programação Cultural** foram realizados 13 eventos no

período, com público presencial de 10.170 pessoas. Dentre eles, oito eventos conferem ações pactuadas e contaram com um público de 9.450. Os cinco outros eventos consistem em três encontros de colecionadores de figurinhas, considerados rotina, com público total de 120 pessoas e duas feiras afro, realizadas em janeiro e abril e que contaram com um público de 600 pessoas. No período, o Museu do Futebol recebeu 58.422 visitantes.

Além das ações presenciais, a Programação Cultural continua realizando eventos virtuais e/ou a transmissão das ações presenciais como forma de atingir mais públicos e de garantir uma programação frequente para os públicos que passaram a participar das ações do MF por meio virtual. Nesse sentido, foram realizados 2 eventos virtuais, com público de 75 pessoas e a transmissão simultânea de um dos eventos presenciais, que contou com a participação de 114 pessoas simultaneamente.

Nesse período, o Museu do Futebol também desenvolveu parcerias que resultaram em ações que dialogam com as metas pactuadas. Os conteúdos geraram eventos de interesse do público do museu, como no caso da Panini, que acordou as datas até o final do ano. O museu é ponto de encontro de colecionadores de figurinhas de mesma temática, além de outras, que atraem diferentes perfis de público.

A próxima exposição temporária está em andamento e será inaugurada no próximo quadrimestre. O objetivo da exposição é tratar da relação do futebol com o modernismo brasileiro, relacionando o ano de 2022 a 1922, em comemoração ao centenário da Semana de Arte Moderna.

No primeiro quadrimestre de 2022, o **Programa Educativo** inaugura uma série de projetos inéditos. O *Educativo na Praça* deu seu passo inicial oferecendo diversificada programação de atividades para o público frequentador da praça Charles Miller. Já o *Fim de Expediente* levou o museu para uma escola na zona leste de São Paulo, a fim de apresentar a toda equipe de professores e gestores o quanto o Museu do Futebol pode ser trabalhado de forma interdisciplinar. Além disso, as visitas para alunos de EJA (ensino de jovens e adultos) e para pessoas no espectro autista reforçam a diversificação de públicos no Museu do Futebol, bem como trabalha em prol da mobilização desses grupos para o acesso à equipamentos culturais por meio dessas ações. Este período também marca o retorno das atividades presenciais: além das visitas agendadas e espontâneas, o *Espaço Dente de Leite*, voltado para crianças da primeira infância e seus cuidadores, foi reinaugurado com uma programação especial com contação de história e música. O programa *Museu Amigo do Idoso/ Revivendo Memórias* também voltou a realizar visitas presenciais para idosos com e sem Alzheimer e seus

cuidadores. E o projeto *Territórios do Futebol* chegou na Fundação Casa de Itaquaquecetuba, para uma ação especial extramuros do Educativo em parceria com o CRFB, levando conhecimento, livros e atividades físicas para os internos.

No **Programa de Integração ao SISEM-SP**, destaca-se a retomada dos encontros da Rede Temática de Memória e Esporte. Divididos em três grandes ações para os membros da Rede, os encontros de 2022 pretendem rearticular o grupo fomentando a troca e o debate sobre temáticas que se aproximam das instituições vinculadas.

O primeiro quadrimestre de gestão do Museu do Futebol trouxe resultados acima do esperado nas ações do **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**. Os sites do Museu do Futebol ([www.museudofutebol.org.br](http://www.museudofutebol.org.br) e [educar.museudofutebol.org.br](http://educar.museudofutebol.org.br)) receberam fluxo de 152.009 visitantes únicos (na soma do número de usuários únicos mês a mês), mais que o dobro do esperado.

Foram conquistados 9.984 seguidores novos para as redes sociais do Museu, que agora somam audiência de 186.680 entre Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Spotify e TikTok. Esse resultado é decorrência da publicação constante e intensiva de conteúdos exclusivos em formatos variados – de janeiro a abril, foram criados e publicados 839 posts em todas as redes sociais – além da realização de parcerias estratégicas com influenciadores digitais, três neste semestre.

O relacionamento com a imprensa é outra frente estratégica de atividades do IDBrasil na gestão da reputação e da visibilidade do Museu do Futebol. Neste quadrimestre, foram monitoradas 1.224 matérias publicadas em todo o país com menções à instituição, incluindo 39 em TVs de grande audiência.

Por fim, foi desenvolvido o plano de comunicação para divulgação da nova exposição de longa duração do Museu do Futebol, que está em plena produção, visando identificar oportunidades, pontos sensíveis, marcos temporais, assim como parametrizar mensagens-chave e estratégias gerais de atuação – que serão afinadas à medida em que o projeto avança.

Na área de Desenvolvimento Institucional, os destaques foram o estabelecimento de seis parcerias nacionais com as empresas jornal O Globo, Portal UOL, Gazeta Esportiva, site Guia da Semana, Rádio CBN e Dinamize.

No **Programa de Edificações**, seguiram-se as rotinas e cuidados com a infraestrutura, mantendo-se controle de vigências do seguro multirrisco, AVCB (vigentes até junho de 2022, e alvará de funcionamento, vigente até dezembro de 2022).

## METAS DE GESTÃO TÉCNICA

2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA – PGM MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2022)							
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
1	Recursos financeiros captados via leis de incentivo e editais	1.1	Meta-Produto	Nº mínimo de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados.	1º Quadrim	-	1
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
		1.2	Meta-Resultado	12,5% do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Quadrim	-	R\$250.000-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	R\$1.235.000	
					<b>META ANUAL</b>	<b>R\$1.235.000</b>	<b>R\$250.000</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>20,2%</b>
2	Recursos financeiros captados via geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços	2.1	Meta-Resultado	27,9 % do repasse do exercício no contrato de gestão	1º Quadrim	R\$729.417	R\$ 735.619
					2º Quadrim	R\$946.753	
					3º Quadrim	R\$1.068.036	
					<b>META ANUAL</b>	<b>R\$2.744.206</b>	<b>R\$735.619</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>26,8%</b>
3	Pesquisas de Público - Índices de satisfação do público geral	3.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação do público geral, de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico ou	1º Quadrim	= ou > 80%	94,8%
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	
					<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	<b>94,8%</b>

				acesso remoto Nota NPS = ou > 80%			
4	Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com palestras, oficinas e cursos	4.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	1º Quadrim	= ou > 80%	-
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	
					<b>ICM %</b>	<b>100%</b>	
5	Pesquisa de satisfação de público virtual	5.1	Meta-Resultado	Pesquisa desenvolvida	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
6	Pesquisa de satisfação de público escolar	6.1	Meta-Resultado	Índice de satisfação = ou > 80%	1º Quadrim	= ou > 80%	100%
					2º Quadrim	= ou > 80%	
					3º Quadrim	= ou > 80%	
					<b>META ANUAL</b>	<b>= ou &gt; 80%</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
7	Captação de doações - pessoas físicas	7.1	Meta-Produto	Ativar campanha para doação do valor do ingresso no dia gratuito	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		7.2	Meta-Produto	Plano anual de Captação PF/Programa de Amigos	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
		7.3	Meta-Produto	Implantação de totem/canal de doação no Museu	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		7.4	Meta-Produto	Realizar campanha de doação por meio de lei de incentivo e doação direta ( <i>crowdfunding</i> )	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
8	Evento de marketing para locação de espaços	8.1	Meta-Produto	Realização de evento de marketing para locação dos espaços	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
9	Desenvolvimento de design para novos produtos com a identidade do Museu	9.1	Meta-Produto	Entrega dos desenhos / propostas	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
10	Plano Museológico	10.1	Meta-Produto	Criação do GT de avaliação do Plano Museológico	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
		10.2			1º Quadrim	-	

			Meta-Produto	Plano Museológico Revisado	2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
11	Comitê Diversidades e Inclusão	11.1	Meta-Produto	Criação do Comitê Diversidades e Inclusão	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
12	Programa de Voluntariado	12.1	Meta-Produto	Programa criado e implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		12.2	Dado-Extra	Nº de participantes	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		
13	Programa Visitando Museus	13.1	Meta-Produto	Nº de encontros realizados	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		13.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	10	
					3º Quadrim	10	
					<b>META ANUAL</b>	<b>20</b>	

					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
14	Projeto Deficiente Residente	14.1	Meta-Produto	Nº 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>	
15	Projeto Conviver	15.1	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>100%</b>
	15.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes	1º Quadrim	10	16	
				2º Quadrim	10		
				3º Quadrim	10		
				<b>META ANUAL</b>	<b>30</b>	<b>16</b>	
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>53%</b>	
16	Encontros de Escuta	16.1	Meta-Produto	Nº de Encontros de Escuta realizados	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
17	Revisão da Política de Recrutamento e Seleção (à luz do Censo Diversidades e Inclusão)	17.1	Meta-Produto	Política revisada	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
18		18.1			1º Quadrim	-	

	Criação de Plano de Gestão da Informação para Memória Institucional do Museu		Meta-Produto	Plano da Gestão da Informação criado e publicado	2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
19	Pesquisa Bianaual de perfil e satisfação de público	19.1	Meta-Resultado	Pesquisa Realizada	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
20	Elaboração e Implantação do Protocolo de Gestão Digital de E-mails	20.1	Meta-Produto	Política de Gestão de E-mails elaborada e implantada	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
21	Elaboração e Implantação do Plano de Gestão do Banco de Dados do CRFB	21.1	Meta-Produto	Plano de Gestão elaborado e implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
22	Programa de Eficiência Energética	22.1	Meta-Produto	Diagnóstico de Avaliação de Viabilidade e Impacto da Substituição de Equipamentos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
23	Aprimoramento do Aplicativo do	23.1	Meta-Produto	Atualização do Aplicativo	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	

	Museu do Futebol				<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
24	Publicação da Revista do Museu do Futebol	24.1	Meta-Produto	1º número publicado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
25	Nova Exposição de Longa Duração	25.1	Meta-Produto	Projeto Curatorial Preliminar Entregue	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
		25.2	Meta-Produto	Projetos Básico e Executivo da Exposição Entregues	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		25.3	Meta-Produto	Projeto Curatorial Definitivo Entregue	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		25.4	Meta-Produto	Atualização do conteúdo da "Sala das Copas"	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	

					ICM	100%	
--	--	--	--	--	-----	------	--

**DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS**  
**PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA**

**Ação 1.1: N° de projetos inscritos para captação de recursos via leis de incentivo, fundos setoriais, editais públicos e privados.**

No período foi inscrito projeto no Edital Petrobrás Múltiplas Expressões 2022. Segue detalhamento:

**a) Edital Petrobrás: Múltiplas Expressões 2022**

**Projeto:** IV Simpósio Internacional de Estudos do Futebol - Projeto na plataforma da Petrobrás: 2022 -0468

**Valor:** R\$ 150.000,00

**Status:** o resultado será divulgado em 06/05/2022

**Descritivo:** o Projeto prevê a captação via Lei Federal de Incentivo à Cultura - Plano Bianual de Atividades do Museu do Futebol 2021/2022 - Pronac 204732.

**Ação 1.2: 12,5% do repasse do exercício no contrato de gestão - Receitas operacionais e Captação:**

No quadrimestre foi depositado recurso do Edital ProAC Direto:

- ProAC 38/2021 - Fomento Direto a Projetos Culturais Projeto: Mostra "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol Portuguesa 2022, Código 162516146686  
Valor: R\$ 250 mil aportados em 21/01/2022

## **Ação 2: Recursos financeiros captados via geração de receita de bilheteria, cessão remunerada de uso de espaços/ 2.1: 27,9 % do repasse do exercício no contrato de gestão**

A captação operacional do quadrimestre atingiu 100% do valor previsto para o período.

Como destaques da cessão onerosa de espaço para eventos (locação), no primeiro quadrimestre registram-se:

- A ativação de marca da Visa para a exibição da Taça da Copa do Mundo FIFA no Museu, dia 24/02, quinta-feira. O público em geral pode conferir a Taça, das 10h às 16h. Além da receita gerada, 760 pessoas visitaram o Museu naquele dia;
- A realização da primeira edição de 2022, na área externa do Museu do Futebol, da Feira gastronômica Sabor Nacional, que reuniu, nos dias 26 e 27/03, cerca de 75 expositores, com sucesso de público;
- Além de 8 outros eventos, dentre os quais: lançamento do álbum de figurinhas da Copa do Mundo FIFA, da Panini; e o "Summit Libertadores e Sudamericana", pela Conmebol, com a presença de representantes dos clubes de futebol da América Latina participantes dos torneios deste ano.

Modalidade de Captação	1º QUADRIMESTRE (em R\$)	2º QUADRIMESTRE (em R\$)	3º QUADRIMESTRE (em R\$)	TOTAL até a data (em R\$)
Receitas de Bilheteria	459.623	-	-	459.623
Cessão de Espaço - mensal	112.368	-	-	112.368
Cessão de Espaço - eventual	161.200	-	-	161.200
Doações	2.427			2.427
<b>Subtotal - Captação Operacional</b>	<b>735.619</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>735.619</b>
<b>Indicativo de meta de Captação Operacional no período (27,9% do repasse)</b>	<b>729.417</b>	<b>946.753</b>	<b>1.068.036</b>	<b>2.744.206</b>
<b>Índice de cumprimento da meta operacional no período</b>	<b>100,9%</b>			<b>26,8%</b>

<b>Captação leis de incentivo / editais</b>			-	-
Leis de Incentivo - Plano Anual 2021	-		-	-
Edital PROAC				250.000
Lei do Esporte			-	-
<b>Subtotal - Captação Leis de Incentivo</b>	<b>250.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>250.000</b>
<b>Indicativo de meta de Captação leis de incentivo / editais no período (12,5% do repasse)</b>			<b>1.235.000</b>	<b>1.235.000</b>
<b>Índice de cumprimento da meta de captação em leis de incentivo / editais no período</b>			<b>0,0%</b>	<b>20,2%</b>

<b>Total Captação</b>	<b>985.619</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>985.619</b>
-----------------------	----------------	----------	----------	----------------

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

<b>Permuta de mídia</b>	<b>547.644</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>547.644</b>
-------------------------	----------------	----------	----------	----------------

### **Ação 3.1: Índice de satisfação do público geral, de acordo com os dados obtidos a partir do totem eletrônico ou acesso remoto Nota NPS = ou > 80%**

O índice de satisfação do público geral no quadrimestre foi de 94,8%, obtido por meio da pergunta número 8 disponível em totem e QR-Code ao final da visita ao Museu. O relatório completo das informações segue em anexo.



### **Ação 4.1: Pesquisa de Público - Índices de satisfação do público com palestras, oficinas e cursos**

Não foram realizados cursos, oficinas ou palestras no período. Como no primeiro quadrimestre não havia ação pactuada referente a cursos e oficinas nos programas Educativo, de Gestão de Acervos e de Exposições e Programação Cultural, consequentemente não houve a aplicação de questionário para avaliação do índice de satisfação.

### **Ação 6: Pesquisa de Público escolar – 6.1: Índice de satisfação = ou > 80%**

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente, ou seja, o índice de satisfação do público escolar foi 100%. O sistema de Avaliação Institucional de Visita Educativa, que viabiliza a identificação do perfil do responsável pela avaliação, a confirmação de suas perspectivas e de que maneira o Núcleo Educativo pode intervir, no sentido de transformar uma visita numa experiência transformadora, manteve seu *modus operandi* regularmente. Importante ressaltar, mais uma vez também, que cada avaliação reflete a visita educativa feita por um(a) educador(a) e que cada educador recebe até 10 pessoas por visita (número calculado para assegurar a qualidade da visita educativa levando-se em conta os protocolos vigentes). Nesse sentido, uma mesma instituição pode estar representada em mais de um grupo dentro do total de avaliações. Todos os formulários de

visita preenchidos pelos visitantes estão à disposição para eventuais consultas dentro da nossa plataforma do Google. Em anexo, seguem os gráficos e a explicação referente a cada um dos quesitos avaliados.

## **Ação 7.2: Plano anual de Captação PF/Programa de Amigos**

Segue o Plano Anual de Captação junto a Pessoas Físicas/Programa de Amigos:

### **Objetivos**

Diversificar as fontes de recursos institucionais do Museu do Futebol por meio de doações de pessoas físicas, com e sem o uso do benefício fiscal da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), bem como posicionar o Museu como uma instituição passível de apoio de pessoas físicas para ampliar as suas atividades.

### **Metas**

1. Estruturar campanha para a doação do valor do ingresso no dia gratuito para visita ao Museu (terças-feiras)
2. Estruturar campanha para captação de recursos junto a pessoas físicas
  - a. Disponibilizar formas para recebimento das doações por meio de plataforma digital
  - b. Elaborar plano de comunicação para divulgação da campanha
3. Mensurar os resultados obtidos com as doações do valor dos ingressos no dia gratuito e da campanha de captação de recursos

### **Plano de Ação**

- 1. Ativar campanha para doação do valor do ingresso no dia gratuito**
  - a. O Museu do Futebol oferece gratuidade a todos os visitantes às terças-feiras. Essa meta, inspirada na prática de museus internacionais em seu dia gratuito, consistirá na divulgação de que o visitante poderá doar o valor do ingresso para o Museu, ou o valor que desejar, podendo ser menor ou maior que o valor da entrada;
  - b. A divulgação da possibilidade de contribuir com o Museu desta forma será feita na própria bilheteria e, se viável, também na plataforma de venda de ingressos (SYMPLA)
  - c. Cronograma: ativação é meta a ser cumprida no segundo quadrimestre

## **2. Fazer estudo de mercado para escolha de plataforma para recebimento de doações**

- a. Com base no aprendizado da campanha anterior, entende-se como ponto chave para a conversão de doadores a utilização de plataforma digital para recebimento das doações
- b. Cronograma: o estudo ocorrerá ao longo do segundo quadrimestre com vistas a realização da campanha, a ser executada no terceiro quadrimestre

## **3. Definir o escopo da campanha de doação por meio de lei de incentivo e doação direta (sem uso do benefício fiscal)**

- a. A campanha será definida em cima dos pilares:
  - i. A oportunidade de potenciais doadores fazerem uso do benefício fiscal da Lei Rouanet que possibilita às pessoas físicas a dedução de até 6% do Imposto Devido na Declaração de Imposto de Renda pelo Modelo Completo
  - ii. A possibilidade de criação/disponibilização de produto(s) exclusivo(s) como benefício a doações sem o uso do benefício fiscal
- b. Cronograma: a definição ocorrerá no segundo quadrimestre

## **4. Criação de plano de comunicação para a divulgação da campanha**

- a. A campanha com uma identidade visual e contará com uma área dedicada no site, com postagens nas redes sociais, envio de e-mails marketing e trabalho de assessoria de imprensa
- b. Haverá a implantação de totem/canal de doação no espaço físico do Museu para ampliar as possibilidades de doação para a campanha
- c. Cronograma:
  - i. A implementação do plano de comunicação será realizada no segundo quadrimestre para lançamento no terceiro quadrimestre
  - ii. A meta de implantação de totem/canal para recebimento de doações no espaço físico do Museu é meta prevista para o segundo quadrimestre, entretanto será cumprida no terceiro quadrimestre, pois é mais efetivo a sua quando a campanha de doação estiver definida e implementada

## **5. Analisar os resultados obtidos com a campanha de doação no dia gratuito do Museu e com a campanha de captação junto a pessoas físicas**

- a. Os dados serão compilados e estudados para revisão das estratégias institucionais
- b. Cronograma: a análise será realizada no primeiro quadrimestre de 2023

## **Ação 10 – Plano Museológico/ 10.1: Criação do GT de avaliação do Plano Museológico**

O GT de acompanhamento do Plano Museológico do Museu do Futebol tem, como principais objetivos, monitorar o acompanhamento e execução de metas previstas nos programas do Plano Museológico, bem como sua avaliação. O GT é composto por cinco membros de áreas diversas da instituição, sendo elas, Recursos Humanos, núcleo Administrativo-financeiro, Desenvolvimento Institucional, núcleo Educativo e Centro de Referência. Além de um integrante de cada um dos núcleos supracitados, o GT conta, ainda, com a participação dos dois membros da Assessoria Museológica e as diretorias.

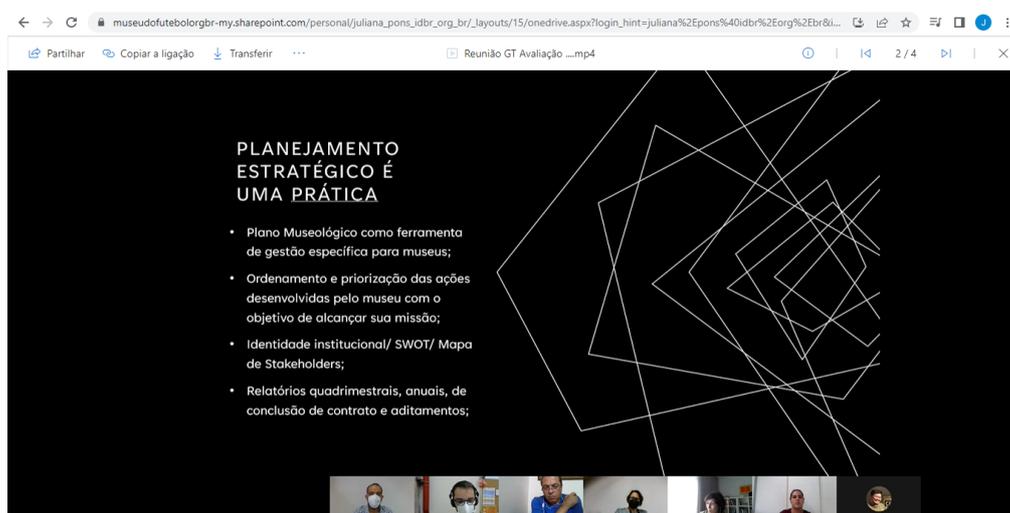
A primeira reunião, realizada em 14/12/2021, teve o objetivo de iniciar os trabalhos de acompanhamento do Plano Museológico a partir de uma conversa com a consultora Beth Ponte a respeito do trabalho empreendido na elaboração do Planejamento Estratégico do MF. Nesse sentido, o encontro buscou balizar os próximos passos do GT, permitindo que cada um dos integrantes relembresse o processo de construção colaborativa da ferramenta, estando esta em consonância com o indicado no novo Planejamento Estratégico.



*Captura de tela do 1º encontro do GT de avaliação do Plano Museológico*

Assim, em janeiro foi pensado e estruturado um calendário de encontros bimestrais que irão discutir o cotejamento das metas do plano de trabalho com as metas do Plano Museológico e o acompanhamento de metas de curto prazo indicados no documento validado em 2021, para a avaliação das ações.

A segunda reunião do GT, realizada no dia 04/03/2022, apresentou as correlações entre o Planejamento Estratégico e o Plano Museológico, entendendo a correlação entre ambos e o processo de acompanhamento do planejamento estratégico para a compreensão e avaliação conjunta dos programas, metas e ações do Plano Museológico.



*Captura de tela do 2º encontro do GT de avaliação do Plano Museológico*

### **Ação 15 – Projeto Conviver/ 15.1: N° de encontros realizados/ 15.2: N° mínimo de participantes**

Em continuidade ao “Projeto Conviver”, realizado por meio de parceria entre os Núcleos Educativo e de Recursos Humanos e que busca criar um espaço de integração entre as equipes, foi organizado, no dia 20/04, um encontro com café da manhã seguido de atividade com o Núcleo Educativo.



*Foto da realização do Encontro*

Foi um momento de integração entre as pessoas das diferentes equipes, bem como dos novos colaboradores, que incentivou a reflexão sobre memórias a partir de recortes de obras e ativações lúdicas das educadoras.



*Foto do café da manhã do Projeto Conviver*

Cerca de 50 colaboradores estiveram presentes durante o café da manhã, entre idas e vindas aos postos de trabalho e 16 participaram de toda a ação educativa.



*Foto da ação realizada no escopo do Projeto Conviver em conjunto com o Núcleo Educativo*

## **Ação 19: Pesquisa Bianual de perfil e satisfação de público/ 19.1: Pesquisa Realizada**

Ação repactuada para o 2º quadrimestre conforme justificado em Ofício DE-013-2022\_MF.

## **Ação 20: Elaboração e Implantação do Protocolo de Gestão Digital de E-mails/ 20.1: Política de Gestão de E-mails elaborada e implantada**

A Política de Gestão e Uso de E-mails consiste em um documento que contemple regras de conduta e definições de uso e acesso, esclarecendo ao colaborador da instituição os princípios e orientações para os usos da ferramenta. A Política é um documento essencial a ser observado e apropriado pelos usuários de e-mail corporativo do IDBrasil de forma a garantir o uso responsável do mesmo, definindo seus requisitos e as regras de segurança. Dessa forma, garante-se a organização, a privacidade e a propriedade de todo seu conteúdo. O documento completo segue em anexo a este relatório.

## **Ação 25: Nova Exposição de Longa Duração/ 25.1 Projeto Curatorial Preliminar entregue.**

Dentre os principais desafios institucionais para gestão do Museu do Futebol no ciclo 2021-2026 está a produção da nova exposição de longa duração. Em cumprimento à Meta 25.1 do Programa de Gestão Museológica segue, anexado a esse relatório o documento que apresenta o Projeto Curatorial Preliminar da Nova Exposição de Longa Duração do Museu do Futebol destacando aspectos que pautaram a revisão conceitual e o pré-roteiro da exposição.

A versão apresentada é resultado dos trabalhos realizados pela equipe dedicada ao projeto no primeiro quadrimestre de 2022 e já contempla os apontamentos feitos pelas equipes internas, Comitê Curatorial e Comitê Jovem em uma primeira versão do roteiro elaborada pelo coordenador do Comitê Curatorial Marcelo Duarte, a assessora de comunicação e marketing Renata Beltrão e a diretora técnica Marília Bonas. Foram incorporadas a esta versão as sugestões de permanências, supressões e aprofundamentos feitas por cada uma das equipes.

Além da consolidação do Projeto Curatorial Preliminar foram realizadas as seguintes atividades no referido período:

### **Fevereiro**

- Revisão dos dados consolidados nas pesquisas de público e outros estudos (escuta interna com colaboradores e seminários públicos) realizados pela equipe do IDBrasil e relacionados à exposição atual.
- Elaboração de cronograma base e revisão dos orçamentos de referência para execução do projeto.
- Apresentação das premissas curatoriais para equipes internas e Comitê Curatorial e Comitê Jovem.
- Anúncio da renovação da exposição para stakeholders e parceiros do Museu.

### **Março**

- Pesquisa de Benchmarking voltada a Museus dedicados ao futebol e a outros esportes ao redor do mundo para levantamento de referências, boas práticas e projetos que tenham aderência com a proposta da nova exposição de longa duração do Museu do Futebol.
- Organização de mapa de *stakeholders* identificando profissionais de diferentes perfis - acadêmicos, jornalistas e pessoas ligadas ao futebol – que tenham atuado ou não em projetos realizados pelo Museu e que possam servir de inspiração e apoiar a equipe dedicada ao desenvolvimento de conteúdos em determinados direcionamentos.
- Levantamento de custos de execução de projetos de implantação de museus e/ou exposições de longa duração para referenciar as futuras contratações relacionadas a este projeto.

## Abril

- Levantamento, junto às equipes internas, das premissas de acessibilidade que deverão estar contempladas no projeto de renovação da exposição.
- Pesquisa para seleção de profissionais para compor o Grupo Curatorial. As consultas foram feitas a alguns profissionais e acenaram positivamente ao convite os seguintes profissionais:
  - **Leonel Kaz:** jornalista, editor de livros, curador de museus e exposições dentre as quais destaca-se a exposição de longa duração do Museu do Futebol aberta ao público em 2008).
  - **Bernardo Buarque de Holanda:** pesquisador especializado em futebol e atual coordenador Laboratório de Estudos do Esporte (LESP/FGV CPDOC).
  - **Dilma Mendes:** ex-atleta pioneira no futebol feminino tendo atuado como jogadora e treinadora de diversos times é atualmente Secretária do Esporte, Lazer e Turismo da prefeitura de Camaçari/BA).
  - **Perifacon:** coletivo paulistano surgido em 2019 com a proposta de promover a cultura geek para um público que raramente tem acesso aos grandes eventos e que vem atuando na promoção de acesso, bem como a visibilização de profissionais frente ao mercado e empresas, através de curadoria de artistas e demais profissionais).

Abertura de processo de seleção para contratação dos seguintes serviços:

- **Direção Artística e Criação de Projeto Expográfico** - Tendo sido realizadas consultas internas e com alguns dos profissionais que atuaram na implantação do Museu foi encaminhado um convite para que Daniela Thomas e Felipe Tassara, profissionais responsáveis pelo desenvolvimento do projeto expográfico da atual exposição de longa duração, desenvolvessem o projeto da nova exposição. A contratação está em tramitação e cumpre os requisitos previstos no Regulamento de Compras do IDBrasil Cultura, Educação e Esporte.
- **Coordenação Técnica de Projetos de Exposições** - O Termo de Referência foi divulgado no site do IDBrasil em 28 de abril e as propostas poderão ser enviadas até 25.05.2022.

## **AÇÕES PACTUADAS DO PLANO DE TRABALHO 2021**

### **Ação 5: Captação de Doações de Pessoas Físicas/ 5.2 – Implantação de Doação por meio de PIX e/ou cartão de crédito**

Junto ao Relatório Anual de 2021, justificou-se o cumprimento parcial da ação tendo em vista a não habilitação da Lei Federal de Incentivo à Cultura para recebimento de doações por meio de PIX e cartão de crédito. Em dezembro de 2021, foi realizada divulgação para contribuições com foco no uso das leis de incentivo, dado que é neste período que pessoas físicas, assim como empresas, normalmente fazem suas doações para dedução fiscal no início do ano subsequente.

### **Meta 5.3 – Realizar Campanha de doação por meio de lei de incentivo e doação direta**

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

Nesse sentido, no que se refere à Ação 5: Captação de Doações de Pessoas Físicas (Meta 5.2 e 5.3), cumpridas parcialmente em 2021, a serem complementadas e efetivadas em janeiro de 2022, a OS relata que:

A ação prevista para ser realizada no último quadrimestre de 2021 de “Desenvolvimento de campanha junto a pessoas físicas” foi lançada em janeiro de 2022 e desenvolvida de 25/01 a 13/03. A campanha consistiu na criação de Kit Exclusivo para ser adquirido por pessoas interessadas a apoiar as ações do MF de pesquisa, preservação e visibilidade para o futebol de mulheres e sua história no Brasil.

O Kit Exclusivo foi composto por:

- Um poster com a manchete histórica “Proibido pela polícia o futebol feminino”, publicada no periódico “A Batalha”, em 1941, que está presente na exposição principal do Museu;
- Uma Bolsa (*ecobag*) ilustrada com a fachada do Estádio do Pacaembu;

- Uma Carteirinha digital para acesso ilimitado e gratuito ao Museu do Futebol ao longo de 2022.

Com uma ampla campanha de divulgação por meio de *posts* incentivados, banner na home do site do Museu, envio de e-mails marketing e trabalho de assessoria de imprensa, potenciais doadoras e doadores eram convidados a contribuir com R\$ 95,00 e receber como recompensa o Kit.



*Ilustração do Kit Exclusivo da Campanha de Doação*

O resultado da Campanha foi a inscrição de 172 pessoas interessadas em contribuir, porém 19 Kits foram efetivamente adquiridos por meio de transferência por PIX. Vale registrar que para esta campanha não foi adotada plataforma para recebimento das contribuições, fator que deve ser considerado nas próximas campanhas como essa visando a conversão de um maior número de doações.

**2.1 PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA – PGM  
MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)**

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
26	Ações de saúde, bem-estar e ergonomia funcionais	26.1	Meta-Produto	Nº de atividades oferecidas aos funcionários	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	3	1
					ICM	100%	33,3%
27	Programa Visitando Museus [Internacional]	27.1	Meta-Produto	Nº de participantes	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
28	Torneio Futsal entre Museus	28.1	Meta-Produto	Torneio realizado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
29	Realização do Programa de Eficiência Energética	29.1	Meta-Produto	Substituição dos computadores da área administrativa	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
30	Melhorias no Sistema de Gestão	30.1	Meta-Produto	Melhorias implantadas	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	

	Financeiros e Administrativos				META ANUAL	1	
					ICM	100%	
31	Implantação de sistema de BI ( <i>Business Intelligence</i> )	31.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	

## **Ação 26: Ações de saúde, bem-estar e ergonomia funcionais/ 26.1: N° de atividades oferecidas aos funcionários**

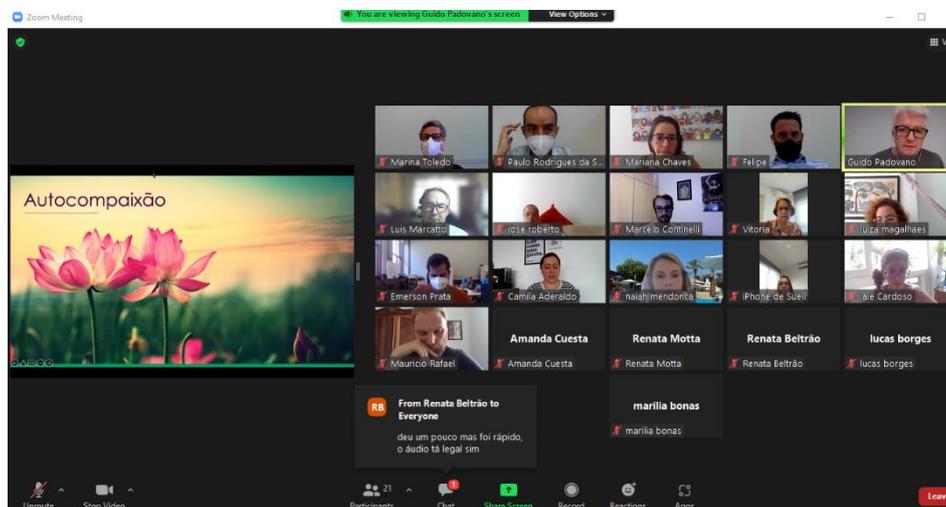
No período, o núcleo de Recursos Humanos promoveu uma ação de treinamento, focada em inteligência emocional, do Programa Search Inside Yourself. O curso "Resiliência Adaptativa" foi ministrado virtualmente, em formato Pro Bono, pelo consultor Guido Padovano, profissional certificado pelo SIYLI (Search Inside Yourself Leadership Institute). O curso se tratou de uma ação conjunta entre o Museu do Futebol e o Museu da Língua Portuguesa para seus colaboradores.

O treinamento teve por objetivo ajudar os participantes a desenvolver atitudes e hábitos mentais, e a aplicar micro práticas que sejam úteis no incremento de sua resiliência, especialmente em momentos mais desafiadores de suas vidas ou do meio ambiente. Os módulos são desenhados para incrementar a capacidade de lidar com o estresse, e a aumentar clareza e foco mental, bem como a praticar agilidade diante da adversidade, aumentando também a disposição para mudanças, a nível pessoal, das equipes e da organização.

Foi ministrado em janeiro/2022, em três módulos, de 2h30min cada um, com o seguinte programa:

- Módulo 1 (dia 26/01) - Desenvolvendo clareza. Administrando o estresse e se mantendo focados em momentos difíceis e desafiadores;
- Módulo 2 (dia 27/01) - Mudando os Mindsets. Mindsets e habilidades para incrementar a adaptação e a criatividade no meio da incerteza e complexidade;
- Módulo 3 (dia 28/01) - Construindo Confiança. Criar uma cultura de abertura à mudança através da empatia e segurança psicológica.

Participaram do treinamento líderes e supervisores, coordenadores de Núcleos e diretorias, totalizando 27 pessoas.



Captura de tela do evento ocorrido em janeiro

2.2 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PGA							
MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2022)							
No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
32	Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros	32.1	Meta-Produto	Nº de artigos produzidos	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>
33	Projeto de Pesquisa "Futebol e Regionalismos"	33.1	Meta-Produto	Projeto estruturado	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
	33.2	Meta-Produto	Nº mínimo de referências mapeadas	1º Quadrim	-		
				2º Quadrim	5		
3º Quadrim				7			

					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>		
		33.3	Meta-Produto	Nº mínimo de itens coletados/ produzidos e publicados no Banco de Dados	1º Quadrim	-		
						2º Quadrim	20	
						3º Quadrim	30	
						<b>META ANUAL</b>	<b>50</b>	
						<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		33.4	Meta-Resultado	Nº de parcerias estabelecidas	1º Quadrim	-		
						2º Quadrim	1	
						3º Quadrim	1	
						<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	
						<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
34	Projeto de Pesquisa "Protagonismo Negro no Futebol"	34.1	Meta-Produto	Nº de entrevistas catalogadas	1º Quadrim	3	3	
						2º Quadrim	-	
						3º Quadrim	-	
						<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
						<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
			34.2	Meta-Resultado	Nº de parcerias com clubes de futebol e instituições culturais, de ação social e/ou voltadas à memória do esporte	1º Quadrim	-	
						2º Quadrim	1	
						3º Quadrim	-	
						<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
						<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
35	Publicação projeto de pesquisa Diversidade	35.1	Meta-Produto	Publicação de e-book com os	1º Quadrim	-		
						2º Quadrim	1	
						3º Quadrim	-	

	em Campo: Futebol LGBT+			resultados da pesquisa	<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
36	Edital de Pesquisa	36.1	Meta- Produto	Edital publicado	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
		36.2	Meta- Produto	Seleção dos projetos realizada	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
		36.3	Meta- Produto	Nº de artigos entregues	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	2	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		36.4	Meta- Produto	Seminário para divulgação dos resultados da pesquisa	1º Quadrim	-	-
2º Quadrim	-						
3º Quadrim	1						
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>						
<b>ICM</b>	<b>100%</b>						
37	Programa de Preservação Digital	37.1	Meta- Produto	Criação e Implantação do Programa de Preservação Digital	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	

					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		37.2	Meta-Produto	Política de Direitos Autorais e Conexos elaborada	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
38	Acervos Digitais em Rede	38.1	Meta-Produto	Mapeamento de ferramentas digitais para ampliação do acesso e usos do acervo ( <i>apps, games, etc.</i> )	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		38.2	Meta-Resultado	Nº de parcerias estabelecidas	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
39	Projeto "Territórios do Futebol" (ações extramuros)	39.1	Meta-Produto	Nº de ações realizadas	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>
		39.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	1º Quadrim	10	41
					2º Quadrim	10	
					3º Quadrim	10	
					<b>META ANUAL</b>	<b>30</b>	<b>41</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

40	Projeto de Acessibilização da Biblioteca do CRFB	40.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVO

### Ação 32: Produção de artigos e outros conteúdos multimídia no site do Museu e/ou em sites e publicações de terceiros/ 32.1: N° de artigos produzidos

No primeiro quadrimestre de 2022, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro produziu dois artigos para a página do Museu do Futebol, o espaço "Histórias do Futebol". A aba do site tem o objetivo de dar maior visibilidade ao acervo do MF por meio de artigos.

<https://museudofutebol.org.br/historias/>



Imagem do site do Museu do Futebol

Artigo: "Santa Marina Atlético Clube: os clubes de várzea e a preservação da memória paulistana" (25/03/2022). Neste texto, a pesquisadora júnior fez um histórico do centenário clube do bairro da Água Branca e sua relação com o Museu do Futebol, mapeado pelo CRFB em 2013, que resultou no empréstimo de álbum fotográfico para a exposição temporária "Futebol de Papel" em 2013-2014 e auxílio na salvaguarda do acervo, diante do risco de desapropriação por medida judicial (suspensa) em 2021. **Link:** <https://bit.ly/3ORD6sf>.

Artigo: "Barbosa, 100 anos: novas perspectivas no centenário de um grande goleiro" (25/04/2022). Neste texto, o pesquisador sênior comenta um pouco dos bastidores da pesquisa para a exposição temporária "Tempo de reação - 100 anos do goleiro Barbosa", e da importância do resgate da história pessoal de Moacyr Barbosa, denunciando a perseguição e o racismo estrutural presente na vida do goleiro, e recolocando-o como um dos grandes ídolos do futebol brasileiro que sempre foi. **Link:** <https://bit.ly/3F6iJ6d>.

### **Ação 33: Projeto de Pesquisa "Futebol e Regionalismos"/ 33.1 Projeto estruturado**

Ao longo do primeiro quadrimestre de 2022, a equipe do CRFB se dedicou à concepção e estruturação do Projeto de Pesquisa "Regionalidades", originalmente denominado "Futebol e Regionalismos".

O projeto tem como principais objetivos abordar as diferenças regionais nas diversas práticas futebolísticas presentes no Brasil, atualizar conhecimentos e referências dos futebolis praticados nas mais diversas regiões do país, qualificar dados e referências acerca dessa temática já existentes e catalogados no Banco de Dados. Além disso, busca equilibrar e tornar menos desproporcional as referências futebolísticas acerca dessa temática já catalogadas no Banco de Dados entre São Paulo e Sudeste na comparação com outros estados e regiões, respectivamente. O detalhamento do projeto, abarcando justificativa, objetivos específicos e expectativas quanto aos resultados e produtos almejados, constam no documento em anexo.

### **Ação 34: Projeto de Pesquisa "Protagonismo Negro no Futebol"/ 34.1: N° de entrevistas da exposição Tempo de Reação catalogadas**

Nesse quadrimestre, deu-se continuidade ao projeto de pesquisa "Protagonismo Negro no Futebol", voltado à ampliação de referências

relacionadas aos estudos de raça no futebol, a partir de entrevistas com especialistas da temática.

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

O processo de pesquisa para a exposição temporária deu origem a gravações de rodas de conversa e depoimentos orais de atletas, jornalistas e pesquisadores ligados ao tema. Nesse quadrimestre, demos continuidade ao processo de catalogação desse material a partir das entrevistas que integraram o módulo “Porque Escolhi Ser Goleiro”. Todas as entrevistas hospedadas no Banco de Dados do CRFB receberam a incorporação de sua respectiva transcrição.

#	Entrevistado(a)	Vídeo/ Módulo	Catalogadas
1	Gyslaine	Porque Escolhi Ser Goleiro – Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa	Sim
2	Lucão	Porque Escolhi Ser Goleiro – Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa	Sim
3	Jefferson	Porque Escolhi Ser Goleiro – Tempo de Reação: 100 anos do goleiro Barbosa	Sim



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

## **Ação 36: Edital de pesquisa/ 36.1: Edital publicado**

Elaborado em torno do eixo de pesquisa denominado "Mulheres do Futebol", o foco da primeira edição do edital centra-se na qualificação de informação em torno de acervos e da história de atletas profissionais e amadoras, árbitras, técnicas, dirigentes, locutoras, jornalistas, dentre outras, que atuam ou atuaram na construção da modalidade no país.

No quadrimestre passado, o Comitê de Orientação elaborou um edital de seleção de jovens pesquisadores pautado no estabelecimento de prazos, critérios, metas e ações a serem desenvolvidas. O edital (meta pactuada para o 3º quadrimestre de 2021) conta com a concessão de 2 (duas) bolsas de pesquisas, no valor mensal bruto de R\$ 1.680,00 (um mil, seiscentos e oitenta reais) cada, pelo período de 8 (oito) meses, entre abril e novembro de 2022. Recém-graduados (as) e/ou pós-graduandos(as) (especialização ou mestrado) eram o público-alvo desta primeira edição.

No princípio deste quadrimestre, no dia 26/01/2022, Museu do Futebol tornou público o Edital de Seleção de Jovens Pesquisadores(as) através de publicação no site do IDBrasil, sendo que todas as etapas sucessivas do processo de seleção foram igualmente notificadas no site, conforme cronograma proposto no Edital.





Publicação do Edital de Seleção de Jovens Pesquisadores(as) no site do IDBrasil.

## Meta: 36.2 Seleção dos projetos realizada

O edital recebeu 75 inscrições de diversas regiões do país, das quais 71 foram homologadas. A partir da análise da documentação enviada pelos candidatos, foram selecionados 6 candidatos(as) para a etapa de realização das entrevistas, sendo três para cada bolsa. De modo paralelo, outros 6 candidatos(as) receberam notificação por e-mail de que seus nomes haviam sido selecionados como suplentes.

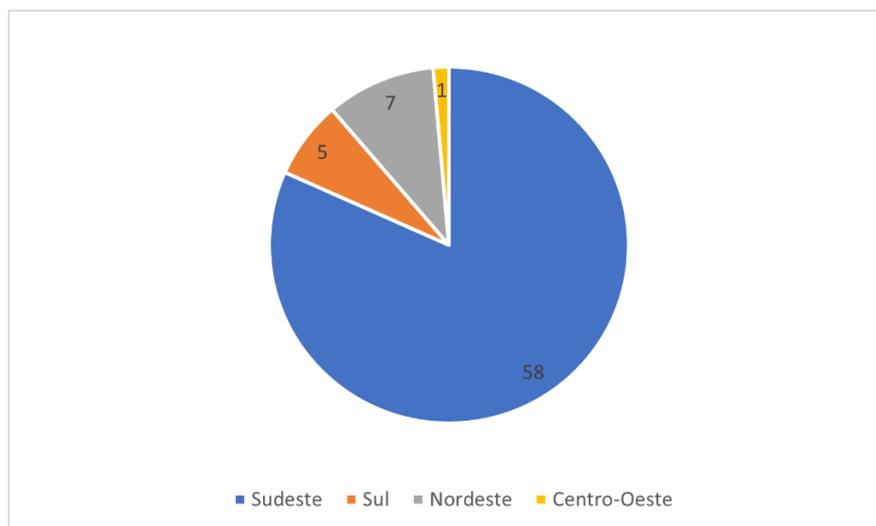


Gráfico com inscrições homologadas por região. Fonte: CRFB

Estado	Inscrições
São Paulo	38
Rio de Janeiro	12

Minas Gerais	8
Rio Grande do Sul	5
Ceará	3
Bahia	2
Alagoas	1
Pernambuco	1
Distrito Federal	1

*Discriminação das inscrições homologadas por estado brasileiro.*

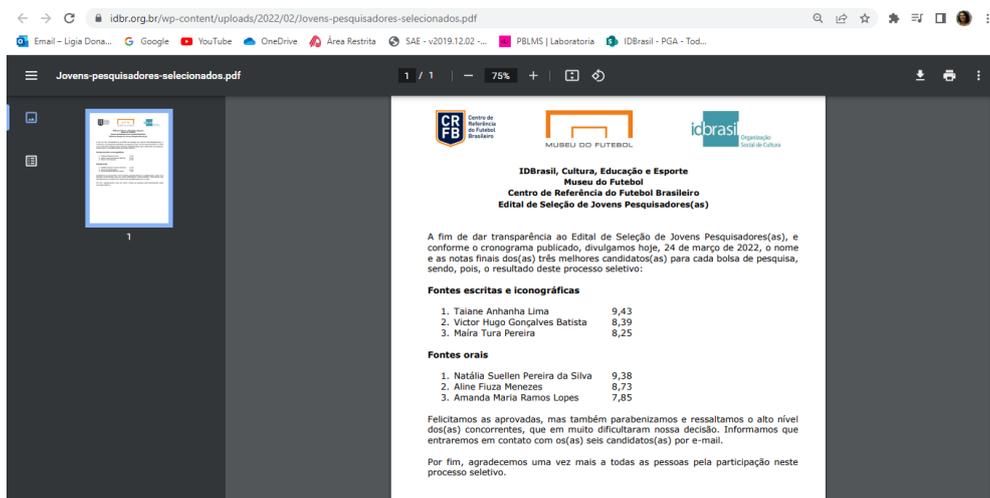
Tendo em conta os critérios de seleção estabelecidos, a saber: (1) afinidade com o tema de pesquisa do edital; (2) recorte racial; (3) recorte regional; e (4) carga horária de trabalho/estudo do candidato(a), o Comitê de Orientação atribuiu notas aos candidatos(as) sendo que, ao final do processo, foram selecionadas 2 (duas) bolsistas em fase de pós-graduação.

**a) Fontes escritas e iconográficas**

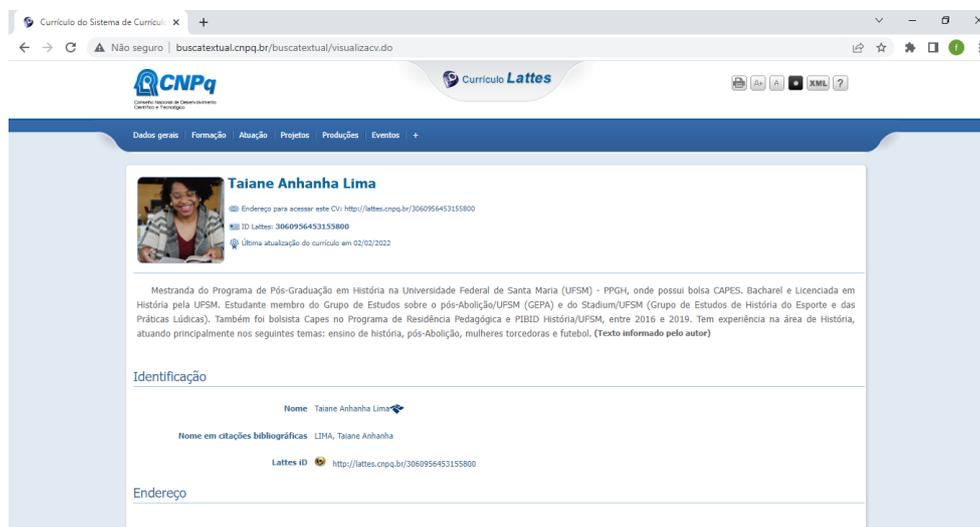
1. Taiane Anhanha Lima 9,43
2. Victor Hugo Gonçalves Batista 8,39
3. Maíra Tura Pereira 8,25

**b) Fontes orais**

1. Natália Suellen Pereira da Silva 9,38
2. Aline Fiuza Menezes 8,73
3. Amanda Maria Ramos Lopes 7,85



*Publicação do Edital de Seleção de Jovens Pesquisadores(as) no site do IDBrasil.*



Print de tela do currículo Lattes de Taiane Anhanha Lima (currículo completo disponível em: <http://lattes.cnpq.br/3060956453155800>)



Print de tela do currículo Lattes de Natália Suellen Pereira da Silva (currículo completo disponível em: <http://lattes.cnpq.br/5934278064413903>)

O contrato das pesquisadoras foi celebrado em abril de 2022 e os trabalhos, já iniciados. Para tanto, foi elaborado um cronograma de atividades envolvendo a equipe do CRFB e o Comitê de Orientação.

## **Ação 39: Projeto "Territórios do Futebol" (ações extramuros)/ 39.1: N° de ações realizadas**

Em 2020 teve início o projeto “Futebol: uma Caixa de Surpresas”, concebido e realizado pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB), em parceria com o Núcleo Educativo, o projeto tinha por objetivo fomentar a prática da leitura e a inclusão cultural de diversos públicos através da doação de acervos bibliográficos excedentes ou que não fossem de temática do Museu do Futebol, e a realização de atividades como conversas, palestras, mapeamento de novas referências e ações educativas. A ideia principal era que a interação fosse um processo de mão dupla, com a equipe do CRFB visitando os grupos alvos em seus ambientes cotidianos e depois recebê-los no Museu do Futebol e na Biblioteca e MEDIATECA do CRFB.

Com a pandemia de Covid-19, o projeto precisou ser remodelado, as doações foram mantidas e a interação da equipe do CRFB com as instituições selecionadas foram feitas de modo virtual. Só a visita ao Museu do Futebol não pôde ser realizada. Mesmo assim, foi possível considerar o projeto um sucesso, por ter aberto a perspectiva para a transversalidade da ação, com a inclusão de outros núcleos do Museu do Futebol.

Dessa maneira, para o novo ciclo, o projeto foi denominado “Territórios do Futebol”, uma ação transversal que reúne o CRFB e os núcleos Educativo, de Exposições e Programação Cultural e de Comunicação, mantendo a proposta de levar um conjunto de ações diversificadas para comunidades das áreas periféricas da Região Metropolitana de São Paulo.

### **Ação na Fundação CASA, Itaquaquetuba-SP**

A Fundação Centro de Atendimento Socioeducativo ao Adolescente (CASA), instituição vinculada à Secretaria Estadual da Justiça e Cidadania, tem a missão de aplicar medidas socioeducativas de acordo com as diretrizes e normas previstas no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e no Sistema Nacional de Atendimento Socioeducativo (SINASE). Presta assistência a jovens de 12 a 21 anos incompletos em todo o Estado de São Paulo, que estão inseridos nas medidas socioeducativas de privação de liberdade (internação) e semiliberdade. As medidas — determinadas pelo Poder Judiciário — são aplicadas de acordo com o ato infracional e a idade dos adolescentes.

No dia 19 de abril, a técnica em documentação participou da visita à CASA Itaqua, no município de Itaquaquetuba, Grande São Paulo. Esta unidade concentra menores infratores reincidentes que praticaram crimes considerados graves. Nesta ação conjunta também estiveram um educador e o supervisor do educativo, que conduziram as dinâmicas com o público envolvido.

## Meta 39.2: N° mínimo de pessoas atendidas

O CRFB contribuiu com a doação de 15 livros do acervo excedente e dois catálogos do Museu do Futebol. Cabe registrar ainda que após solicitação da coordenadora do CRFB, junto ao jornalista, editor e membro do Comitê Curatorial do Museu do Futebol, Marcelo Duarte, este contribuiu com mais 21 títulos (26 exemplares), totalizando 41 exemplares para doação. A lista completa pode ser conferida no anexo de rotina 1, Relatório de restauros, empréstimos e novas aquisições, em Descarte.

Aliás, os livros foram muito bem recebidos, especialmente pelo coordenador pedagógico Anderson Silva, que foi quem convidou o Museu do Futebol para esta ação. Ele explicou que a CASA Itaqua possui uma biblioteca com algo em torno de 200 títulos, e que é necessário sempre renovar o acervo uma vez que é muito procurado pelos jovens.

A ação foi acompanhada por 41 pessoas, sendo 22 adolescentes e os demais funcionários da instituição.



*Livros doados pelo jornalista Marcelo Duarte*



*Livros doados pelo CRFB*

Infelizmente não foi possível fazer qualquer registro em foto e vídeo da ação por restrições legais e de segurança adotadas pela Fundação Casa.

### 2.3 PROGRAMA DE GESTÃO DE ACERVOS - PGA MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)

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

41	IV Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol [Presencial e Virtual]	41.1	Meta-Produto	Simpósio Realizado	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					META ANUAL	1	
					ICM	100%	
		41.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	100	
					META ANUAL	100	
					ICM	100%	
		41.3	Dado Extra	Nº de público - participação	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					ANUAL		
		42	Projeto de acessibilização do Banco de Dados – interface pública	42.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Quadrim
2º Quadrim	1						
3º Quadrim	-						
META ANUAL	1						
ICM	100%						

Não foram realizadas ações condicionadas no período.

## 2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL - PEPC MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2022)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão		Realizado
					Quadrimestral		
43	Recebimento de visitantes presenciais no museu	43.1	Meta-Resultado	Nº de público presencial recebido	1º Quadrimestre	78.460	58.422
					2º Quadrimestre	111.540	-
					3º Quadrimestre	130.000	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>320.000</b>	<b>58.422</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>18,2%</b>
44	Exposição Virtual na Plataforma Google Arts & Culture e/ou similares	44.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>
45	Realização de eventos de Programação Cultural: Arquibancada Nerd	45.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	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>33,3%</b>
	[Virtual e/ou Presencial]	45.3	Meta-Resultado	Nº mínimo de participantes presenciais	1º Quadrimestre	30	286
					2º Quadrimestre	30	-
					3º Quadrimestre	30	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>286</b>
<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>					
46	Jornada do Patrimônio [Presencial]	46.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	-	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

		46.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	30	-
					3º Quadrimestre	-	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>30</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>
47	Territórios do Futebol [Presencial e/ou Virtual]	47.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrimestre	1	1
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
		47.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrimestre	20	46
					2º Quadrimestre	20	-
					3º Quadrimestre	20	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>60</b>	<b>46</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>76,6%</b>
	49.3	Dado Extra	Nº de público virtual - participação	1º Quadrimestre		-	
				2º Quadrimestre			
				3º Quadrimestre			
				<b>META ANUAL</b>		<b>-</b>	
				<b>ICM</b>		<b>-</b>	
48	Realização de eventos de Programação Cultural: encontro de colecionadores (figurinhas, camisas de futebol, outros colecionáveis ligados ao futebol) [Presencial]	48.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizados	1º Quadrimestre	1	1
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
	48.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrimestre	40	150	
				2º Quadrimestre	40	-	
				3º Quadrimestre	40	-	
				<b>META ANUAL</b>	<b>120</b>	<b>150</b>	
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>125%</b>	

49	Projeto Com a Bola Toda – Lei de incentivo ao Esporte [Presencial]	49.1	Meta-Produto	Evento realizado	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	1			
					3º Quadrim	-			
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>			
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
		49.2	Meta-Resultado	Nº de dias de evento	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	8			
					3º Quadrim	-			
					<b>ANUAL</b>	<b>-</b>			
		49.3	Meta-Resultado	Nº de público Presencial	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	2.000			
					3º Quadrim	-			
<b>ANUAL</b>	<b>-</b>								
50	Projeto Torcida no Museu [Presencial]	50.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	-			
					3º Quadrim	2			
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>			
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
		50.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	-			
					3º Quadrim	100			
					<b>META ANUAL</b>	<b>100</b>			
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
		51	Eventos com parceiros	51.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos 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>33,33%</b>		
51.2	Meta-Resultado			1º Quadrim	30	14			
				2º Quadrim	30	-			

				Nº mínimo de público atendido	3º Quadrim	30	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>14</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>15,5%</b>

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

Segue abaixo quadro resumo da programação do 1º quadrimestre de 2022:

DATA	PROGRAMA	EVENTO
4 a 30 de janeiro	Férias no Museu	Evento presencial no período das férias escolares que acontece na área externa do Museu do Futebol.
30 de janeiro	Rotina	1º Feira Ilé-Ifè - Feira Afro do Museu do Futebol - evento presencial que ocorreu na área externa do Museu do Futebol.
12 de fevereiro	Arquibancada Nerd	Lançamento de livro, evento presencial com bate papo no Auditório do Museu do Futebol.
19 de fevereiro	Arquibancada Nerd	Torneio aberto de Futebol de botão, evento presencial que aconteceu na área externa do Museu do Futebol.
30 de março	Rotina	Evento presencial de colecionadores de figurinha
2 e 16 de abril	Rotina	Evento presencial de colecionadores de figurinhas
12 de abril	Parceiros	Evento Virtual bate papo com ONU Mulheres e COB.
16 de abril	Territórios	Evento presencial no Auditório. Lançamento do Filme do coletivo Rosa Negra + bate papo.
16 de abril	Rotina	2º Feira Ilé-Ifè - Feira Afro do Museu do Futebol - evento presencial que ocorreu na área externa do Museu do Futebol.
26 de abril	Arquibancada Nerd	Evento virtual em homenagem ao Dia do Goleiro.

30 de abril	Colecionadores	Encontro de colecionadores de camisas. Evento presencial realizado na área externa do Museu do Futebol.
	Arquibancada Nerd	Bate papo com ídolos do SPFC - 30 anos das Conquistas (Libertadores e Mundial) - Evento presencial no Auditório do Museu do Futebol.

A seguir o detalhamento das ações e metas pactuadas:

### **Ação 43: Recebimento de visitantes presenciais**

O Museu do Futebol recebeu o total de 58.422 pessoas no primeiro quadrimestre do ano. Nesse sentido, não atingiu a previsão quadrimestral de número de visitantes. Espera-se que com as próximas ações da programação cultural, aumento no recebimento de grupos escolares e visitantes interessados na próxima exposição temporária, o número do período seja alcançado, visando o cumprimento da meta anual.

Destaca-se, como objetivo de aumentar o público do Museu do Futebol, o início da venda de ingressos com desconto de 50%, como parceria com o Museu da Língua Portuguesa, sendo concedido, na compra de ingressos do MLP, direito ao desconto no MF. A parceria se iniciou em 31 de março de 2022 com aderência de 726 visitantes.

### **Ação 45 – Arquibancada Nerd (virtual e/ou presencial)**

Esse programa contou com **quatro** eventos. Dentre eles, um virtual, dois presenciais e um híbrido. Vale lembrar que o programa Arquibancada Nerd consiste na realização de bate-papos, debates e encontros com jogadores e especialistas sobre temas cotidianos do contexto futebolístico nacional e internacional.

Segue abaixo a descrição dos eventos realizados:

**a) 12 de fevereiro de 2022**

**Lançamento do livro: "O jeito brasileiro de jogar futebol", de Marcos Falopa (presencial)**

Na obra, é descrito o modo e os aspectos do futebol brasileiro. São 100 páginas ricas em fotos, ilustrações e exercícios apresentando os sistemas táticos do Brasil para que o treinador possa adaptá-los ao seu treinamento.

Durante o evento, foi realizado um bate papo do autor-Marcos Falopa, mediado pelo jornalista esportivo, William Lopes.

O evento contou com um público total de 43 pessoas.



*Registros fotográficos do evento*

## **b) 19 de fevereiro de 2022**

### **10° Torneio de Futebol de Botão do Museu do Futebol (presencial)**

Em homenagem ao Dia do Botonista, o Museu do Futebol, em parceria com a Botões Clássicos, realizou o 10° Torneio de Futebol de Botão com os times mais emblemáticos da história do futebol brasileiro de botão. Neste contexto, foram 32 participantes divididos nas categorias Adulto e Infantil (24 vagas para pessoas a partir de 12 anos e 8 vagas para pessoas de 8 a 11 anos).

Os times foram padronizados e fornecidos pela organização do evento. Além disso, também foram realizadas oficinas de futebol de botão com o objetivo de ensinar as regras e como jogar a brincadeira mais brasileira de todos os tempos. Por fim, vale destacar que a final desse campeonato foi disputada por uma menina de 12 anos e um senhor experiente no jogo que acabou levando o troféu de primeiro lugar. Estiveram presentes 200 pessoas.

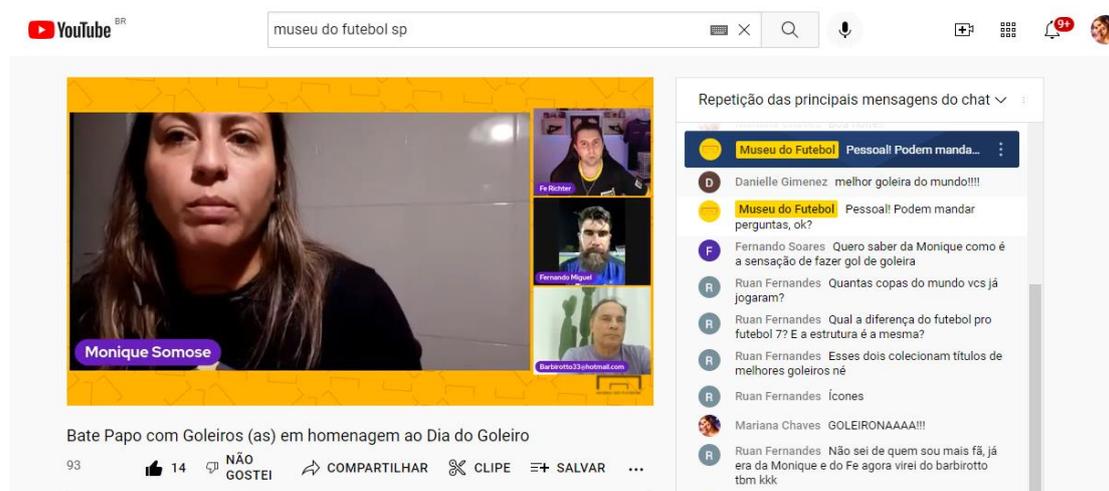


*Fotos do campeonato de futebol de botão*

### c) 26 de abril de 2022

#### Bate-papo com Goleiros em homenagem ao Dia do Goleiro (virtual)

Em homenagem ao Dia do Goleiro, realizamos um bate-papo com mediação do Fernando Richter, apresentador do canal Papo de Goleiro. O evento contou com histórias da goleira Monique Somose (Corinthians), e dos goleiros Fernando Miguel (Fortaleza) e Barbirotto (ex-goleiro do São Paulo). Ademais, o referido bate-papo foi transmitido pelas redes sociais do Museu do Futebol e contou com a audiência pontual de 61 pessoas.



*Captura de tela durante a realização do evento*

### d) 30 de abril de 2022

#### Bate papo no Auditório - Homenagem aos 30 anos das primeiras conquistas do SPFC (Mundial e Libertadores de 92) (híbrido)

Bate-papo com Jorge Ferreira da Silva (Palhinha) e Moraci Vasconcelos Sant'Anna (Moraci Sant'Anna), mediado pelo ex-goleiro do São Paulo Futebol Clube e apresentador do Canal Resenha no YouTube, Marcos Bonequini. O evento foi realizado no mesmo dia do Encontro de Colecionadores de Camisetas de Futebol, como parte de um dia de programação cultural no Museu do Futebol, ação relatada mais à frente.

O evento contou com 114 pessoas na audiência virtual e 43 pessoas presencialmente no auditório.



*Fotos do encontro*

### **Ação 47: Territórios do Futebol – virtual e/ou presencial**

Este programa reúne os eventos derivados das linhas de pesquisas e outras ações extramuros articuladas com grupos sociais, modalidades e diferentes espaços onde ocorrem a prática do futebol contemporâneo.

É importante salientar que este eixo da programação cultural, contempla eventos que articulam pautas ligadas a causas sociais urgentes, como a discriminação racial e outras formas de preconceito, desigualdade de gênero e violência.

#### **a) 16 de abril de 2022 - Lançamento do documentário seguido de bate papo**

O documentário “Da várzea ao centro: por uma outra parentalidade”, foi produzido pelo Coletivo Rosa Negra Ação Direta e Futebol. O bate-papo foi realizado com a diretora do filme-Soraia Oliveira Costa e a roteirista-Beatriz Botelho, mediado pela pesquisadora Aira Bonfim. Vale acrescentar, que o Museu disponibilizou transporte para o deslocamento de 20 pessoas da

Comunidade do Moinho, localizada em Campos Elíseos, até o auditório para apreciar a exibição do documentário.

Baseado em fatos reais, este curta-metragem integra as múltiplas formas de atuação política do Rosa Negra, que não pretendem se esgotar.

Enfim, conversa permeou a temática do documentário e, abordou, dentre outros, os seguintes questionamentos:

Quais são os desafios enfrentados pelas mulheres atletas? De que forma podemos lidar com a maternidade, autoafirmação e resistência dentro do futebol? Como a parentalidade - e as experiências que dela advêm - se relaciona com o futebol?

Ao todo, 46 pessoas prestigiaram o evento.



*Registros do dia de lançamento do documentário e bate-papo*

## **Ação 48: Encontro de Colecionadores**

Realizados presencialmente no espaço externo do Museu do Futebol desde o ano de 2010, os Encontros de Colecionadores são tradicionais no circuito de exibição e trocas de diferentes itens ligados ao futebol, como camisas, figurinhas, livros, cartões postais, etc.

Entretanto, em decorrência da pandemia de Covid-19, tais encontros tiveram um hiato na sua realização. Logo, o evento descrito abaixo marca o retorno do Encontro de Colecionadores de Camisas sediado no Museu do Futebol.

### **a) 30 de abril de 2022**

#### **Encontro de colecionadores de camisas de futebol – Homenagem aos 30 anos das primeiras conquistas do SPFC (presencial)**

O ano de 2022 marca os 30 anos das principais conquistas do São Paulo Futebol Clube – SPFC, são eles o Mundial Interclubes de 1992 e Taça Libertadores da América de 1992. Em face disto, o Museu promoveu um Encontro de Colecionadores de Camisas de Futebol temático, que contou com colecionadores especializados em camisas do referido clube como convidados, dentre eles, o Varal Tricolor. O evento ocorreu na área externa do Museu, mais especificamente no Foyer, e contou com a curadoria do produtor Caio Prazeres, São-paulino e colecionador de camisas. O evento contou com a presença de 150 pessoas.





*Registros fotográficos do primeiro grande encontro de colecionadores do ano*

## **Ação 51: Eventos com Parceiros**

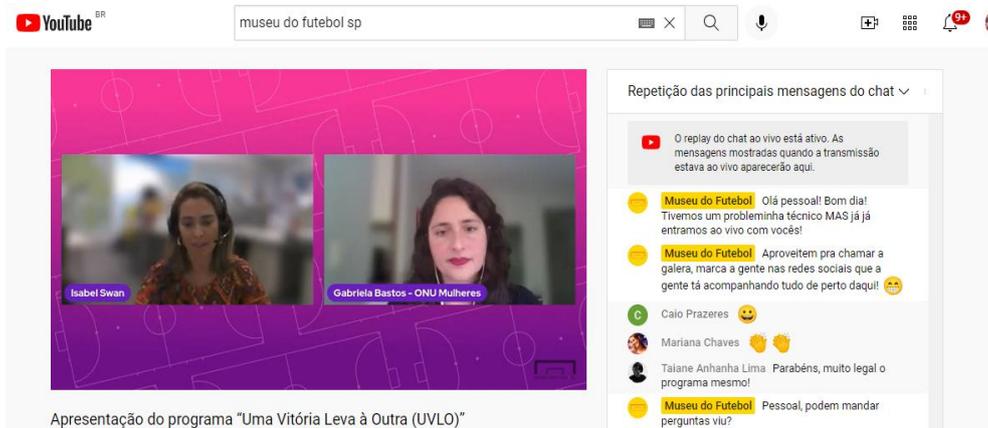
Trata-se de eventos realizados pelo Núcleo de Exposições e Programação Cultural em conjunto com possíveis parceiros.

### **a) 12 de abril de 2022**

#### **Webinário Mulheres no Esporte | Representações de gênero na sociedade contemporânea - Apresentação do programa "Uma Vitória Leva à Outra"**

O programa "Uma Vitória leva a Outra" (UVLO) é realizado em conjunto entre a ONU Mulheres e o Comitê Olímpico Internacional (COI). Durante a transmissão do evento, o projeto foi apresentado por Gabriela Bastos, representante da ONU Mulheres, seguido de um bate-papo com a Isabel Swan, representante do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), que discorreu sobre a atuação do COB nesse espectro.

Apesar da proposição da meta de ação com parceiros se tratar, em primeiro momento, da interlocução com os mesmos e suas realizações presencialmente, entendeu-se oportuna a realização deste em formato webinário objetivando a participação de mais pessoas, o registro em vídeo para posterior fruição dos públicos virtuais do Museu, bem como a ampliação e mobilização de outros e novos públicos, entendendo a pertinência do tema e a aproximação com a ONU Mulheres. Ademais, a conversa foi em ambiente virtual e contou com 14 visualizações em suas redes sociais.



Captura de tela durante a realização do evento na transmissão via canal do Youtube do MF

### 2.3 PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL - PEPC MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
52	Festival Ocupa Pacaembu	52.1	Meta-Produto	Nº de eventos	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		52.2	Meta-Resultado	Nº de participantes presenciais	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	250	-
					3º Quadrimestre	250	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>500</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
53	Exposição Itinerante	53.1	Meta-Produto	Exposição realizada	1º Quadrimestre	-	-

	Internacional "Museu do Futebol Na Área"				2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	-	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
54	Exposição Temporária: "22 em Campo"	54.1	Meta- Produto	Exposição realizada	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	-	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
55	Exposição Temporária – "Módulo Especial Copa – 22 em Campo"	55.1	Meta- Produto	Exposição realizada	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	-
					3º Quadrimestre	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
56	Acessibilização das exposições virtuais já existentes na Plataforma Google Arts & Culture (Libras, inglês e espanhol)	56.1	Meta- Produto	Nº de exposições virtuais traduzidas	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	-
					3º Quadrimestre	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
57	Projeto Saúde e Bem-estar	57.1	Meta- Produto		1º Quadrimestre	-	-

	[Presencial]			Nº mínimo de eventos realizados	2º Quadrim	4	-
					3º Quadrim	4	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>8</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	57.2	Meta-Resultado		Nº de participantes presenciais	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	40	-
					3º Quadrim	40	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>80</b>	-
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	58	Arraial do Charles Miller	58.1	Meta-Produto	Número mínimo de eventos realizados	1º Quadrim	-
2º Quadrim						1	-
3º Quadrim						-	-
<b>META ANUAL</b>						<b>1</b>	<b>1</b>
<b>ICM</b>						<b>100%</b>	
[Presencial]		58.2	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>	
59	Projeto E-Sports	59.1	Meta-Produto		1º Quadrim	-	-

	[Presencial]			Nº mínimo de eventos realizado	2º Quadrim	-	-
					3º Quadrim	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	59.2	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>	
	60	Férias no Museu (janeiro e julho)	60.1	Meta-Produto	Nº mínimo de eventos realizado	1º Quadrim	1
2º Quadrim						1	
3º Quadrim						-	
<b>META ANUAL</b>						<b>2</b>	<b>1</b>
<b>ICM</b>						<b>100%</b>	<b>50%</b>
[Presencial]		60.2	Meta-Resultado	Nº de público presencial	1º Quadrim	150	8.963
					2º Quadrim	150	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>300</b>	<b>8.963</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>2.987,6%</b>

## Ação 60: Férias no Museu

O programa Férias no Museu já é marcado como um evento de sucesso que o Museu do Futebol realiza no período das férias escolares e que, por conta da pandemia, desde julho de 2020 não acontecia.

Em janeiro de 2022 retornamos com as atividades ao ar livre e atingimos um público de quase 9 mil pessoas transitando pela área externa do estádio.

A programação neste ano foi bem diversificada com oficinas esportivas, apresentações teatrais, grandes infláveis e espaço dedicado para crianças da primeira infância. Montados no Vão Central do estádio, de terça a domingo das 10h às 17h.

Durante a realização do evento, foram contabilizadas 8.963 pessoas.

Segue abaixo o calendário da programação de 2022:

**MUSEU DO FUTEBOL** **CALENDÁRIO DE OFICINAS** **SEMANA: 4 A 9/01/2022** **viva**

TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
<b>Brincadeiras populares:</b> Corda, pião, bolinha de gude, cama de gato e outros <b>Oficinas para a primeira infância:</b> Construir / Bolha de Sabão / Teatro Popular de Fantoches entre Gerações <b>Oficinas MATERIAS MUSEU:</b> FUTMEGA / FUTEBOL DE BOTÃO / Arco e Flecha					
<b>Contação de histórias Capitã Lela</b> 11h as 12h 14h as 15h <b>TEMÁTICA DO ESPETÁCULO A SER DEFINIDA</b>	<b>Brincadeiras de Futebol Goleiro</b> 11h-12h 14h-15h <b>BADMINTON</b> 12H-13H 15H-16H	<b>Golbol</b> 11h-12h 14h-15h <b>JOGOS POPULARES</b> 12H-13H 15H-16H	<b>SLACKLINE</b> 11h-12h 14h-15h <b>RITMOS</b> 12H-13H 15H-16H	<b>PEBOLIM HUMANO</b> 10H-17H	<b>PEBOLIM HUMANO</b> 10H-17H

**CHUTE A GOL**  
À PARTIR DE 8/09/2021 - TODOS OS DIAS

**SEMANA: 11 A 16/01/2022**

TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
Brincadeiras populares: Corda, pião, bolinha de gude, cama de gato e outros Oficinas para a primeira infância: Construir / Bolha de Sabão / Teatro Popular de Fantoches entre Gerações Oficinas MATERIAS MUSEU: FUTMESA / FUTEBOL DE BOTÃO / Arco e Flecha					
<b>Espectáculo Musicado REBRINCANDO</b> 14h-15h  MÚSICAS PARA SE CANTAR ENTRE FAMÍLIA E AMIGOS.	<b>Brincadeiras de Futebol Goleiro</b> 11h-12h 14h-15h  <b>BADMINTON</b> 12H-13H 15H-16H 	<b>Golbol</b> 11h-12h 14h-15h  <b>JOGOS POPULARES</b> 12H-13H 15H-16H 	<b>SLACKLINE</b> 11h-12h 14h-15h  <b>RITMOS</b> 12H-13H 15H-16H 	<b>FUTE-PULA</b> 10H-17H 	<b>FUTE-PULA</b> 10H-17H 

**SEMANA: 18 A 23/01/2022**

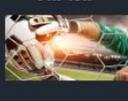
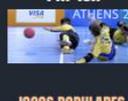
TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SABADO	DOMINGO
Brincadeiras populares: Corda, pião, bolinha de gude, cama de gato e outros Oficinas para a primeira infância: Construir / Bolha de Sabão / Teatro Popular de Fantoches entre Gerações Oficinas MATERIAS MUSEU: FUTMESA / FUTEBOL DE BOTÃO / Arco e Flecha					
<b>CONTAÇÃO DE HISTÓRIA Ronaldo Liano</b> 14h-15h  <b>JÚLIA E O MENINO DA CADEIRA MALUCA</b>	<b>Brincadeiras de Futebol Goleiro</b> 11h-12h 14h-15h  <b>BADMINTON</b> 12H-13H 15H-16H 	<b>Golbol</b> 11h-12h 14h-15h  <b>JOGOS POPULARES</b> 12H-13H 15H-16H 	<b>CAPOEIRA</b> 11h-12h 14h-15h  <b>SLACKLINE</b> 12H-13H 15H-16H 	<b>FUTEBOL NA BOLHA</b> 10H-17H 	<b>FUTEBOL NA BOLHA</b> 10H-17H 

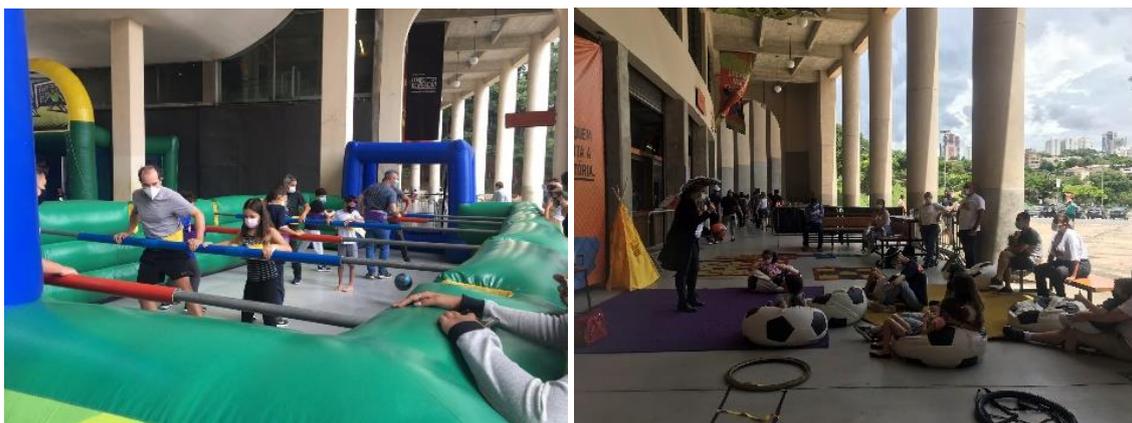
**MUSEU DO FUTEBOL** **CALENDARIO DE OFICINAS** **viva**  
**SEMANA: 25 A 30/01/2022**

**TERÇA** **QUARTA** **QUINTA** **SEXTA** **SABADO** **DOMINGO**

Brincadeiras populares: Corda, pião, bolinha de gude, cama de gato e outros  
 Oficinas para a primeira infância: Construir / Bolha de Sabão / Teatro Popular de Fantoches entre Gerações  
 Oficinas MATERIAS MUSEU - FUTMESA / FUTEBOL DE BOTÃO / Arco e Flecha

**CHUTE A GOL**  
 À PARTIR DE 8/09/2021 - TODOS OS DIAS

<p><b>BIKE ART</b> 14h-15h</p>  <p><b>ESPETÁCULO QUE CONTA A HISTÓRIA DE GRANDES NOMES DA MPB</b></p>	<p><b>Brincadeiras de Futebol Goleiro</b> 11h-12h 14h-15h</p>  <p><b>BADMINTON</b> 12H-13H 15H-16H</p> 	<p><b>Golbol</b> 11h-12h 14h-15h</p>  <p><b>JOGOS POPULARES</b> 12H-13H 15H-16H</p> 	<p><b>CAPOEIRA</b> 11h-12h 14h-15h</p>  <p><b>SLACKLINE</b> 12H-13H 15H-16H</p> 	<p><b>PET TORCEDOR</b> 10H-17H</p> 	<p><b>ESCALADA</b> 10H-17H</p> 
--	---	--	--	---	--



*Registros de dias do evento Férias no Museu*

## 2.4 PROGRAMA EDUCATIVO – PE MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2022)

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
61	Visitas educativas agendadas para público escolar (ensino infantil, fundamental, médio e universitário)	61.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de estudantes atendidos	1º Quadrim	1.000	1.098
					2º Quadrim	4.080	-
					3º Quadrim	3.400	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>8.480</b>	<b>1.098</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>12,9%</b>
62	Visitas educativas agendadas para públicos específicos (pessoas em situação de vulnerabilidade social, pessoas com deficiência, turistas etc.)	62.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes atendidos	1º Quadrim	710	751
					2º Quadrim	2.450	-
					3º Quadrim	2.620	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>5.780</b>	<b>751</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>13,0%</b>
63	Visita mediada para o público espontâneo	63.1	Meta-Produto	Nº mínimo de visitas oferecidas	1º Quadrim	64	93
					2º Quadrim	64	-
					3º Quadrim	64	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>192</b>	<b>93</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>48,4%</b>
		63.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Quadrim	640	906
					2º Quadrim	640	-
					3º Quadrim	640	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1.920</b>	<b>906</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>47,2%</b>
64	Projeto Interações Educativas	64.1	Meta-Produto	Nº de vídeos educativos publicados	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	2	
					3º Quadrim	1	

					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>		
65	Projeto Revivendo Memórias #emcasa: atendimento on-line para idosos, pessoas com deficiência e em situação de vulnerabilidade social	65.1	Meta-Produto	Nº mínimo de encontros educativos on-line	1º Quadrim	30	66	
					2º Quadrim	40	-	
					3º Quadrim	30	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>100</b>	<b>66</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>66,0%</b>	
66	Atividades, dinâmicas e jogos para o público virtual	66.1	Meta-Produto	Quantidade mínima de novas atividades oferecidas no site	1º Quadrim	4	4	
					2º Quadrim	4	-	
					3º Quadrim	4	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>	
67	Espaço Dente de Leite: atividades educativas on-line/presencial para crianças	67.1	Meta-Produto	Nº mínimo de atividades educativas oferecidas	1º Quadrim	4	5	
					2º Quadrim	4	-	
					3º Quadrim	4	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>41,7%</b>	
68	Programa Museu Amigo do Idoso / Projeto Revivendo Memórias (visitas presenciais para idosos/pessoas com Alzheimer e/ou comprometimento cognitivo)	68.1	Meta-Produto	Nº mínimo de encontros realizados	1º Quadrim	4	4	
					2º Quadrim	4	-	
					3º Quadrim	4	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>	
			68.2	Meta - Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Quadrim	20	48
						2º Quadrim	20	-
						3º Quadrim	20	-
						<b>META ANUAL</b>	<b>60</b>	<b>48</b>
						<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>80,0%</b>
69		69.1			1º Quadrim	2	3	

	Visitas educativas noturnas para alunos de EJA		Meta-Produto	Nº mínimo de visitas	2º Quadrim	2	-
					3º Quadrim	2	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>6</b>	<b>3</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>50,0%</b>
		69.2	Meta - Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Quadrim	30	44
					2º Quadrim	30	-
					3º Quadrim	30	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>44</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>48,9%</b>
70	Visitas especiais para público com TEA (Transtorno do Espectro Autista)	70.1	Meta-Produto	Nº mínimo de visitas	1º Quadrim	1	2
					2º Quadrim	1	-
					3º Quadrim	1	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>66,7%</b>
		70.2	Meta - Resultado	Nº mínimo de público atendido	1º Quadrim	15	25
					2º Quadrim	15	-
					3º Quadrim	15	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>45</b>	<b>25</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>55,6%</b>
71	Projeto Educativo na Praça: atividades educativas para o público da praça Charles Miller	71.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas na Praça Charles Miller	1º Quadrim	16	16
					2º Quadrim	16	-
					3º Quadrim	16	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>48</b>	<b>16</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>33,3%</b>
		71.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	1º Quadrim	480	52
					2º Quadrim	480	-
					3º Quadrim	480	-
					<b>META ANUAL</b>	<b>1.440</b>	<b>52</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>3,6%</b>
72	Projeto Fim de Expediente: encontros de integração e formação com profissionais	72.1	Meta-Produto	Nº mínimo 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>
		72.2	Meta-Resultado	1º Quadrim	30	44	
				2º Quadrim	30	-	

	da educação			Nº mínimo de pessoas atendidas	3º Quadrim	30	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>90</b>	<b>44</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>48,9%</b>		
73	Projeto Territórios do Futebol: ações educativas extramuros	73.1	Meta-Produto	Nº mínimo de ações realizadas	1º Quadrim	1	1		
					2º Quadrim	2	-		
					3º Quadrim	1	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>4</b>	<b>1</b>		
							<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25,0%</b>
		73.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de pessoas atendidas	1º Quadrim	40	41		
					2º Quadrim	80	-		
					3º Quadrim	40	-		
<b>META ANUAL</b>	<b>160</b>				<b>41</b>				
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>25,6%</b>		
74	Comitê Jovem (Residência)	74.1	Meta-Resultado	Relatório das novas propostas desenvolvidas pelo Comitê 2022 para todas as áreas do museu	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	-	-		
					3º Quadrim	1	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>		
							<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>
		74.2	Meta-Produto	Publicação do Edital para seleção de novos integrantes do Comitê (2023)	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	-	-		
					3º Quadrim	1	-		
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>				<b>-</b>				
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>		
75	Curso EAD de Acessibilidade para professores com carga horária de 20h	75.1	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>-</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>		
76	Materiais para apoio didático à comunidade escolar	76.1	Meta-Produto	Elaboração de material didático em formato digital	1º Quadrim	-	-		
					2º Quadrim	-	-		
					3º Quadrim	1	-		
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>-</b>		
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>		

## DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS DO PROGRAMA EDUCATIVO

TABELA-RESUMO DOS ATENDIMENTOS DO EDUCATIVO - 1º Quadrimestre/2022					
Ação	Perfil	Público	Meta	Total realizado	% em relação ao total de atendimentos
Visitas agendadas	Público Escolar	Presencial	1.000	1.098	36%
Visitas agendadas	Público Específico	Presencial	710	751	25%
Visitas espontâneas	Público Espontâneo	Presencial	640	906	30%
Museu Amigo do Idoso	Público Específico	Presencial	20	48	2%
EJA	Público Escolar	Presencial	30	44	1%
TEA	Público Específico	Presencial	15	25	1%
Educativo na Praça	Público Espontâneo	Presencial	480	52	2%
Fim de Expediente	Público Escolar	Presencial	30	44	1%
Territórios do Futebol	Público Específico	Presencial	40	41	1%
<b>Total de público atendido pelo Núcleo Educativo</b>				3.009	100%

## Ação 61: Visitas educativas para público escolar

### Meta 61.1: N° mínimo de estudantes atendidos

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. No processo de retomada das visitas educativas agendadas, é interessante observar a movimentação deste perfil de público e sua presença no museu por meio do agendamento.

Como de costume, os meses de janeiro e fevereiro apresentam resultados mais baixos, por duas razões: a primeira é o período de férias escolares compreendido no mês de janeiro; a segunda é o período de planejamento interno das escolas para passeios escolares que, geralmente, começam a acontecer a partir de março, quando os alunos já retomaram a rotina escolar. O mês de abril somente concentrou um pouco mais da metade (50,6%) de todo o atendimento a estudantes realizado no quadrimestre. A maior parte desse público (62,20%) é oriunda de escolas municipais, seguida por estudantes de escolas estaduais (28,5%) e de escolas particulares (9,3%). Importante considerar, ainda, que os atendimentos de grupo seguiram as orientações da SEC com restrição de até 10 pessoas/educador.

Número mínimo de estudantes atendidos (1º quadrimestre)					
Ação 61	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Janeiro	95	0	0	0	95
Fevereiro	120	48	0	0	168
Março	165	83	31	0	279
Abril	303	182	71	0	556
Total realizado	683	313	102	0	1.098
<b>Resultado Realizado</b>	<b>1.098</b>				
Resultado mínimo previsto	1.000				
ICM (quadrimestre)	100%				



Os educadores em visita educativa com estudantes.

## Ação 62: Visitas educativas para público específico

### Meta 62.1: Nº mínimo de visitantes atendidos

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. De modo diferente do que ocorre com o público escolar, o público específico possui uma temporalidade própria. No primeiro quadrimestre de 2022, o Educativo atendeu 751 visitantes, sendo 64% da categoria infanto-juvenil, oriundos de ONGs e instituições sociais, seguido de 14% desse número de visitantes em situação de vulnerabilidade social. Já em relação aos agendamentos, o mês de março concentrou a maior demanda, com 48% dos atendimentos realizados. Importante considerar, ainda, que os atendimentos de grupo seguiram a restrição de até 10 pessoas/educador, seguindo orientação da SEC.

Número mínimo de visitantes atendidos (1º quadrimestre)									
Ação 62	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol
									<b>Total mensal</b>

Janeiro	0	0	28	0	6	0	0	0	0	34
Fevereiro	16	0	92	25	0	10	0	0	21	164
Março	45	16	245	26	16	0	18	0	0	366
Abril	45	13	116	0	13	0	0	0	0	187
<b>Total realizado</b>	<b>106</b>	<b>29</b>	<b>481</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>751</b>
<b>Resultado Realizado</b>	<b>751</b>									
Resultado mínimo previsto	710									
ICM (trimestre)	100%									



*Os educadores em visita educativa com alunos de escola de futebol e ONG.*

### **Ação 63: Visita mediada para público espontâneo**

**Metas 63.1: N° mínimo de visitas oferecidas/ 63.2: N° mínimo de público atendido**



*Captura de tela*

A ação pactuada correspondeu às expectativas e sua meta foi atingida integralmente. Com a flutuação de público presente no museu, essa ação acabou por ter diferentes momentos ao longo do quadrimestre. Como

estratégia interna, o Educativo ampliou o oferecimento dessas visitas para os dias da semana em que havia equipe disponível e grupos interessados.

A disponibilidade da equipe aqui está diretamente ligada à baixa procura de atendimentos on-line. Assim, foi possível otimizar o tempo de trabalho dos educadores de modo que a ausência de grupos on-line não significasse, de todo, ausência de atendimento. Dessa maneira, alguns grupos que chegavam ao museu sem o agendamento prévio puderam ser atendidos como visitantes espontâneos. Com isso, a perspectiva da meta, restrita apenas a grupos familiares durante os finais de semana e feriados, foi ampliada para atender com mais qualidade outros perfis de público também. Os atendimentos de grupo seguiram a restrição de até 10 pessoas/educador, conforme orientação da SEC.

<b>Visitas mediadas para público espontâneo (1º quadrimestre)</b>		
Mês	Público atendido	Visitas realizadas
janeiro-22	169	21
fevereiro-22	22	4
março-22	195	16
abril-22	520	52
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>906</b>	<b>93</b>
Previsão de atendimento	640	64



*O educador durante atendimento a um grupo espontâneo*

## Ação 64: Projeto Interações Educativas



O Projeto Interações Educativas é uma iniciativa que teve que início durante o primeiro ano da pandemia e passou a ser executada a partir de 2021. O projeto tem, como principal objetivo, potencializar o atendimento do núcleo Educativo do MF por meio de ações educativas online para grupos de escolares de todas as regiões do Brasil. No entanto, entendendo o avanço da vacinação e da flexibilização das medidas de distanciamento, as pessoas estão cada vez mais se aproximando de uma rotina presencial. Atualmente, a maioria das escolas brasileiras já está atuando presencialmente em sua totalidade, diminuindo, então, o interesse e procura por ações virtuais de atendimento a esse perfil de público. Assim, a meta não foi atingida.

O primeiro ponto a destacar aqui é o contexto da meta aplicada tanto ao Plano de Trabalho pensado no Chamamento quanto àquela revisada no aditamento. Em relação ao momento do Chamamento, é importante considerar que a meta havia sido desenhada ainda no momento de pandemia e lentidão de vacinação. Quando do momento do Aditamento, ainda que tenha sido realizada uma redução significativa, o cenário da pandemia mudou radicalmente do final de 2021 para 2022. A vacinação avançou rapidamente entre o público infanto-juvenil e as escolas passaram a priorizar exclusivamente as ações presenciais.

Considerando o contexto acima, o Núcleo Educativo seguiu tentando contato com escolas e divulgando o projeto nas redes sociais. No entanto, a resposta seguia um mesmo padrão: a priorização de ações presenciais. Como esforço adicional, o Educativo ainda buscou contato com secretarias de educação de outros estados para o oferecimento do projeto, sem sucesso de retorno. Os poucos encontros realizados no quadrimestre são resultado de um interesse passivo específico de instituições interessadas na ação. Por outro lado, ao perceber a presença e o interesse do público espontâneo presente no museu,

o Educativo buscou utilizar o espaço reservado aos atendimentos on-line para atendimentos presenciais, o que reforça ainda mais a superação da meta 63.

O agendamento das instituições, por meio do preenchimento de formulário on-line no site, ocorreu regularmente. No primeiro quadrimestre de 2022, foram realizados 6 encontros nos quais 123 alunos foram atendidos, sendo quase metade deles (48%) oriundos de escolas estaduais, perfil semelhante ao último quadrimestre de 2021. Do total de alunos, 46% dos atendidos estão no ensino médio.

Tendo isso em vista, foi alinhada a repactuação (Ofício DE\_013\_2022\_MF) dessas ações com a entrega de outros produtos que não as visitas online e sim vídeos educativos, conforme indicado no quadro de metas.

<b>Interações Educativas - 1º Quadrimestre 2022</b>		
Atendimentos	Qtde.	
Quantidade de interações	6	
Quantidade de participantes	123	
Natureza das instituições pela quantidade de participantes	Qtde.	%
Escola Municipal	23	19%
Escola Estadual	60	49%
Escola Particular	0	0%
Escola Federal	23	19%
Instituição Social	0	0%
Universidade Pública	17	14%
Universidade Particular	0	0%
ONG	0	0%
Escola de Esportes	0	0%
Outros	0	0%
Ciclo de ensino pela quantidade de participantes	Qtde.	%
Ensino Infantil	0	0%
Ensino Fundamental I	0	0%
Ensino Fundamental II	23	19%
Ensino Médio	57	46%
Universitário	17	14%
Variado	26	21%
Outro	0	0%

## **Ação 65: Projeto Revivendo Memórias #emcasa/ N° mínimo de encontros educativos on-line**



*Captura de tela*

A meta foi atingida integralmente. No primeiro quadrimestre de 2022, o Núcleo Educativo seguiu oferecendo encontros para idosos, pessoas com deficiência e pessoas em situação de vulnerabilidade social. Durante esse período foram realizados 66 encontros, com a presença de 9 novos participantes no período. Marca do projeto, a recorrência da participação dos idosos nos encontros ficou em alta no período: 94% dos encontros realizados foram com participantes que, em algum momento, já haviam realizado alguma interação dentro do RM#emcasa.

Em relação ao perfil dos participantes, tivemos uma incidência um pouco menor de idosos em comparação ao período anterior. No terceiro quadrimestre de 2021, 80% dos encontros realizados foram voltados à terceira idade, enquanto, no período atual, esse número foi para 76%. Ao mesmo tempo, tivemos um pequeno aumento nos atendimentos a pessoas com deficiência: neste período, 9% dos encontros foram realizados com esse perfil de público em comparação aos 8% do período anterior.

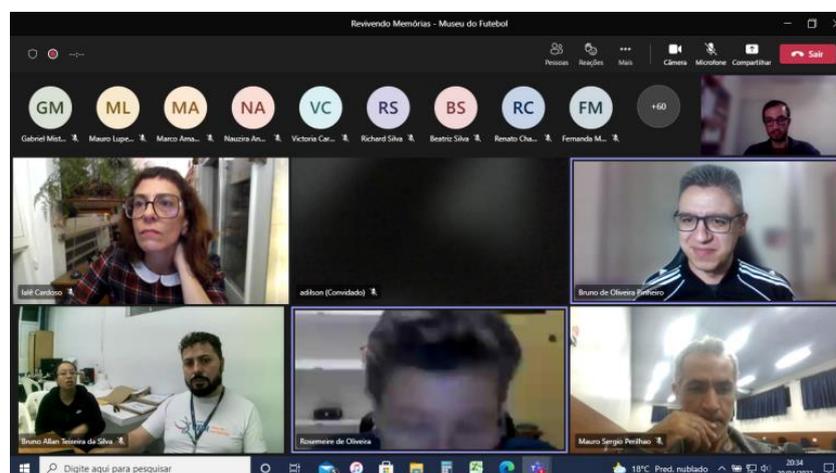
Durante este quadrimestre, o Agendamento do projeto seguiu seu *modus operandi* regularmente. A planilha desenvolvida e aprimorada durante o ano anterior seguiu sem maiores alterações, devolvendo ao Programa dados importantes sobre o andamento do projeto.



*Educadora durante atendimento do projeto Revivendo Memórias #emcasa*

### **a) UNISA**

Em 20.04.2022, a coordenadora Ialê Cardoso e o assistente de coordenação Marcelo Continelli realizaram uma apresentação do projeto *Revivendo Memórias #emcasa* para as turmas noturnas de Educação Física da Universidade Santo Amaro (UNISA). Além da coordenação do curso, que tomou conhecimento do projeto e realizou o convite para esta palestra, estavam presente mais de 60 alunos. A palestra foi certificada.



*Captura de tela: apresentação para a UNISA.*

## **b) Resultados**

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

<b>Revivendo Memórias #emcasa - 1º Quadrimestre 2022</b>		
<b>Atendimentos</b>	<b>Qtde.</b>	<b>%</b>
Quantidade de encontros	66	100%
Quantidade de novos participantes	9	100%
<b>Tipologia do atendimento</b>	<b>Qtde.</b>	<b>%</b>
Encontros individuais	64	97%
Encontros em grupo (instituições)	2	3%
<b>Tipos de agendamento</b>	<b>Qtde.</b>	<b>%</b>
Novos encontros	4	6%
Encontros com recorrência	62	94%
<b>Quantidade de encontros por segmento de público</b>	<b>Qtde.</b>	<b>%</b>
Terceira idade	50	76%
Pessoas com deficiência	6	9%
Pessoas em situação de vulnerabilidade social	0	0%
Acompanhantes	0	0%
Outros	10	15%

### **Ação 66: Atividades, dinâmicas e jogos para o público virtual**

#### **Meta 66.1: Quantidade mínima de novas atividades oferecidas no site**

A meta foi atingida integralmente. Durante o primeiro quadrimestre de 2022, a equipe do Educativo, em parceria com a Comunicação, produziu e publicou no site do Museu do Futebol, na área voltada especialmente para conteúdos educativos, quatro novas atividades para que o público, sejam eles crianças, adolescentes, pais, cuidadores ou professores, possam usufruir de casa.

Abaixo, as novas atividades do quadrimestre:

**a) Futebol de Papelão:** nesta oficina o público aprende a criar um campinho de futebol de papelão, utilizando materiais recicláveis para se divertir em uma partida diferente.

Link de acesso: [Futebol de papelão – Museu do Futebol](#)

**b) StopMotion:** neste vídeo, os educadores do Museu do Futebol trazem mais um jeito simples de se divertir: fazendo stopmotion, uma técnica que usa várias fotos em sequência para dar a sensação de movimento a objetos. Até o fechamento deste relatório, o vídeo desta oficina contabilizava mais de 8.000 visualizações.

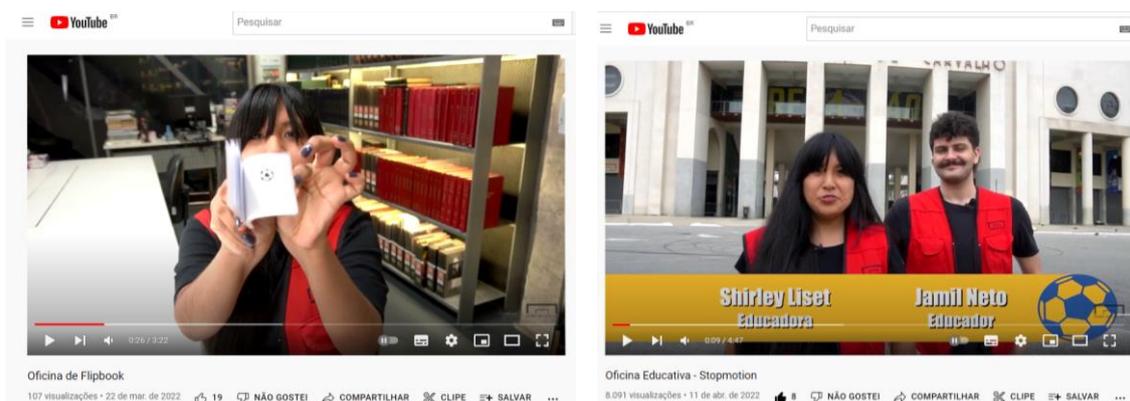
Link de acesso: [Oficina Educativa - Stopmotion - YouTube](#)

**c) Futebol de Tecido:** neste vídeo, os educadores do Museu do Futebol ensinam mais uma forma de se divertir: jogando futebol de tecido, usando materiais que você tem em casa para fazer uma bola e um campinho.

Link de acesso: [Oficina de Futebol de Tecido - YouTube](#)

**d) FlipBook:** neste vídeo, os educadores do Museu do Futebol ensinam a fazer uma animação com a técnica do flipbook, que utiliza um bloco de notas, desenhos e muita imaginação para criar imagens que dão a impressão de movimento.

Link de acesso: [Oficina de Flipbook - YouTube](#)

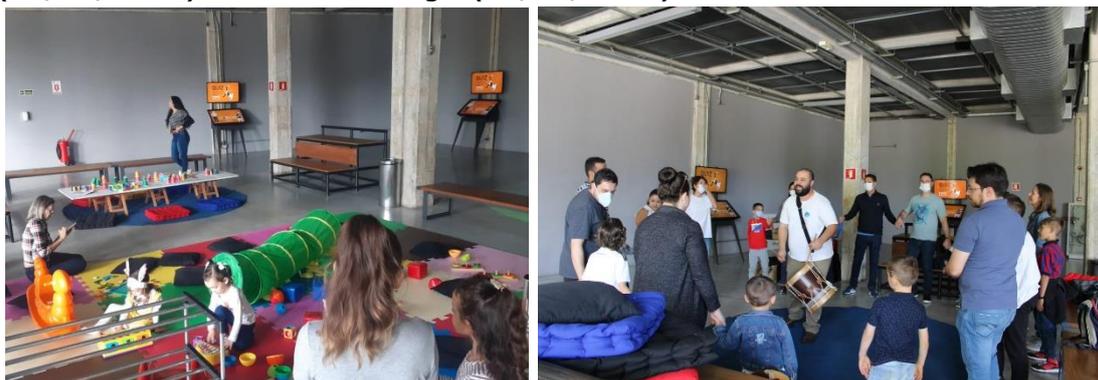


*Capturas de telas das atividades no YouTube: Oficina de FlipBook e Oficina de StopMotion*

## **Ação 67: Espaço Dente de Leite/ N° mínimo de atividades educativas oferecidas**

A meta foi atingida integralmente. Ao longo do primeiro quadrimestre de 2022, foram disponibilizadas três novas atividades educativas voltadas para a temática da primeira infância no site do Museu do Futebol, na área voltada às atividades educativas. Com o avanço da vacinação, foi possível também retomar a ação presencial do Espaço Dente de Leite! O Espaço contou com desenhos temáticos para colorir, oficina de orelhas de coelho e coelhos saltitantes feitos com copos de papel.

Além disso, houve uma intervenção artística com Arte-Educadores da Arte Despertar, Amanda Lioli, narradora de histórias e Edson Luna, músico. A intervenção propunha uma experiência artística através das histórias e cantigas das culturas populares brasileiras e finalizando com uma orquestra improvisada com as crianças. Atingimos um público de 43 pessoas no sábado (16/04/2022) e 12 no domingo (17/04/2022).



*Espaço Dente de Leite presencial. Na imagem à direita, a ação da Arte Despertar*

Abaixo, as novas atividades on-line do quadrimestre:

**a) Pedras que contam:** nesta oficina, a ideia é desenvolver uma atividade que auxilia no desenvolvimento físico, cognitivo e socioemocional das crianças. Por meio de um material lúdico e divertido, é possível trabalhar a criatividade, oralidade e a organização lógica

Link de acesso: [Pedras Que Contam — Museu do Futebol](#)

**b) Pintura com Gelo Colorido:** uma atividade sensorial que trabalha a coordenação motora, a criatividade e a percepção de cores, texturas, temperaturas e até do som das pedrinhas de gelo batendo umas nas outras

Link de acesso: [Pintura com Gelo Colorido — Museu do Futebol](#)

**c) Oficina de Tambor de Lata:** a música pode auxiliar o desenvolvimento infantil, despertar a curiosidade, ensinar regras comportamentais e incentivar a sociabilização, a capacidade de se expressar e ampliar a percepção de mundo. Além do som do bатуque trazer muita alegria, a atividade a seguir vai ensinar a distinguir os sons e contribuir para trabalhar a coordenação motora fina das crianças

Link de acesso: [Oficina de Tambor de Lata — Museu do Futebol](#)



Capturas de telas das atividades no site: Pedras que Contam e Pintura com gelo colorido

## Ação 68: Programa Museu Amigo do Idoso/ Revivendo Memórias /

### Metas 68.1: N° mínimo de encontros realizados/ 68.2: N° mínimo de público atendido

Os encontros presenciais do programa Museu Amigo do Idoso / Revivendo Memórias voltaram a acontecer em 2022. O avanço da vacinação, bem como a dose de reforço, deram mais segurança ao público-alvo deste projeto, qual seja, a pessoa idosa. Desta maneira, os encontros foram desenhados juntamente com o pesquisador Carlos Chechetti e proposta desta retomada foi de trazer para museu tanto pequenos grupos de pessoas com ou sem Alzheimer já participantes do *RM#emcasa* quanto instituições de idosos que, sem o convite a oportunidade de um transporte, não poderiam ter condições de visitar o museu e conhecer o seu acervo. Foram realizados quatro encontros neste quadrimestre, os quais foram relatados pelos educadores que realizaram as visitas. O detalhamento da ação segue em anexo a este relatório.

Programa Museu Amigo do Idoso (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-22	0	0
fevereiro-22	5	1
março-22	0	0
abril-22	43	3
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>48</b>	<b>4</b>
Previsão de atendimento	20	4
ICM	100%	100%

## Ação 69: Visitas educativas noturnas para alunos de EJA

**Metas: 69.1: N° mínimo de visitas/ 69.2: N° mínimo de público atendido**

Como projeto inédito do Programa, o Educativo inicia em 2022 as visitas educativas voltadas para alunos de EJA. Aproveitando a oportunidade da abertura noturna do museu toda primeira terça-feira de cada mês, desde o começo do ano, o GT formado para atuar com esta ação se engajou na busca ativa de instituições públicas de ensino que possuíssem o EJA dentro da sua grade de alunos.

A primeira instituição contatada foi a Escola Estadual Ruy de Mello Junqueira, que faria a visita noturna em 05/04. No entanto, depois de sucessivas tentativas sem sucesso de contato para a confirmação da escola na data mencionada, a Coordenação do Educativo optou por seguirmos para outra instituição. A escola encontrada foi a Cieja Paulo Emilio Vanzolini, que atua exclusivamente com alunos de EJA. Para abril, no entanto, não foi possível o agendamento noturno. Sendo assim, os alunos foram atendidos no período vespertino. O grupo de 44 visitantes foi dividido em três e cada uma das educadoras realizou uma visita, totalizando três visitas.

EJA (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-22	0	0
fevereiro-22	0	0
março-22	0	0
abril-22	44	3
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>44</b>	<b>3</b>
Previsão de atendimento	30	2
ICM	100%	100%



*A educadora durante visita com alunos de EJA.*

## Ação 70: Visitas especiais para público com TEA

### Metas 70.1: N° mínimo de visitas / 70.2: N° mínimo de público atendido

Como projeto inédito do Programa, o Educativo inicia em 2022 as visitas educativas voltadas para pessoas dentro do espectro autista. Para esta visita, foram convidados os atendidos da Associação de Amigos do Autista – Setor Luís Gama, que fica no Cambuci. Acompanhados do psicólogo Gustavo Soares dos Santos e de seus cuidadores, os educadores puderam realizar uma visita dentro do horário normal de funcionamento, uma vez que o nível de autismo dos visitantes estava entre moderado e leve. Para tanto, o Educativo subsidiou o transporte, de modo a possibilitar a presença deste grupo em uma visita educativa.

TEA (1º quadrimestre)		
Mês	Público atendido	Ações realizadas
janeiro-22	0	0
fevereiro-22	0	0
março-22	0	0
abril-22	25	2
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>25</b>	<b>2</b>
Previsão de atendimento	15	1
ICM	100%	100%



*As educadoras durante as visitas com o grupo TEA.*

## **Ação 71: Projeto Educativo na Praça**

**Metas 71.1 / N° mínimo de ações realizadas na Praça Charles Miller/  
72.2 N° mínimo de público atendido**



Como já mencionado anteriormente, o Projeto Educativo na Praça é mais uma proposta do novo Contrato de Gestão com o objetivo de oferecer uma grade de atividades para o público frequentador da praça Charles Miller e que não necessariamente frequenta ou participa das ações do Museu do Futebol.

Com isso, o Educativo busca oferecer uma interação lúdica para diferentes perfis e, desta forma, ampliar o leque de público atendido pelo Programa Educativo e estimular o pertencimento da praça e do Museu como espaço aberto das pessoas, fortalecendo assim os valores da cidadania e os cuidados com o patrimônio público, tendo em seu horizonte a concretização de um museu cidadão.

A meta do número mínimo de ações foi atingida, mas a meta do número mínimo de público foi parcialmente atingida. Ainda que o Educativo tenha realizado as 16 saídas à Praça, dois fatores contribuíram para que o número de público atendido não tenha sido alcançado.

O primeiro deles é o baixo movimento de público na Praça. Mesmo com a retomada de muitas ações presenciais, notou-se que o público frequentador da Praça aos finais de semana é bem reduzido e, geralmente, frequenta o ambiente com um objetivo pré-definido: atividades físicas ou consumo na feira. Tendo isso em vista, os educadores encontraram poucas brechas junto para convite e participação nas atividades propostas. Não foi incomum, por exemplo, que algumas saídas resultassem em zero atendimento. O segundo deles é que, em um cenário vasto como é a Praça Charles Miller, uma ação educativa demanda muita visibilidade.

Pensando nisso, ao longo do quadrimestre, o Educativo investiu em um mobiliário e em uma identidade visual que pudesse chamar a atenção dos transeuntes. No entanto, a compra e desenvolvimento dessa identidade demandaram tempo e a maioria das ações realizadas neste quadrimestre não pôde contar com esse auxílio extra de divulgação. Ainda assim, há um terceiro fator subjacente que deverá ser avaliado conforme o projeto percorra uma evolução até o final do ano: superestimação dos números da meta quando da proposta técnica do Chamamento em 2021. Como projeto inédito e sem uma série histórica, consideramos a possibilidade da revisão destes números em um próximo aditamento.

<b>Educativo na Praça (1º quadrimestre) – Tabela de Atividades</b>				
<b>Data da ação</b>	<b>Horário</b>	<b>Ação</b>	<b>Tipo de ação</b>	<b>Público atendido</b>
19/2/22	10h às 11h	Futemesa	Atividade Física com Bola	0
19/2/22	14h às 15h	Pacayemby	Jogos e Desafios	4
20/2/22	10h às 11h	Pacayemby	Jogos e Desafios	0
20/2/22	14h às 15h	Futemesa	Atividade Física com Bola	8
5/3/22	10h às 11h	Futevôlei	Atividade Física com Bola	0
5/3/22	14h às 15h	Futebol de Tampinha	Jogos e Desafios	6
6/3/22	10h às 11h	Futebol de Tampinha	Jogos e Desafios	12
6/3/22	14h às 15h	Futevôlei	Atividade Física com Bola	0
19/3/22	10h às 11h	Pacayemby	Jogos e Desafios	0
19/3/22	14h às 15h	Futemesa	Atividade Física com Bola	0
20/3/22	10h às 11h	Futemesa	Atividade Física com Bola	6
20/3/22	14h às 15h	Pacayemby	Jogos e Desafios	4
9/4/22	10h às 11h	Carrascos da seleção	Jogos e Desafios	0
23/4/22	14h às 15h	Futemesa	Atividade Física com Bola	12
10/4/22	10h às 11h	Artilheiro adaptado	Atividade Física com Bola	0
10/4/22	14h às 15h	Carrascos da seleção	Jogos e Desafios	0

<b>Educativo na Praça (1º quadrimestre)</b>		
<b>Mês</b>	<b>Público atendido</b>	<b>Ações realizadas</b>
janeiro-22	0	0
fevereiro-22	12	4
março-22	28	8
abril-22	12	4
<b>Total do quadrimestre</b>	<b>52</b>	<b>16</b>
Previsão de atendimento	480	16

ICM	11%	100%
-----	-----	------



O educador durante as atividades do projeto Educativo na Praça.

## Ação 72: Projeto Fim de Expediente

### Metas 72.1: Nº mínimo de encontros realizados / 72.2: Nº mínimo de pessoas atendidas

O projeto Fim de Expediente, outra ação inédita do Programa Educativo, foi originalmente desenhado para receber professores, coordenadores e diretores de escola no próprio museu, em um fim de tarde, de modo que fosse possível oferecer uma programação específica para este público, visando fortalecer os laços entre a comunidade escolar e o museu. Foi exatamente com este propósito que o Educativo buscou a EMEF Dep. Januário Mantelli Neto. Essa escola, por meio da professora Ellen Piazon, participou ativamente de inúmeros encontros do projeto *Interações Educativas* em 2021, além de já ter organizado uma série de visitas educativas presenciais ao museu em 2022. No entanto, como a escola se localiza na zona leste (Parque Cisneros), próximo a Guarulhos, os professores manifestaram o desejo de que a equipe do Educativo fosse até à instituição. Desta maneira, ao invés de recebê-los no museu, o museu foi até a escola.

No ensejo de uma reunião que ocorre aos sábados com os 44 professores, a direção e coordenação da escola ofereceram um espaço de 1h30 para que o Educativo apresentasse o museu para os professores, bem como demonstrasse os cruzamentos dos conteúdos das disciplinas com o que é exposto no Museu, em sua exposição de longa duração, suas exposições temporárias e virtuais. A ação ocorreu no dia 02.04.2022, na parte da manhã e contou com a presença do assistente de coordenação e de uma das educadoras.

A recepção foi muito carinhosa. Alguns dos professores já tinham visitado o Museu com seus alunos, por isso a ação iniciou com uma escuta das experiências deles. Nesse momento, muitos relataram comentários positivos dos alunos, sobretudo dos estudantes com deficiência que se sentiram acolhidos pela equipe do museu e seguros pela mobilidade e acessibilidade do espaço expositivo.

Na apresentação realizada, foram abordados os múltiplos conteúdos educativos que podem ser discutidos com os estudantes em espaços do Museu. Também foram apresentados alguns dos recursos virtuais que estão disponíveis, tais como: exposições virtuais, visitas educativas no Youtube, jogos e atividades no site Educar. Além de oferecer a publicação de alguns materiais desenvolvidos pelo Núcleo Educativo do Museu do Futebol.

Por fim, foi uma manhã muito produtiva e de troca de conhecimentos com os professores da escola. Ficou evidente a satisfação de todos pelo sucesso nesta que foi a primeira formação realizada no Projeto Fim de Expediente.



*O assistente de coordenação e uma educadora durante apresentação do projeto Fim de Expediente*

## **Ação 73: Projeto Territórios do Futebol**

**Meta 73.1: N° de ações realizadas/ 73.2: N° mínimo de pessoas atendidas**

A convite da equipe de assistência social da Fundação Casa de Itaquaquecetuba, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol, em parceria com o CRFB (Centro de Referência do Futebol Brasileiro), realizou uma ação educativa com os internos da instituição.

Com o objetivo de realizar um tour virtual pelo Museu, foi preparada uma apresentação que abordou os principais conteúdos apresentados no acervo do Museu. A apresentação ocorreu na quadra de esportes e contou com a

presença de 41 pessoas (entre internos e funcionários da Fundação). No decorrer do tour virtual os participantes puderam manusear alguns materiais educativos como réplicas de bolas antigas e réplicas das taças da Copa do Mundo.

O CRFB, fez uma pequena apresentação sobre o funcionamento do Centro de Referência do Museu e realizou a doação de alguns livros para a biblioteca da instituição.

Após as apresentações, os jovens foram convidados para participar de uma atividade de encerramento. Nesta ação, foi apresentada a modalidade paralímpica de Futebol de Cinco, para a qual foram realizados rápidos exercícios de fundamentos com bola de guiso usada na prática esportiva, e finalizamos a nossa participação com uma partida.

Participar dessa ação inédita junto a Fundação Casa foi uma experiência muito produtiva e enriquecedora para a equipe do Museu do futebol. Estiveram presentes na ação o supervisor do núcleo educativo, um educador, o bibliotecário e a técnica em documentação do CRFB.

Como a Fundação Casa possui regras muito rígidas em relação aos registros fotográficos dos internos, não foi possível fazer fotos da ação. Assim sendo, compartilhamos abaixo os registros das reuniões prévias de alinhamento.



*A equipe do Educativo e do CRFB em reunião de alinhamento com a Fundação Casa de Itaquaquetuba.*

**2.5 PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP - PSISEM  
MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2022)**

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
79	Ocupação Itinerante: Exposição Contra-Ataque! As Mulheres no Futebol	79.1	Meta-Produto	Nº de Municípios Atendidos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
80	Encontros da Rede Temática de Memória e Esporte	80.1	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>
	[Virtual]	80.2	Dado Extra	Nº de público virtual – participação	1º Quadrim		31
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		<b>31</b>
81	Cadastro Estadual de Museus	81.1	Meta-Produto	Nº de instituições da Rede de Memória e Esporte atendidas para orientação e	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	1	

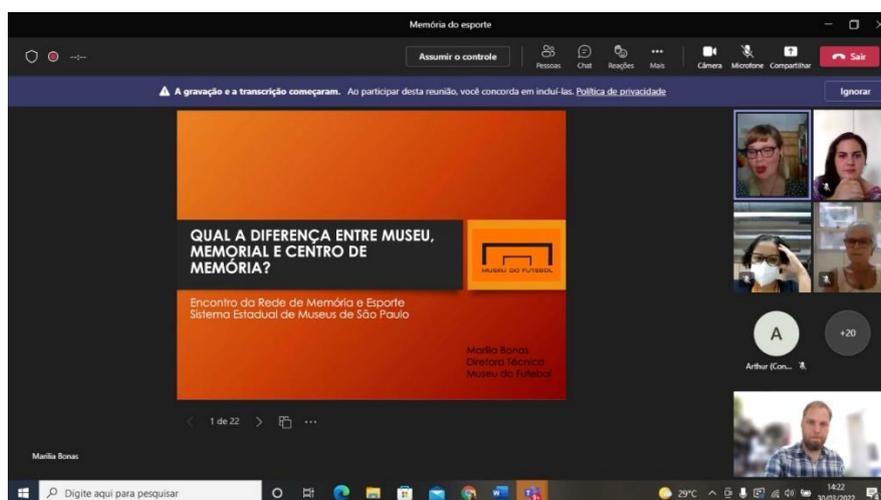
				preenchimento do Cadastro Estadual de Museus	<b>META ANUAL</b>	<b>2</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
82	Curso de capacitação para orientadores de público e supervisores  [Virtual]	82.1	Meta-Produto	Curso realizado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	82.2	Dado Extra	Nº de público virtual – participação	1º Quadrim			
				2º Quadrim			
				3º Quadrim			
<b>ANUAL</b>							
83	Webinário sobre Educação em Museus	83.1	Meta-Produto	Webinário realizado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
84	Mentoria em ações de comunicações digital	84.1	Meta-Produto	Mentoria realizada	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	

					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

## **DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS DO PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP**

### **Ação 80: Encontros da Rede Temática de Memória e Esporte [Virtual]**

No dia 30 de março foi realizado o primeiro encontro da Rede Temática de Memória e Esporte como forma de retomada das discussões e dos trabalhos colaborativos entre os membros com o apoio do SISEM-SP. O objetivo do encontro foi discutir e apresentar as diferenças entre museus, memoriais e centros de memória. O encontro contou com a participação de 31 pessoas de diferentes instituições culturais do estado de São Paulo e outros.



*Print de tela do encontro*

### **Descrição do evento:**

Abrindo os trabalhos em 2022, no dia 30 de março será realizado o primeiro encontro da Rede de Memória e Esporte do ano, que irá debater as diferenças entre as instituições de memória, como museus, memoriais e centros de memória. O evento é organizado pelo Museu do Futebol, instituição do Governo do Estado de São Paulo; Museu do Esporte de São José dos Campos e Centro Pró-Memória do Esporte Clube Pinheiros.

O encontro contará com uma breve apresentação de Marília Bonas, diretora técnica do Museu do Futebol. Logo em seguida será aberto o debate entre os participantes para troca de experiências sobre o tema, promovendo reflexões sobre aproximações e distanciamentos na atuação das diferentes instituições de memória do esporte.

O encontro, realizado em parceria com o SISEM, Sistema Estadual de Museus do Estado de São Paulo (SISEM-SP) coordenado pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa, será virtual às 14h (de Brasília). Não é necessária inscrição prévia. Vale lembrar que o evento foi destinado a pessoas que atuam em instituições ou iniciativas relacionadas à memória do esporte em São Paulo.

<b>2.5 PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM-SP – PSISEM MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES CONDICIONADAS (2022)</b>							
No.	Ações Condicionadas	No .	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
85	Virtualização de exposições em 360° dos museus da rede SISEM-SP	85 .1	Meta-Produto	Aquisição de equipamentos	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
			<b>ICM</b>	<b>100%</b>			
		85 .2	Meta-Produto	Exposição virtualizada	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>						

Não foram realizadas ações condicionadas no período.

**2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL – PCDI MUSEU DO FUTEBOL - AÇÕES PACTUADAS (2022)**

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
86	Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	86.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site	1º Quadrim	65.000	152.009
					2º Quadrim	75.000	
					3º Quadrim	140.000	
					<b>META ANUAL</b>	<b>280.000</b>	<b>152.009</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>54,3%</b>
		86.2	Meta-Resultado	Nº mínimo de novos seguidores nas mídias sociais	1º Quadrim	7.000	9.884
					2º Quadrim	7.500	
					3º Quadrim	10.500	
					<b>META ANUAL</b>	<b>25.000</b>	<b>9.884</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>39,5%</b>
		86.3	Meta-Produto	Nº mínimo de posts publicados	1º Quadrim	620	839
					2º Quadrim	660	
					3º Quadrim	720	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2.000</b>	<b>839</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>42,0%</b>
87	Ações com influenciadores	87.1	Meta-Produto	Ações realizadas	1º Quadrim	2	3
					2º Quadrim	2	

					3º Quadrimestre	4	
					<b>META ANUAL</b>	<b>8</b>	<b>3</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>37,5%</b>
88	Inserções na mídia	88.1	Meta-Resultado	Nº mínimo de inserções na mídia	1º Quadrimestre	700	1.224
					2º Quadrimestre	700	
					3º Quadrimestre	1.100	
					<b>META ANUAL</b>	<b>2.500</b>	<b>1.224</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>49,0%</b>
89	Elaboração da Política de Comunicação	89.1	Meta-Produto	Versão preliminar da Política elaborada	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
90	Podcast Futebóis	90.1	Meta-Produto	Nº de episódios publicados	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	3	
					3º Quadrimestre	2	
					<b>META ANUAL</b>	<b>5</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
91	Revisão da Acessibilidade do Site do MF	91.1	Meta-Produto	Acessibilidade revisada	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	

					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
92	Atividades do Laboratório da Imprensa Esportiva	92.1	Meta-Produto	Atividades realizadas	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	
					3º Quadrimestre	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
93	Concurso de Crônicas Esportivas	93.1	Meta-Produto	Concurso realizado	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	1	
					3º Quadrimestre	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
94	Desenvolvimento Institucional a partir de parcerias com organizações	94.1	Meta-Produto	Nº de novas parcerias e/ou renovações estabelecidas com organizações nacionais	1º Quadrimestre	3	6
					2º Quadrimestre	3	
					3º Quadrimestre	3	
					<b>META ANUAL</b>	<b>9</b>	<b>6</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>66,6%</b>
		94.2	Meta-Produto	Nº de novas parcerias e/ou renovações estabelecidas	1º Quadrimestre	-	-
					2º Quadrimestre	-	

				com organizações internacionais	3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
95	Campanha Chuteira para Todos	95.1	Meta-Produto	Campanha realizada	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
96	Plano de comunicação da Nova Exposição de Longa Duração	96.1	Meta-Produto	Plano preliminar elaborado	1º Quadrim	1	1
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS**  
**PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO**  
**INSTITUCIONAL**

**Ação 86: Canais de comunicação com os diversos segmentos de público**

**Meta 86.1: Nº mínimo de visitantes virtuais únicos no site**

Entre janeiro e abril de 2022, os sites do Museu do Futebol registraram 152.009 visitantes únicos, sendo 147.455 no endereço principal ([www.museudofutebol.org.br](http://www.museudofutebol.org.br)) e 4.554 no [educar.museudofutebol.org.br](http://educar.museudofutebol.org.br). Este último site foi descontinuado a partir de março de 2022 com a conclusão do projeto de incorporação de um módulo para conteúdos educativos no site

principal do Museu do Futebol, que passou a incorporar em um único endereço o material criado para o ambiente digital pelo Núcleo Educativo da instituição. Importante sempre registrar que os dados correspondem à soma do número de visitantes únicos apurados mês a mês por meio da ferramenta Google Analytics<sup>1</sup>.

### Número de visitantes únicos – 1º QUADRIMESTRE DE 2022

USUÁRIOS ÚNICOS NO MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL
Site principal	38.806	30.196	37.219	41.234	147.455
Educar	2.347	2.207	-	-	4.554
<b>TOTAL</b>	<b>41.153</b>	<b>32.403</b>	<b>37.219</b>	<b>41.234</b>	<b>152.009</b>

### Número de visitantes únicos – ACUMULADO DE 2022

USUÁRIOS ÚNICOS NO MÊS	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADRI	TOTAL DO PERÍODO
Site principal	147.455			147.455
Educar	4.554			4.554
<b>TOTAL</b>	<b>152.009</b>			<b>152.009</b>

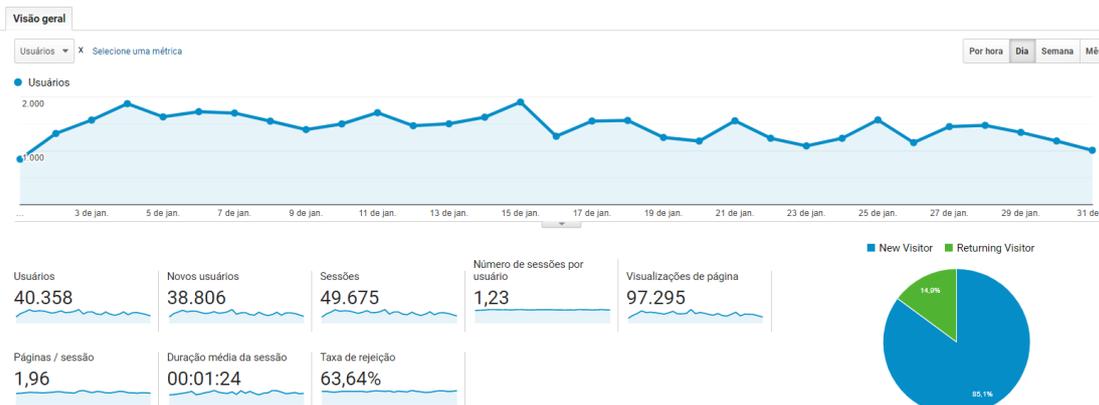
Vale lembrar que o site Educar foi criado emergencialmente no início da pandemia, em 2020, para sanar emergencialmente uma falha no antigo site do Museu do Futebol, que não permitia a fácil disponibilização de conteúdos em múltiplos formatos.

Com a reformulação do site, ainda em 2020, em plataforma WordPress – muito mais maleável e dinâmica - a equipe do IDBrasil passou a trabalhar para incorporar novos módulos e ampliar a disponibilização de conteúdos de qualidade em um espaço digital que cada vez mais passa a se configurar como um portal, sendo uma das frentes a materializar a proposta do museu híbrido defendida pelo IDBrasil para este ciclo de gestão que vai até 2026. A comprovação do número de acessos mensais segue abaixo:

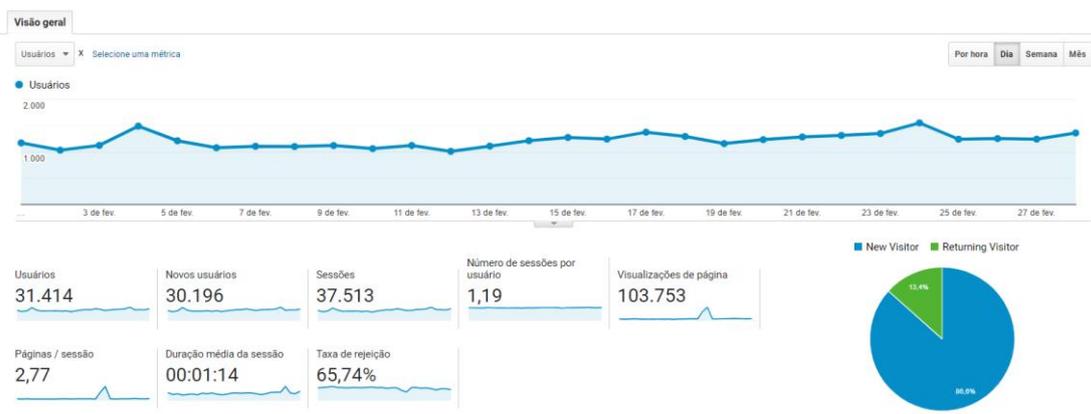
<sup>1</sup> A apuração de todo o período em conjunto, e não a soma mês a mês, traria um número inferior do indicado neste relatório, pois um visitante que tenha voltado ao site em meses diferentes ao longo do período contaria apenas uma vez, e não a cada visita.

SITE: [www.museudofutebo.org.br](http://www.museudofutebo.org.br)

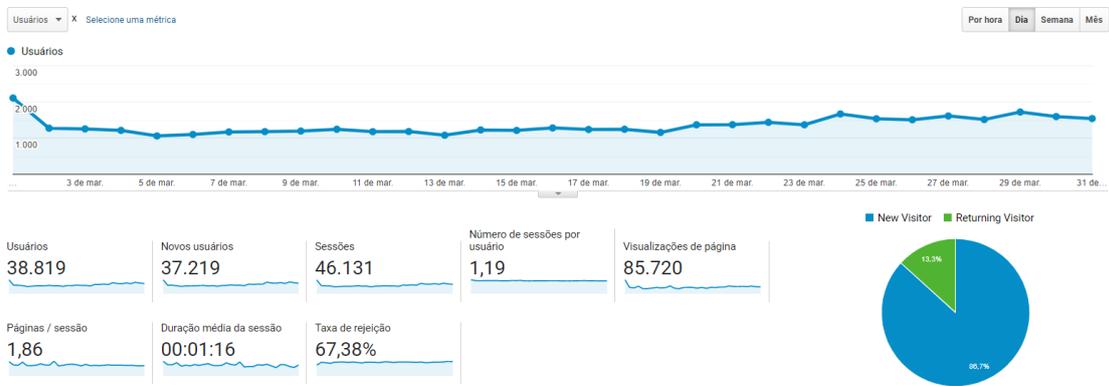
## Janeiro



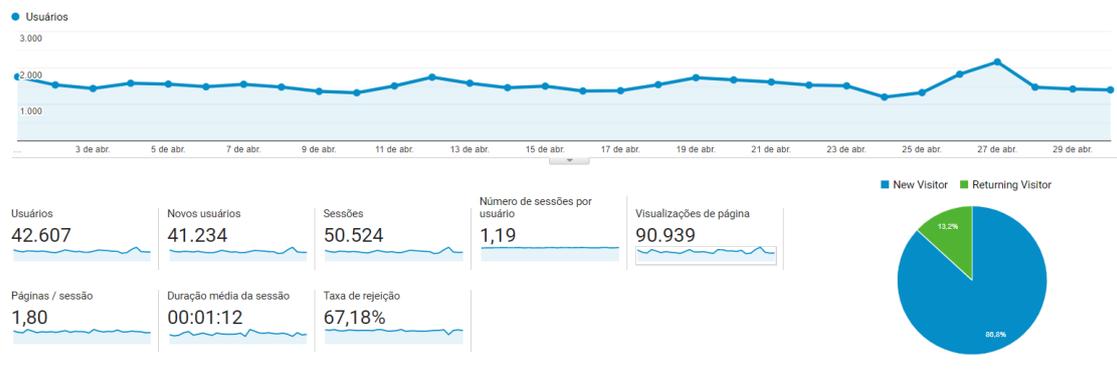
## Fevereiro



## Março



## Abril



**SITE: [educar.museudofutebol.org.br](http://educar.museudofutebol.org.br)**

## Janeiro



# Fevereiro



saopaulo.sp.gov.br

Museu do Futebol

Explore Visão Conecte Apoio Mais

## Educativo

**Programa educativo**

Conheça o programa do Museu do Futebol que está ajudando a superar o impacto da vacinação.

**Visitas educativas**

Visitas, workshops no Museu do Futebol. Confira as atividades disponíveis.

**Interações educativas on-line**

Atividades on-line para ter uma experiência do Museu do Futebol de qualquer lugar do país, visto como agente.

**Conteúdos educativos**

O Núcleo Educativo do Museu do Futebol produz jogos, brochurinhas e publicações voltadas a público-geral e de crianças, empresas e professores. Navegue e descubra! O conteúdo é atualizado constantemente.

**Futebol de papelão**

**Oficinas**

Participar da oficina Oficina Lata ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Museu do Futebol para Todos**

**Publicações Educativas**

A equipe do Núcleo Educativo desenvolveu um roteiro para pessoas do Futebol para quem vem ao Museu do Futebol para assistir a visita da exposição.

**Stopmotion**

**Oficinas**

Participar da Oficina Stopmotion desenvolve o Museu do Futebol trazem mais um jeito simples de se divertir fazendo stopmotion, uma técnica que usa várias fotos [...]

**Futebol de Tecido**

**Oficinas**

Participar da Oficina Futebol de Tecido, as educadoras do Museu do Futebol ensinam mais uma forma de se divertir jogando Futebol de Tecido, usando materiais que [...]

**Pedras Que Contam**

**Oficina de Lata**

Participar da Oficina "Pedras Que Contam" ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Flipbook**

**Oficinas**

Participar da Oficina Flipbook ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Oficina de Tambor de Lata**

**Oficinas**

Participar da Oficina de Tambor de Lata ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Pintura com Celo Colorido**

**Oficinas**

Participar da Oficina Pintura com Celo Colorido ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Museu Amigo do Idoso**

**Publicações Educativas**

Participar do Museu Amigo do Idoso ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Cartilha para Professores**

**Publicações Educativas**

Participar da Cartilha para Professores ajuda a criar jogos de papelão, seja de futebol, de mímica ou de qualquer outro - que você não usa e não!

**Cadastre-se para receber nossa newsletter**

Email:  **CADASTRE-SE**

Detalhe da "landing page" do módulo Educativo, demonstrando a inclusão de dez novos conteúdos criados pelo Núcleo Educativo

MUSEU DO FUTEBOL

Explore Visite Conecte Apoie Mais Q PT

**Educativo**

## Futebol de tecido

**Oficina**

Neste vídeo, os educadores do Museu do Futebol ensinam mais uma forma de se divertir: jogando futebol de tecido, usando materiais que você tem em casa para fazer uma bola e um campinho.



Programa educativo

Conteúdos

Visitas

Interações on-line

*Detalhe de uma das páginas internas de conteúdo.*

### **Meta 86.2: Nº mínimo de novos seguidores nas redes sociais**

Os perfis do Museu do Futebol em redes sociais concluíram o primeiro quadrimestre de 2022 com 9.884 novos seguidores, número que ampliou em 5,6% a audiência base da instituição nestas propriedades digitais. Ao fim do quadrimestre, o Museu do Futebol tinha 186.680 internautas acompanhando regularmente suas atividades nestas plataformas.

O Facebook continua sendo a rede com maior número total de seguidores – quase 97 mil – mas plataformas mais recentes têm se destacado com um crescimento proporcional mais acentuado. É o caso do Instagram, que ganhou o maior número de seguidores absolutos (2.773) e cresceu 7,6%; o TikTok, que ganhou 2.500 novos seguidores e alcançou crescimento de 117%, mais que dobrando a base; e o Twitter, que ganhou 1.198 novos seguidores, o que corresponde a aumento de 3,7%.

Outro destaque foram os bons resultados no LinkedIn, uma das de adesão mais recente do Museu do Futebol, que ganhou 945 seguidores, praticamente dobrando a base em comparação com dezembro. A equipe de Comunicação

do IDBrasil vem compartilhando informações institucionais e oportunidades de formação, trabalho e editais, a exemplo foram os anúncios de aberturas dos editais de seleção do Comitê Jovem, do Núcleo Educativo, e de jovens pesquisadores este promovido pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro.

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

Rede social/ Novos seguidores	JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Facebook	-100	-127	601	1.118	<b>1.492</b>
Instagram	1.066	617	407	683	<b>2.773</b>
Twitter	564	394	688	352	<b>1.998</b>
YouTube	25	41	45	43	<b>154</b>
Spotify	6	6	6	4	<b>22</b>
Linkedin	401	198	235	111	<b>945</b>
TikTok	658	56	5	1.781	<b>2.500</b>
<b>Total</b>	<b>2.620</b>	<b>1.185</b>	<b>1.987</b>	<b>4.092</b>	<b>9.884</b>

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

Rede social/ Novos seguidores	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADRI	ACUMULADO DO PERÍODO	NÚMERO TOTAL DE SEGUIDORES AO FIM DO PERÍODO
Facebook	1.492			1.492	96.798
Instagram	2.773			2.773	39.019
Twitter	1.998			1.998	34.091
YouTube	154			154	9.110
Spotify	22			22	1.078
Linkedin	945			945	1.954
TikTok	2.500			2.500	4.630
<b>Total</b>	<b>9.884</b>			<b>9.884</b>	<b>186.680</b>

### Meta 86.3: 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 839 conteúdos originais, resultando numa média de quase 7 por dia, incluindo sábados, domingos, feriados e segundas-feiras, quando o Museu está fechado ao público, mas continua ativo na internet.

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

Rede social/ Nº de posts publicados	JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Facebook	54	25	45	50	174
Instagram	56	40	46	42	184
Twitter	122	78	138	96	434
Linkedin	12	5	10	9	36
Spotify	5	0	0	0	5
TikTok	2	1	1	2	6
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>149</b>	<b>240</b>	<b>199</b>	<b>839</b>

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

Rede social/ Nº de posts publicados	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADR I	TOTAL DO PERÍODO
Facebook	174			174
Twitter	184			184
Instagram	434			434
Linkedin	36			36
Spotify	5			5
TikTok	6			6
<b>Total</b>	<b>839</b>			<b>839</b>

As postagens no Spotify correspondem ao compartilhamento dos conteúdos feitos em parceria com a Rádio CBN, que permaneceram suspensos nesse período em razão dos trâmites de renovação do contrato de parceria.

Não apenas a constância, mas principalmente a qualidade e a estratégia de distribuição dos conteúdos é o que garante o crescimento da base de seguidores, descrito no item anterior desse relatório, assim como o engajamento e a manutenção do diálogo direto com os públicos.

Um destaque temático ao longo do período foram os eventos que aconteceram na área externa do Museu do Futebol, como o “Férias no Museu”, as duas edições da “Feira Ilé-Ifê” e a “Feira Sabor Nacional” que deram a oportunidade de o Museu do Futebol interagir com perfis de públicos diversificados com relação aos que já costumam frequentar o museu, por meio de conteúdos sobre empreendedorismo afro, gastronomia e lazer e passeio para crianças.

Em fevereiro, o evento de destaque foi a exposição da Taça do Campeão da Copa do Mundo da FIFA Catar 2022™ no Museu do Futebol, que reuniu um grande público visitante não apenas para ver o troféu de perto, mas também para visitar gratuitamente a exposição de longa duração. A presença da taça no Museu, de maneira inédita, permitiu a publicação de conteúdos produzidos em tempo real e em grande volume, além de ensejar o compartilhamento de conteúdos produzidos pelos próprios visitantes.

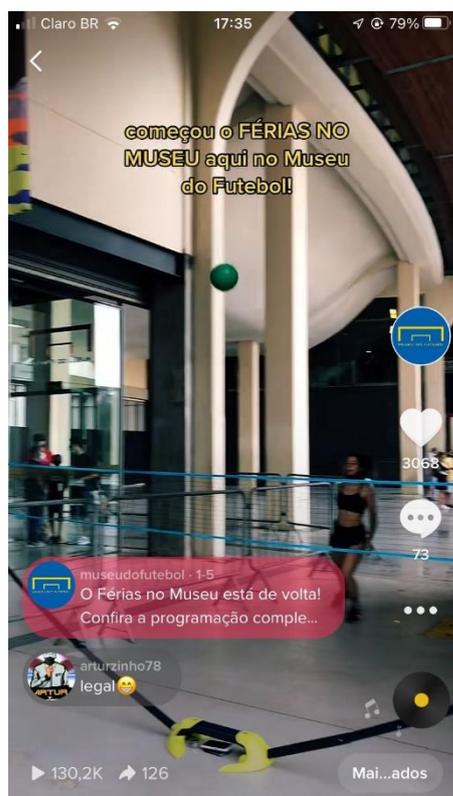
Entre fim de janeiro e começo de fevereiro, a equipe do IDBrasil executou uma estratégia específica para divulgar a campanha de doação de pessoas físicas para o Museu do Futebol. A campanha se centrou na criação de conteúdos em formatos diversificados para divulgação do kit de recompensas, que consistia em um cartaz da manchete “Impedido pela polícia o futebol feminino”, de 1940; uma ecobag estampada com uma ilustração da fachada do estádio do Pacaembu e uma carteirinha digital para visitar o Museu do Futebol gratuitamente até dezembro. Foram acionadas, também influenciadoras digitais especializadas em futebol feminino.

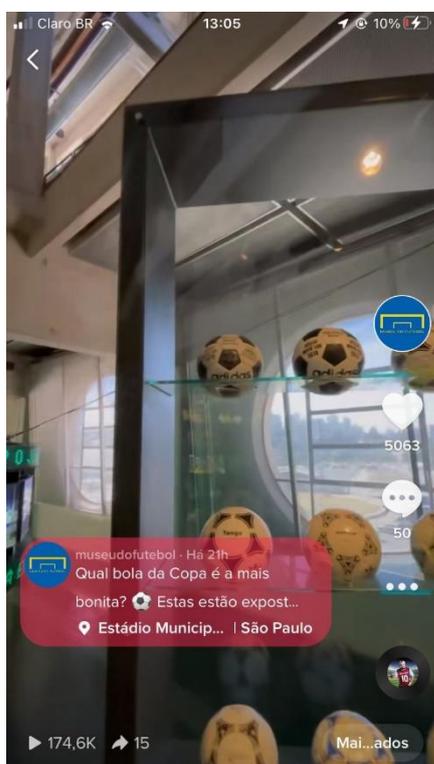
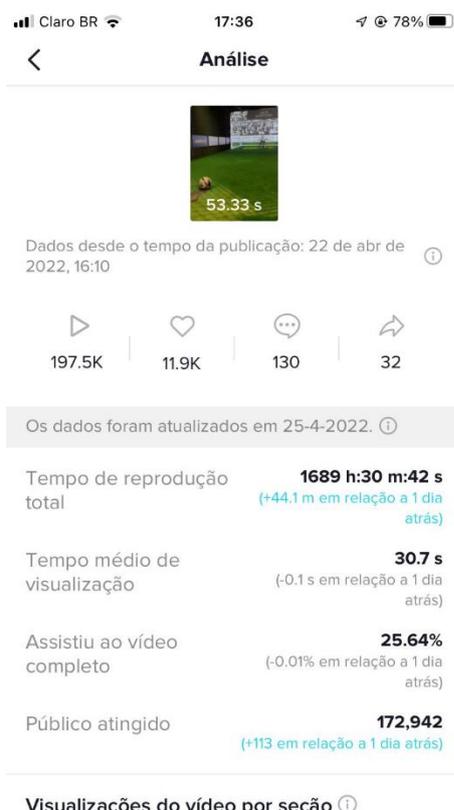
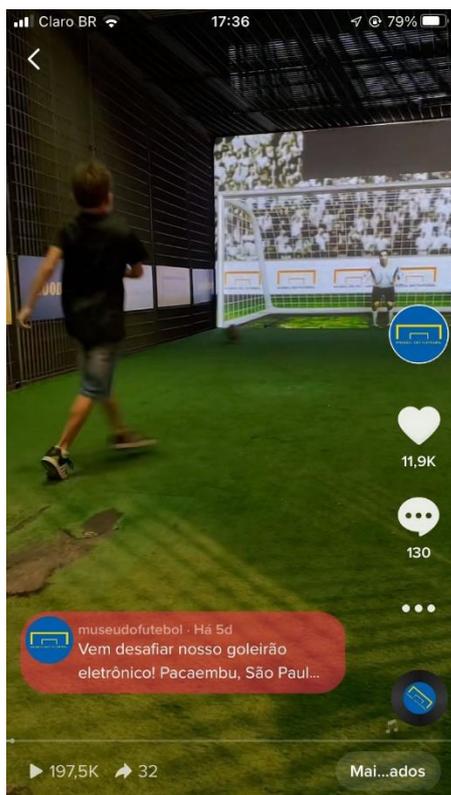
Em abril, a publicação da exposição virtual “Tempo de Reação – 100 anos do goleiro Barbosa” Google Arts & Culture, ampliando a experiência da exposição temporária encerrada em janeiro, foi um dos destaques temáticos. No mesmo mês, teve início a divulgação conjunta do combo de ingressos com desconto para visitação ao Museu do Futebol e ao Museu da Língua Portuguesa. Tal campanha coincidiu com o destaque da imprensa internacional que descreveu os museus como os “dois museus que rasgam o horizonte”.

Um dos elementos importantes da estratégia de gestão das redes sociais é a definição dos formatos de conteúdo de maior eficácia para cada rede. No

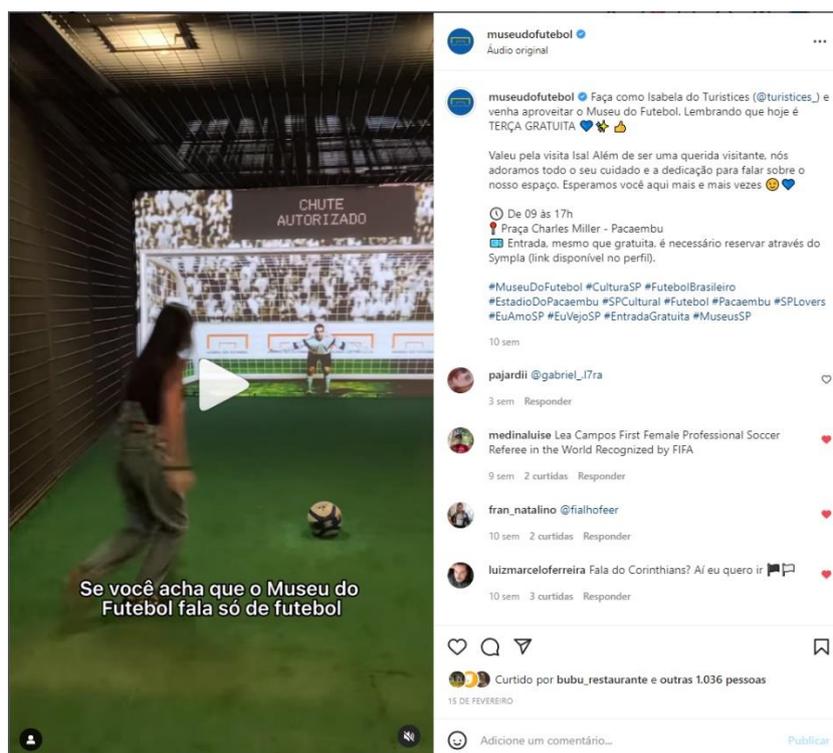
TikTok, caracterizado pelos vídeos curtíssimos e sonorizados com trilhas sonoras, o conteúdo publicado teve objetivo de oferecer imersões nas atividades e salas da exposição. Um dos vídeos, que mostrava vários visitantes utilizando a instalação chute a gol, teve mais de 197 mil visualizações e 12 mil curtidas.

Abaixo, este e outros destaques do TikTok:





Com os bons resultados alcançados em vídeos rápidos, a equipe de Comunicação do IDBrasil decidiu compartilhar as produções dos visitantes no Instagram em formato de Reels. O vídeo da Isabela do Turistices ([@turistices](#)) mostrou como é o percurso da exposição permanente do Museu do Futebol e teve 10.233 contas alcançadas.



Já o vídeo do Victor ([@oenejota](#)), mostrou o passo a passo de como visitar o Museu do Futebol às terças quando a entrada é gratuita ao público geral. O vídeo alcançou 8.361 contas até o momento.



Abaixo, alguns destaques também do LinkedIn, onde o foco foi a a abertura de processos seletivos para trabalhar no Museu do Futebol, de uma forma menos formal para alcançar diversos públicos.

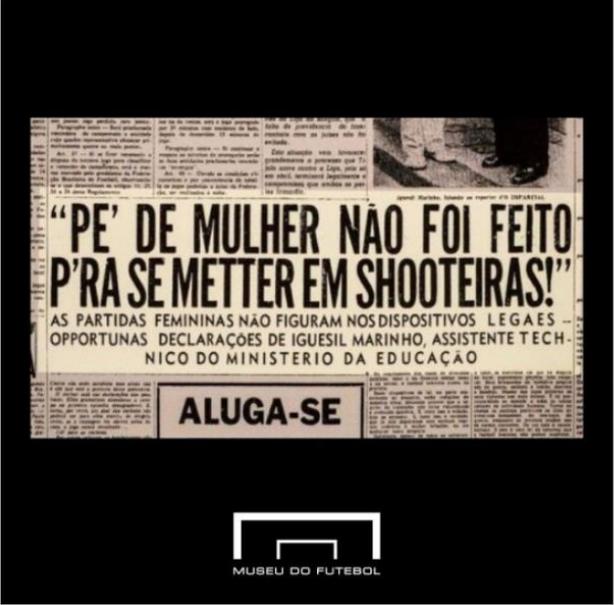


Seguem os posts de maior destaque ao longo do quadrimestre nas demais redes sociais:

## Facebook



## Instagram



**museudofutebol** •

**museudofutebol** • Dá pra acreditar? Essa manchete foi publicada em 15 de janeiro de 1941 pelo jornal carioca O Imparcial. Poucos meses depois, as mulheres brasileiras seriam proibidas de jogar por um decreto-lei de Getúlio Vargas. A medida durou até 1979!

Acervo Fundação Biblioteca Nacional | O Imparcial, Rio de Janeiro, p. 14, 15 jan. 1941.

👉 Marque nos comentários uma mulher que tem o orgulho de meter os pés nas chuteiras 👉

Ver análises

👍🗨️🚩🔖

👤 Curtido por [\\_natalasilva\\_e](#) e outras 744 pessoas

15 DE JANEIRO

😊 Adicione um comentário... [Publicar](#)



**museudofutebol** •

**museudofutebol** • "Eu nunca gostei de ser mulher de fulano. Eu sou eu. Não era preciso ser mulher do Garrincha pra ser a Elza Soares. O Garrincha era marido da Elza Soares".

Hoje nos despedimos da enorme Elza Soares pelo que ela era: uma das maiores artistas brasileiras de todos os tempos.

Obrigado por tudo ❤️

Foto: Reprodução/Instagram @elzasoaresoficial

Ver análises

👍🗨️🚩🔖

👤 Curtido por [olgabagatini](#) e outras 958 pessoas

20 DE JANEIRO

😊 Adicione um comentário... [Publicar](#)





## Twitter


**Museu do Futebol** @museudofutebol  
 A Copa de 50 marcou o nosso futebol. A desclassificação do BR por 2x1, no Maracanã, serviu como desculpa para o racismo contra os jogadores negros que faziam parte da Seleção daquele ano, numa forma de culpá-los pela derrota - em especial, o goleiro Moacyr Barbosa.

Segue o  [pic.twitter.com/y4UphnZm9L](https://pic.twitter.com/y4UphnZm9L)

Impressões	11.713
Total de engajamentos:	340
Favoritos	146
Expansões de detalhes	126
Engajamentos com mídia	29
Retweets	21
Cliques em perfis	14
Cliques no link	3
Respostas	1



**Museu do Futebol** @museudofutebol  
 "Eu nunca gostei de ser mulher de fulano. Eu sou eu. Não era preciso ser mulher do Garrincha pra ser a Elza Soares. O Garrincha era marido da Elza Soares".

Hoje, nos despedimos da enorme Elza Soares pelo que ela era: uma das maiores artistas brasileiras de todos os tempos ❤️  
[pic.twitter.com/jnHaeDDxms](https://pic.twitter.com/jnHaeDDxms)

Impressões 142.410

Total de engajamentos: 4.455

Favoritos	2.573
Expansões de detalhes	859
Engajamentos com mídia	447
Retweets	390
Cliques em perfis	170
Respostas	9
Cliques no link	5
Segue	2



**Museu do Futebol** @museudofutebol  
 Chegou a hora de levantarmos esforços para os estudos sobre o futebol feminino do país! 🏈👩

O edital "Mulheres no Futebol" quer retratar e documentar a trajetória de mulheres que atuam ou atuaram na construção da modalidade no país.

Ficou com curiosidade? Segue o fio! 📌👤  
[pic.twitter.com/whZehgyyzr](https://pic.twitter.com/whZehgyyzr)

Impressões 24.056

Total de engajamentos: 845

Expansões de detalhes	402
Favoritos	193
Retweets	89
Engajamentos com mídia	57
Cliques no link	53
Cliques em perfis	42
Respostas	9



**Museu do Futebol** @museudofutebol  
 OLHA ELA!!! 🏆👩🏈🌟

A Taça do Campeão da Copa do Mundo da FIFA Catar 2022™ já está exposta aos visitantes aqui no museu. Hoje também, graças à Visa, tá rolando ENTRADA GRATUITA para a visita do nosso espaço.

VENHAM até às 16 HORAS!

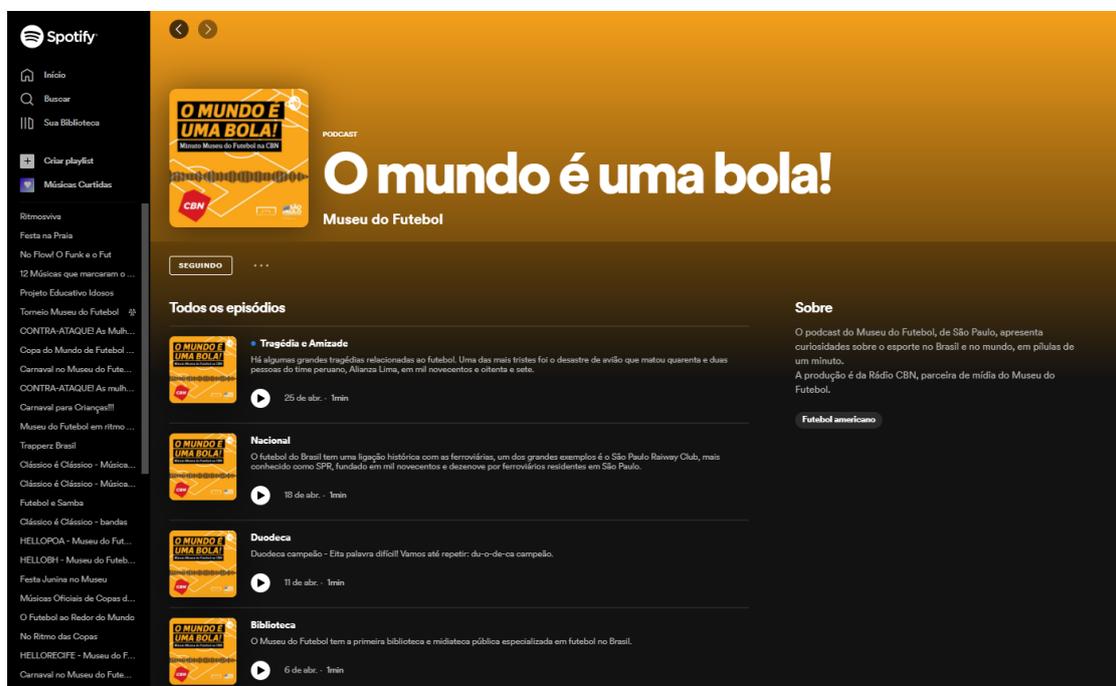
📍 Praça Charles Miller, no Pacaembu  
[pic.twitter.com/s4AT2Ugg6k](https://pic.twitter.com/s4AT2Ugg6k)

Impressões 3.509

Total de engajamentos: 223

Engajamentos com mídia	118
Expansões de detalhes	50
Favoritos	33
Cliques em perfis	11
Retweets	7
Respostas	3
Cliques no link	1

## Spotify (O Mundo é uma Bola)

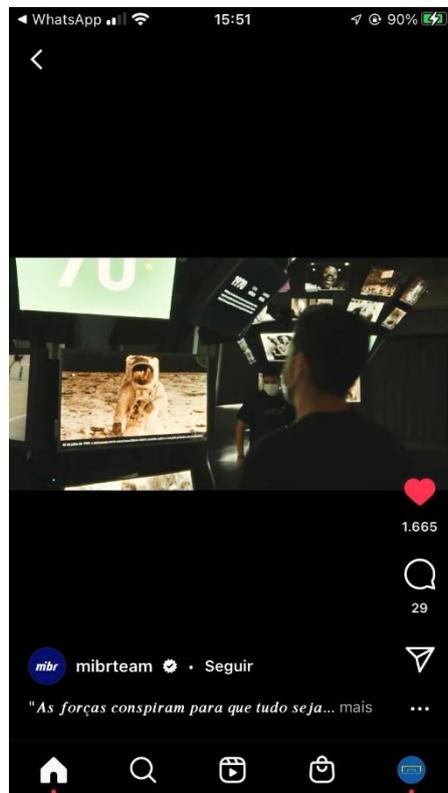
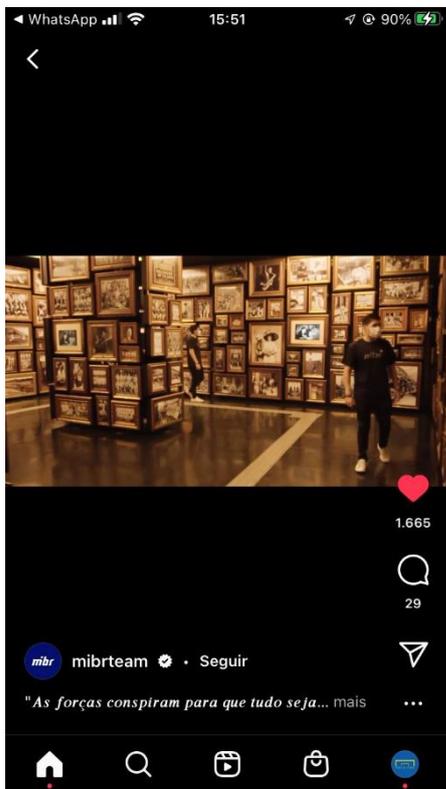


## Ação 87: Ações com influenciadores

### Meta 87.1: Ações realizadas

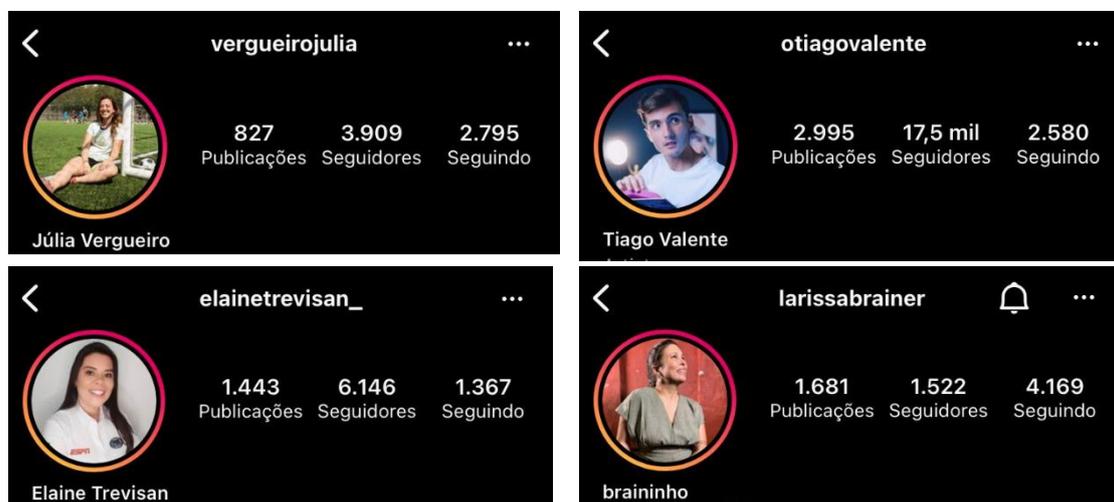
Foram realizadas três ações com influenciadores no quadrimestre, entre janeiro e abril. Este recurso vem sendo perseguido de maneira estruturada pelo IDBrasil a fim de que a comunicação do Museu atinja públicos diversificados.

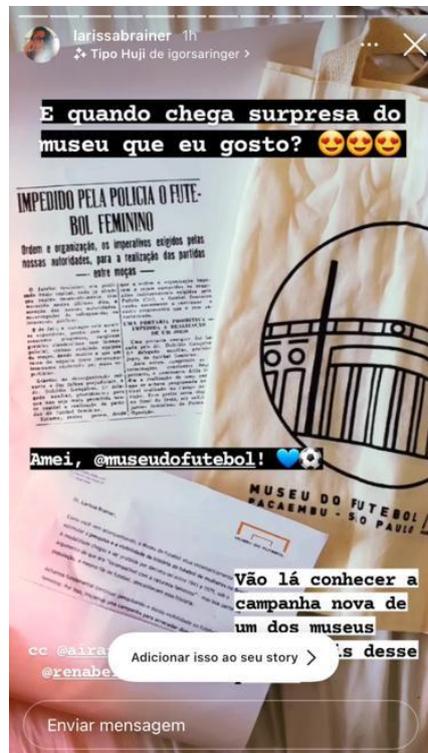
A primeira ação, realizada em fevereiro, foi a visita do MIBR - Made in Brazil (472 mil seguidores no Instagram), o primeiro time Brasileiro de *e-games* campeão mundial de Counter Strike, em parceria com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa. A visita gerou conteúdos exclusivos para as redes sociais do MIBR com foco nos stories. A visita também serviu de cenário para a produção de um filme de divulgação do time.



A segunda ação teve como objetivo a divulgação da campanha de doações de pessoa física para apoiar ações de pesquisa sobre o futebol feminino, com foco em influenciadores da área do futebol e da cultura. Para mobilizar as doações, a estratégia escolhida pela equipe de comunicação foi enviar os kits de recompensa para os influenciadores, com uma carta solicitando apoio na divulgação.

Júlia Vergueiro (3,9 mil seguidores no Instagram), Tiago Valente (17,5 mil seguidores no Instagram), Elaine (6,1 mil seguidores no Instagram) e Larissa Brainer (1,5k no Instagram) foram alguns dos parceiros na ação que juntos totalizam mais de 27,5 mil seguidores.





Em março, ocorreu a ação de maior destaque do período: em alusão ao Dia Internacional da Mulher, em 8 de março, o Museu do Futebol no Twitter a campanha #CartãoVermelho, com o objetivo de dar visibilidade à discriminação sofrida por mulheres no ambiente esportivo. Para levantar o debate, a estratégia da equipe de comunicação foi convidar antecipadamente a participação de jornalistas, atletas, torcedoras e influenciadoras a compartilharem relatos das situações preconceituosas que vivenciaram no mundo da bola, repetindo a estratégia utilizada no ano passado, quando a equipe do IDBrasil realizou a ação #MeuRival.

Pontualmente às 9h do dia 8/3 começaram as postagens, que rapidamente chamaram a atenção de outras internautas e foram se multiplicando, colocando a hashtag entre os assuntos mais comentados na categoria “Esportes” do Twitter. A ação faz parte do processo de maior inserção do futebol feminino nas ações do Museu do Futebol e integra os esforços para implementação da proposta de museu-cidadão, defendida pelo IDBrasil.

Entre as pessoas que participaram da campanha estão Beatriz Zoccoler (44 mil seguidores no Twitter), Clara Albuquerque (68,6 mil seguidores no Twitter), Anita Efraim (23,2 mil seguidores no Twitter), Ana Thaís (138,6 mil seguidores no Twitter), Alinne Fanelli (58,8 mil seguidores no Twitter), Isabelly Moraes (26,1 mil seguidores no Twitter). Ao todo, mais de 1.600 tweets foram publicados com a hashtag.

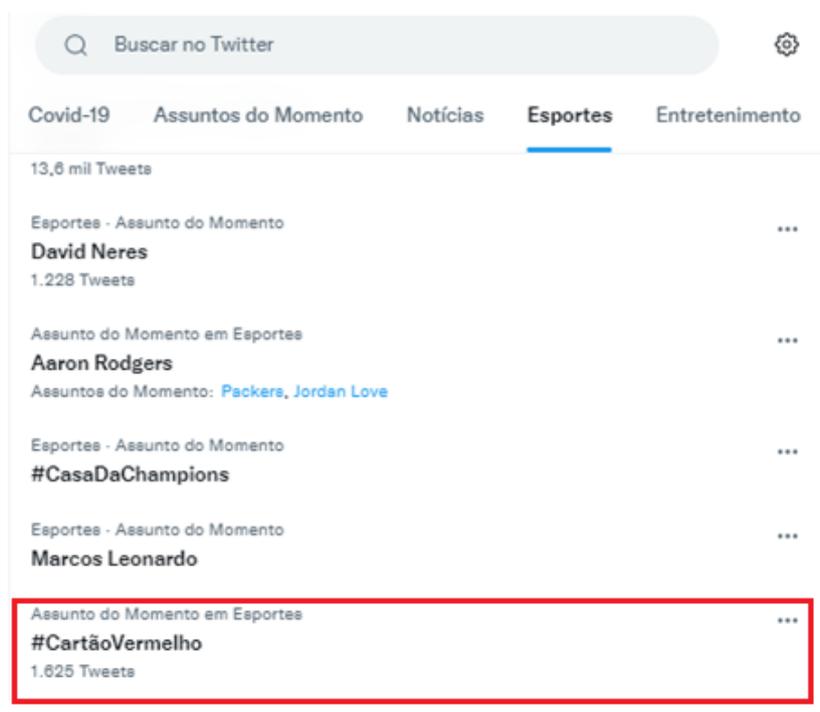




Assuntos mais comentados do dia no Twitter:



Números do uso da hashtag pelos internautas:



## Ação 88: Inserções na mídia

### Meta 88.1: Número mínimo de inserções na mídia

O trabalho de relacionamento com a imprensa realizado pelo IDBrasil resultou na publicação de 1.224 matérias mencionando o Museu do Futebol de janeiro a abril de 2022, conforme o detalhamento abaixo.

#### Matérias publicadas – 1º QUADRIMESTRE

Tipo de mídia	JAN	FEV	MAR	ABR	TOTAL DO QUADRIMESTRE
Impresso	21	23	15	13	72
Web	398	270	147	259	1.074
TV	11	12	13	3	39
Rádio	5	13	9	8	35
Outros	0	0	0	0	4
<b>Total</b>	<b>439</b>	<b>318</b>	<b>184</b>	<b>283</b>	<b>1.224</b>

#### Matérias publicadas – ACUMULADO DO ANO

Tipo de mídia	1º QUADRI	2º QUADRI	3º QUADRI	TOTAL DO ANO
Impresso	72			72
Web	1.074			1.074
TV	39			39
Rádio	35			35
Outros	4			4
<b>Total</b>	<b>1.224</b>			<b>1.224</b>

Em janeiro, o projeto Férias no Museu foi um dos destaques da programação do Museu do Futebol, ganhando bastante espaço na mídia, incluindo veículos de grande audiência como o **É De Casa, da TV Globo**, no **SBT Notícias** e o jornal **O Estado de S. Paulo**.

A entrada gratuita no aniversário de São Paulo também repercutiu nos veículos de comunicação, com destaques para o último mês da exposição

temporário “Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa” e, novamente, o Férias no Museu. O tema esteve presente em reportagens da **Rádio e TV Bandeirantes, Jovem Pan, Alpha FM e Veja São Paulo**.

Além disso, o Museu ganhou um breve destaque na mídia internacional com uma matéria sobre Lea Campos na **BBC**, em que a exposição virtual da instituição sobre a árbitra é citada.

Em fevereiro, o lançamento do livro do treinador Marcos Falopa no Museu do Futebol foi divulgado na imprensa, com destaque para a **Rádio Bandeirantes** e o programa **Baita Amigos**, comandado pelo ex-jogador Neto, na **TV Bandsports**. No mesmo mês, o museu foi cenário para a gravação de um documentário sobre futebol feminino pela produtora dos Estados Unidos **Religion Of Sports** (ainda a ser lançado).

Na semana em que se comemorou o centenário da Semana de Arte Moderna de 1922, a produção da exposição temporária “22 em Campo”, prevista para junho, ganhou espaço em alguns veículos como o jornal **Folha de São Paulo** e a **TV Bandeirantes**, com entrevistas com o curador Guilherme Wisnik.

Ainda em fevereiro, o Museu do Futebol recebeu a Taça da Copa do Mundo FIFA, em uma ação patrocinada pela Visa, que repercutiu bastante na mídia. O **Grupo Globo** fez entradas ao vivo no dia do evento em diversos programas da **TV Globo**, do **SporTV** e na **Globo News**, além da **TV Gazeta**. O evento ainda foi noticiado pelo jornal **Estado de S. Paulo**, em sites de marketing esportivo, assim como **Terra** e **Placar**. Por fim, a abertura do museu no carnaval e um evento privado que recebeu o jovem jogador Endrick, do Palmeiras, também foram destaque na imprensa.

Já em março, o Museu do Futebol esteve bastante presente em programas do **Grupo Globo**. A instituição serviu de cenário para entradas ao vivo no **Globo Esporte** do Paraná e no **Seleção SporTV** no dia da final da Recopa entre Atlético-PR e Palmeiras. A emissora também levou a banda inglesa The Wombats para visitar o museu antes de seu show no Lollapalooza, em matéria veiculada no **Jornal Hoje**, **Globo Esporte** e na **Globo News**. A **CNN** também gravou um programa no museu para falar sobre o assunto clube-empresa, enquanto a camisa no jogo mil do Pelé foi destaque na revista **Placar**.

Além disso, a ação do dia 8 de março, no Dia Internacional da Mulher, reuniu diversas influenciadoras, jogadoras e jornalistas na campanha no Twitter, e a Feira Gastronômica Sabor Nacional ganhou espaço na mídia, com destaque para a **Rádio Bandeirantes**. O museu ainda foi citado em centenas de matérias como dica de passeio cultural no Brasil inteiro. Ainda em março, a exibição da camisa apresentada a Pelé pela revista **Placar** em seu milésimo

jogo profissional ganhou destaque na revista impressa especializada em futebol.

Por fim, em abril, a publicação da exposição virtual “Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa” no Google Arts & Culture, foi bastante divulgada pela imprensa esportiva, incluindo **Gazeta Esportiva, UOL e Terra**. O Museu também foi cenário do novo programa da **TV Gazeta**, “Papo de Campeão”, que contou com uma entrevista dos ex-jogadores Paulo Sérgio e Cafu.

O webinar sobre Mulheres no Esporte, em parceria com a ONU Mulheres e o COB, e o lançamento do álbum da Copa do Mundo pela Panini, em evento privado no museu, também ganharam espaço na mídia. Além disso, a programação especial para o feriado prolongado de Páscoa e o combo de ingressos do Museu do Futebol e do Museu da Língua Portuguesa repercutiram na mídia nacional, incluindo a **Rádio Bandeirantes** e os sites **Terra** e **MSN**.

Abaixo, alguns destaques da divulgação na imprensa:



*TV Globo - É de Casa – Férias no Museu - 15/01/2022*

Férias Crianças

## Museus têm programação a partir de segunda

**Museu da Imaginação oferece exposições interativas; no do Futebol, há atrações gratuitas com jogos e brincadeiras**

VANESSA W. SKILNIK  
WWW.BORSAI

Crianças em casa nas férias? Os museus do Futebol e da Imaginação têm programação para

entreter a garotada a partir desta segunda (3). Confira:

**MUSEU DO FUTEBOL.** Em janeiro ocorre mais uma edição do programa Férias no Museu, com atrações gratuitas para as crianças. A programação, que começa nesta terça (4), a partir das 10h, inclui oficinas de bolha de sabão, contação de histórias, teatro de fantoches, escalada, badminton, capoeira, dança e slackline. Também serão oferecidos jogos ligados ao futebol,



Museu do Futebol: acesso ao espaço expositivo é gratuito às terças

como chute a gol, para treinar a pontaria e a potência do chute; golbol, esporte paralímpico em que se joga sentado e de olhos vendados, guiado apenas pelos barulhos da bola; futebol na bola; pebolim humano; brincadeiras para desenvolver habilidades de goleiro e o popular futebol no pula-pula.

As oficinas ocorrem na área externa e são gratuitas. Para entrar nos espaços expositivos, os ingressos custam R\$ 20 (às terças, a entrada é gratuita). Praça Charles Miller, s/nº, Pucacemba; museudofutebol.org.br.

**MUSEU DA IMAGINAÇÃO.** Quem visitar o espaço em janeiro, além de conferir as exposições interativas Volta ao Mundo e Imagi@NSTEIN, poderá participar das oficinas temáticas e contação de histórias, realizadas diariamente. Amanhã (3), ocorre a Caça ao Tesouro e terça (4) é a vez da Oficina Submarino, com uso de garrafas pet.

As oficinas são realizadas em quatro horários: 10h, 12h, 14h30 e 16h30. Para participar, é preciso fazer a inscrição previamente. Ingressos promocionais a partir de R\$ 70 (criança e um adulto acompanhante). Rua Ricardo Cavatton, 231, Lapa; museudaimaginacao.com.br. ●

**Diversão**  
Quem visitar o espaço em janeiro poderá participar das oficinas temáticas e das contações de histórias

Estado de S.Paulo - 02/01/2022



Rádio Jovem Pan - 24/01/2022



TV Bandeirantes – 25/01/2022



TV Bandnews – 25/01/2022

IANCA LOUREIRO



### MAIS DO QUE FUTEBOL

O Museu do Futebol organiza uma programação recheada de atividades para a família até o fim do mês. Há brincadeiras populares, como corda, pião e bolinha de gude, contação de histórias, capoeira e outras, distribuídas pela área externa da instituição, sob as arquibancadas do Pacaembu. O futebol também não fica de fora. Crianças e adultos podem treinar as habilidades de chute e defesa nos gols disponíveis, brincar de futebol na bolha e jogar golbol, esporte paralímpico em que os participantes são vendados. Para o público de até 3 anos, há alas separadas com bolhas de sabão e teatro de fantoches para a recreação. Livre. Museu do Futebol. Praça Charles Miller, s/n. ☎ Até 30 de janeiro. Ter: a dom., 9h/17h. Grátis. [museudofutebol.org.br](http://museudofutebol.org.br).

Veja São Paulo 26 de janeiro, 2022 45

Veja São Paulo – 26/01/2022



TV Bandsports – Baita Amigos – Lançamento do livro de Marcos Falopa - 11/02/2022

SÁBADO, 26 DE FEVEREIRO DE 2022  
O ESTADO DE S. PAULO

Hamilton é o mais rápido no último dia de testes em Barcelona

ESPORTES

A23

**Copa do Catar**

## Taça da Copa do Mundo tem passagem relâmpago por SP

— Troféu banhado em ouro foi exposto no Museu do Futebol por seis horas; seu desenho é um reconhecimento do mérito dos jogadores

**RICARDO MAGATTI**

A Copa do Mundo do Catar só começa em 21 de novembro, mas alguns torcedores brasileiros puderam ter um aquecimento ontem. Viram de perto a Taça Fifa, o troféu mais cobiçado do futebol, que esteve exposto no Museu do Futebol, em São Paulo.

A exposição do troféu banhado a ouro que pesa 6,75 quilos, tem 36,2 cm de altura e 13,8 cm de largura foi curta. Apenas seis horas. Mesmo assim, atraíram 760 fãs do futebol, interessados em ver de perto a taça que só pode ser tocada por campeões mundiais e chefes de Estado.

O analista financeiro Luiz Favares, 33 anos, levou o filho Lucca, de 1 ano, para ver a taça, trazida ao Brasil pela Visa, um dos patrocinadores do Mundial. Ele diz conhecer quase todos os troféus do futebol. Falta o mais importante deles. “Foi sensacional saber que essa taça viaja o mundo e saber quanta história existe nela é uma experiência fantástica. Vi o brilho no olhar do meu filho olhando a taça”, disse Favares.

Também foi inédita a experiência do estudante Leonardo Vasconcellos, de 19 anos. “Poucos têm essa oportunidade. Nunca tinha visto a taça da Copa do Mundo de perto. Só pela televisão. São raros esses momentos. Por isso fiquei feliz e corri para cá”, conta. Ele levou a namorada para a visita e espera poder ir mais vezes a jogos do Brasil.

Havia um número considerável de crianças e adolescentes no evento, mas também idosos. Marcelo, aposentado, de 65 anos, e a mulher, Débora, advogada, de 66, se divertiram com as fotos que tiraram com a taça. Havia uma máquina que batia a fotografia automaticamente após o cadastro do visitante. A imagem foi enviada via WhatsApp posteriormente. A única regra era não tirar a máscara facial. A visitação era gratuita e exigiu apenas a apresentação do comprovante de vacinação com as duas doses ou dose única.

“Vou contar para os meus amigos e mostrar as fotos. Sou fissorado pela seleção brasileira”, expressa Marcelo. Embora tenha carinho pelo Brasil, já se passaram mais de 50 anos do último jogo que o aposentado viu do estádio. Ele era um dos 185 mil torcedores que foram ao Maracanã ver Pelé garantir a vitória por 1 a 0 sobre o Paraguai em 1969, no último jogo das Eliminatórias. Em total de pagantes, aquele jogo registrou o maior público da história do futebol.

**Tite põe Raphael Veiga no radar e reftera saída da seleção após a Copa**

O técnico Tite revelou ontem que o meia Raphael Veiga, destaque do Palmeiras e do futebol brasileiro, “está no radar” para ser convocado para a seleção brasileira. A declaração foi dada no programa “Redação SporTV”. Tite ainda confirmou que vai deixar o comando da equipe nacional após a Copa do Mundo do Catar. Ele estreou na seleção brasileira em 1.º de setembro de 2016.

**SIGNIFICADO.** O projeto da Taça Fifa é do escultor italiano Silvio Gazzaniga, que morreu em 21 de outubro de 2016. Segundo o criador, ele representa o mérito dos atletas, porque “os dois jogadores levantam os braços na alegria da vitória, com a emoção de estar no topo do mundo”. O troféu logo se tornou emblemático ao ser levantado por Franz Beckenbauer, capitão da Alemanha na Copa do Mundo de 1974.

Ao contrário de Jules Rimet, que ficaria em definitivo com quem a conquistasse por três vezes – o Brasil a teve, mas ela foi roubada e derretida em 1983 –, a Taça Fifa não tem recorde e cada seleção vencedora fica com a posse provisória até o próximo Mundial. Seu valor é incalculável.

Atualmente, está com a França, que a engueu na Rússia, em 2018. Meses antes do início do Mundial, roda por alguns países até chegar ao local dos jogos, este ano o Catar. ●

**Taça Fifa causou curiosidade; são poucos os que podem tocá-la**

Estado de S. Paulo – 26/02/2022



*SporTV - Taça da Copa do Mundo – 24/02/2022*



*TV Globo – Bom dia São Paulo – 24/02/2022*



*TV Gazeta – Gazeta Esportiva – 24/02/2022*



TV Globo – Globo Esporte – Evento com jogador Endrick – 25/02/2022



TV Globo – Bom dia São Paulo – 01/03/2022



TV Globo – Globo Esporte Paraná - 02/03/2022



*CNN – CNN Soft – 20/03/2022*

Situado na Praça Charles Miller, na capital paulista, o Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho foi inaugurado oficialmente na década de 1940, tem capacidade para mais de 37 mil torcedores e chegou a receber shows e eventos ao longo do tempo – além de um [hospital de campanha contra a Covid-19 em 2020](#). Tombado a nível estadual como patrimônio histórico, seu exterior chama atenção pela influência da *arte déco*.

Em suas dependências está o Museu do Futebol, um dos mais importantes dispositivos culturais da cidade, totalmente voltado ao esporte e suas influências na cultura brasileira. Atualmente, o estádio passa por obras de revitalização que, acordo com a concessionária atual, têm planos de serem finalizadas no final de 2023. Entre as novidades, um [tour guiado](#) está nos planos da agenda atrativa do espaço, que, segundo a informações da concessionária, deverá ser feito em parceria com o Museu do Futebol.

Apesar de não receber visitantes para um tour presencial atualmente, é possível conhecer o estádio através de um [passeio virtual](#). Com ajuda do Google Maps, conhece-se a área do gramado, vislumbra-se as arquibancadas e a parte externa. Por meio de vídeos, fotos históricas e textos, é possível mergulhar ainda mais na história do estádio através de uma experiência interativa no [Google Arts & Culture](#).

*CNN – 22/03/2022*



*TV Globo – Jornal Hoje - Gravação com a banda The Wombats – 24/03/2022*



Globo News – Gravação com a banda The Wombats - 24/03/2022



Yahoo! Notícias - 31/03/2022

## Museu do Futebol lança exposição virtual sobre os 100 anos do goleiro Barbosa



**Gazeta**  
Esportiva

redacao@gazetaesportiva.com (Redação)

04/04/2022 17h50

PUBLICIDADE

No mês em que se celebra o Dia do Goleiro (26/04), o Museu do Futebol lançou nesta segunda-feira, na plataforma online *Google Arts & Culture*, a exposição virtual "Tempo de Reação - 100 anos do goleiro Barbosa". O acervo celebra o centenário do goleiro Moacyr Barbosa, que defendeu a **Seleção Brasileira** na Copa do Mundo de 1950.

A coleção chega à plataforma online após o sucesso da exposição temporária, que ficou em cartaz no Museu do Futebol de junho de 2021 a janeiro de 2022. Nesta homenagem aos goleiros, se propõe uma reflexão sobre o racismo no Brasil a partir da história de Barbosa.

Na elaboração da mostra, são apresentados textos sobre as várias passagens de sua carreira profissional e trajetória particular. Também é oferecido ao público fontes como fotografias de seu acervo pessoal, trechos de uma entrevista concedida em 1984, e um fragmento da entrevista que o Centro de Referência do Museu do Futebol realizou com sua filha adotiva, Tereza Borba.

*UOL – 04/04/2022*



*Gravação TV Gazeta – Papo de Campeão - 05/04/2022*

OUTROS / ESPORTE FEMININO

**Museu do Futebol promoverá evento virtual sobre mulheres no esporte**

Webinário será na próxima terça-feira (12) e contará com apoio da ONU Mulheres e do COB

Redação - São Paulo (SP) Publicado em 08/04/2022, às 09h38

*Máquina do Esporte – 08/04/2022***Ação 94.1 N° de novas parcerias estabelecidas com organizações nacionais OU renovadas**

Foram firmadas 6 parcerias neste primeiro quadrimestre, segue detalhamento:

- **Jornal O Globo:** parceria envolvendo desconto na aquisição de ingressos do MF a assinantes do jornal por meio de ampla divulgação do Museu no site, redes sociais, aplicativo e newsletter do veículo;
- **Rádio CBN:** renovação da parceria para veiculação da rádio de spot de 1 minuto com conteúdos afetos ao MF, produzidos pela equipe de Comunicação do Museu. São veiculações de um spot diferente por semana, duas vezes ao dia;
- **Portal UOL:** disponibilização de volume de mídia para inserção de anúncios do Museu, totalizando R\$ 500.000,00;
- **Site Guia da Semana:** renovação da parceria que envolve a disponibilização de espaços publicitários no site para a veiculação de Banners do Museu do Futebol;
- **Dinamize:** renovação da parceria para a isenção da mensalidade para uso da plataforma armazenamento e disparo e-mails marketing/Newsletters do MLP;
- **Gazeta Esportiva:** Renovação do contrato para inserção de anúncios do Museu do Futebol no site da Gazeta Esportiva.

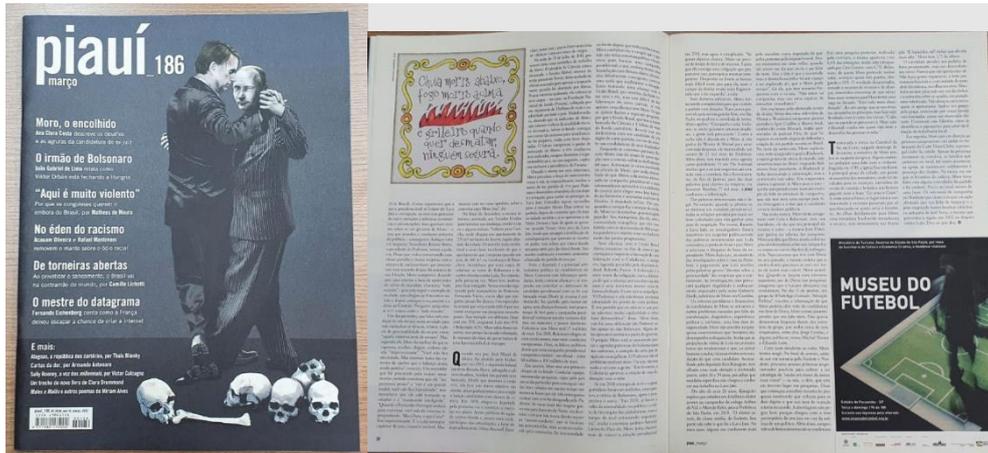
Vale registrar as ativações das parcerias de mídia, sendo veiculados, no período, anúncios na **Revista Piauí**, banners nos sites **Guia da Semana**, **Portal UOL**, **Gazeta Esportiva** e spots da rádio **CBN**:



*Anúncio na edição de janeiro/2022 da Revista Piauí*



*Anúncio na edição de fevereiro/2022 da Revista Piauí*



Anúncio na edição de março/2022 da Revista Piauí



Anúncio na edição de abril/2022 da Revista Piauí

Exemplo banner no Guia da Semana



*Exemplos de Banners no Portal UOL*



*Exemplo de Banner no Gazeta Esportiva*



Foram veiculados spots “O mundo é uma bola!”, em parceria com a Rádio CBN, disponibilizados também na plataforma de streaming Spotify. Seguem os links para acesso aos episódios publicados nesse quadrimestre. Os conteúdos dos spots são elaborados pela equipe de Comunicação do Museu:

<https://open.spotify.com/episode/7DcEDrx1jI7jcFEowpzcqW?si=3426cba436bf4828>

<https://open.spotify.com/episode/0rSlutRXli7hYyhW0We9GX?si=5babc018884d47e3>

<https://open.spotify.com/episode/65unRA2jMNzukisauhFWFc?si=60f4b924aabd483d>

<https://open.spotify.com/episode/5bh1FFV2GPs43Was6Eb0XR?si=72ba726ec77c426d>

<https://open.spotify.com/episode/4KFyvtYxRE8IK21osDmDtT?si=b82600bdf0894d3c>

<https://open.spotify.com/episode/35ZWbuiawY25gMyKd4Fom?si=9f02b6fd41aa4ef4>

<https://open.spotify.com/episode/74PimVCqu0cT8xgLLwDYg1?si=774a1486d6964ae9>

<https://open.spotify.com/episode/33IkThYU73Zbkl1O46n3kK?si=7ee95bd6b48545dc>

### **Ação 96: Plano de comunicação da Nova Exposição de Longa Duração/ 96.1: plano elaborado**

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 dos 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, apresentamos uma análise do cenário no momento (abril de 2022) visando traçar estratégias gerais de comunicação do projeto. Como todo plano de longo prazo, ele será reavaliado periodicamente visando sua adequação aos desdobramentos efetivos do projeto, a fim de incorporar novos insumos e corrigir rumos.

### **Cenário inicial**

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. Já na década de 2020.

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.

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 o poeta Sérgio Vaz; e funcionários do IDBrasil, incluindo a diretora técnica Marília Bonas, Maurício Rafael e Juliana Pons (museólogos), Ialê Cardoso (Educativo), Mariana Chaves (Exposições e Programação Cultural) e Renata Beltrão (Comunicação).

Para a implantação do projeto, o cronograma prevê o fechamento da atual exposição de longa duração entre fevereiro e outubro de 2023. 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>Fatores internos</b>	<p><b>Forças</b></p> <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> <li>• Comitê curatorial com nomes conhecidos e de reputação no meio esportivo e cultural.</li> </ul>	<p><b>Fraquezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O fechamento da exposição de longa duração pode desestimular a visita presencial.</li> </ul>
<b>Fatores externos</b>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusão de novos temas vai jogar luz sobre a diversificar da pauta do museu.</li> <li>• Possibilidade de atração de parcerias.</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> </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 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 a partir de um guia para o encadeamento lógico entre os pontos de fala 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, nas periferias.

### **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:

<b>Previsão</b>	<b>Marco</b>
A definir*	Anúncio público de que a renovação será realizada.
1ª semana de janeiro de 2023	Anúncio do fechamento da exposição de longa duração para execução do projeto.
Setembro a outubro de 2023	Fase de montagem
Outubro de 2023	Inauguração.

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

### **Plano estratégico**

#### **ESTRATÉGIA 1: O Museu se transforma 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.

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 tratam 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.

### **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 despedida terá mais potencial se puder ser realizada ao longo de janeiro, mês de férias escolares, quando há um público de turistas circulando pela cidade de São Paulo. 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.
- 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**

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.

- 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.

#### **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.
- 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: Carga total na 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.
- Séries de posts sobre as novidades nas redes sociais.

#### **Mensuração de resultados**

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

**2.6 PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL – MUSEU DO FUTEBOL – AÇÕES CONDICIONADAS (2022)**

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
97	Campanha "Futebol Feminino nas Escolas"	97.1	Meta-Produto	Campanha realizada	1º Quadrim	-	-
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

Não foi realizada ação condicionada no período.

**2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES – PED MUSEU DO FUTEBOL- AÇÕES PACTUADAS (2022)**

No.	Ações Pactuadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
98	Renovação de Seguros Multirrisco	98.1	Dado Extra	Seguro renovado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		
99	Renovação do AVCB	99.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Quadrim		
					2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		
100	Renovação do Alvará	100.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Quadrim		

	de funcionamento de local de reunião				2º Quadrim		
					3º Quadrim		
					<b>ANUAL</b>		
101	Implantação do Plano de Auxílio Integrado ao Estádio do Pacaembu	101.1	Meta-Produto	Plano implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
102	Implantação do escritório enxuto	102.1	Meta-Produto	Plano implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
103	Estruturação da sala de guarda de acervos em trânsito	103.1	Meta-Produto	Sala remodelada	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
104	Automação da telemetria	104.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	

	do sistema hídrico				3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
105	Implantar chuveiros automáticos (sprinklers) no auditório e na sala de exposições temporárias	105.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		105.2	Meta-Produto	Execução do projeto	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
106	Obtenção do Selo CarbonFree	106.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		106.2	Meta-Produto	Projeto executado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	

					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
107	Implantar sonorização do sistema de combate a incêndio	107.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
	107.2	Meta-Produto	Projeto executado	1º Quadrim	-		
				2º Quadrim	-		
				3º Quadrim	1		
				<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>		
				<b>ICM</b>	<b>100%</b>		
108	Modernização da iluminação da fachada	108.1	Meta-Produto	Projeto executado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

## **DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS DO PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES**

### **Ação 98: Renovação de Seguros Multiriscos**

O Museu do Futebol possui a Seguro Multiriscos apólice nº 02852.2021.0021.0118.016757, que teve início de vigência às 24 horas do dia 12.06.2021 e final de vigência às 24 horas do dia 12.06.2022.

Seguro responsabilidade civil apólice nº 02852.2021.0021.0351.0006489 que teve início de vigência às 24 horas do dia 12.06.2021 e final de vigência às 24 horas do dia 12.06.2022.

### **Ação 99: Renovação do AVCB/ 99.1**

O Museu do Futebol tem o AVCB-Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros válido nº 516.888 com validade até 01.06.2022.

Já iniciado o processo de renovação, com a contratação de empresa para assessoria e emissão dos laudos pertinentes ao AVCB.



POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO



**CORPO DE BOMBEIROS**

**AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS**

**AVCB Nº 516888**

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

**Projeto Nº** 214356/3550308/2014

**Endereço:** PRAÇA CHARLES MILLER

**Nº:** 0

**Complemento:**

**Bairro:** CONSOLACAO

**Município:** SAO PAULO

**Ocupação:** CENTRO ESPORTIVO E MUSEU (F-3)

**Proprietário:** PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO

**Responsável pelo Uso:** ESTÁDIO MUNICIPAL PAULO MACHADO DE CARVALHO

**Responsável Técnico:** SERGIO ROBERTO DA COSTA ATHAYDE

**CREA/CAU:** 5063221991

**ART/RRT:** 28027230201346049

**Área Total (m²):** 35865,53

**Área Aprovada (m²):** 7925,81

**Validade:** 01/06/2022

**Vistoriador:** 1. TEN PM RAFAEL QUEIROZ MARCHINI

**Homologação:** MAJ PM ALEXANDRE DE RAGA

**OBSERVAÇÕES:** LOTAÇÃO: GINÁSIO 2.500 PESSOAS / ESTÁDIO - 40.199 PESSOAS. PROIBIDO O USO DE ARTEFATOS PIROTÉCNICOS. MANTER CMAR CLASSE I, IIA.

NOTAS: 1) O AVCB deve ser afixado na entrada principal da edificação, em local visível ao público. 2) Compete ao proprietário ou responsável pelo uso da edificação a responsabilidade de renovar o AVCB e de manter as medidas de segurança contra incêndio em condições de utilização, providenciando a sua adequada manutenção, sob pena de cassação do AVCB, independente das responsabilidades civis e criminais.

Sao Paulo, 3 de Junho de 2021



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

## Ação 100: Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião

O Museu do Futebol possui Alvará de Funcionamento de Local de Reunião válido até 31.12.2022, alvará nº 2022/00009-00.

		Prefeitura da Cidade de São Paulo		SECRETARIA MUNICIPAL DE URBANISMO E LICENCIAMENTO		Contribuinte	
Documento				022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO		Número	
Nome do Proprietário				IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE		Data Publicação	
Endereço do Imóvel				CodLog 09562-1 Endereço R ITAPOLIS		Número 99999	
Complemento/Bairro				PACAEMBU		Sub.Pref. SE CEP 01245-000	
Zona de Uso				ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.			
Categoria de Uso				NR3-04			
Descrição				A SMUL/CONTRU/DIVISÃO DE LOCAL DE REUNIÃO SMUL/CONTRU/DLR EXPEDE A PRESENTE REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO PARA O ESTABELECIMENTO IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE - MUSEU DO FUTEBOL, C.C.M.: 38198878, COM VALIDADE DE 31/12/2021 ATE 30/12/2022, NUM. 2009/41298-00 PUBLICADO EM 20/10/2009 AREA OBJETO DESTA ALVARA 7802,07 M2, PARA A(S) ATIVIDADE(S) MUSEU, CNPJ DO RESPONSÁVEL PELO FUNCIONAMENTO 10.233.223/0001-52.			
USO DO IMÓVEL:				- USOS NAO RESIDENCIAIS ESPECIAIS OU INCOMODOS. - POLO GERADORES DE TRAFEGOS.			
LOTACAO MAXIMA:				1428 PESSOAS,			
DISTRIBUICAO DA LOTACAO:				TERREO (AREAS) - 362 PESSOAS TERREO (AUDITORIO) - 170 PESSOAS 1 PAVIMENTO - 380 PESSOAS 2 PAVIMENTO - 389 PESSOAS 3 PAVIMENTO - 124 PESSOAS			
RESPONSÁVEL TECNICO:				FLAVIO AMERICO CURTO JACOME DA PAZ CREA 601344691 ALBERTO MASSANOBU KUNIYOSHI CREA 601352683			
AMPARÓ LEGAL:				1) LEI 10.205/1986 REGULAMENTADA PELO DECRETO 49.969/2008. 2) LEI 16.642/2017 REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.776/2017. 3) LEI 16.402/2016 REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.298/2016.			
NOTAS:				1) ESTE DOCUMENTO REFERE-SE APENAS AS CONDICÕES DE SEGURANCA DO IMÓVEL NAO SENDO VALIDO PARA COMPROVAR A REGULARIDADE DA EDIFICACAO			
Requerimento		01110800010-00111		PROCESSO: 0000.2021/0000141-4 EMISSAO: 06/01/2022		Página	
Código Verificação:		17FF.1D33.B57A.0E0F.8FFE.C212.5ADC.4BEB				1 / 3	



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

Documento		Contribuinte	
022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO		01110800010	
Nome do Proprietário		Número	
IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE		2022/00009-00	
Endereço do Imóvel		Data Publicação	
IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE		31/12/2021	
Endereço do Imóvel		Número	
Codlog	Endereço	99999	
09562-1	R ITAPOLIS		
Complemento/Bairro		Sub.Pref.	CEP
PACAEMBU		SE	01245-000
Zona de uso			
ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.			
Categoria de Uso			
NR3-04			

QUANTO AS CONDICÕES EDILÍCIAS.

- 2) DEVE SER AFIXADO NO ACESSO PRINCIPAL DA EDIFICAÇÃO, EM POSIÇÃO VISÍVEL PARA O PÚBLICO.
- 3) ESTE DOCUMENTO PERDERA SUA VALIDADE COMO COMPROVANTE DO ATENDIMENTO AS NORMAS DE ESPECIAIS DE SEGURANÇA DE USO, CASO HAJA ALTERAÇÕES FRENTE AO PROJETO ACEITO OU NO USO/ATIVIDADE DA EDIFICAÇÃO.
- 4) ATENDER A LEI 13.541 DE 07/05/09, REGULAMENTADA PELO DECRETO 54.311 DE 07/05/09 QUE INSTITUI A POLÍTICA ESTADUAL PARA O CONTROLE DO FUMO.
- 5) ATENDER A LEI 14.223 DE 26/09/06, REGULAMENTADA PELO DECRETO 47.950 DE 05/12/06 QUE DISPÕE SOBRE A ORDENAÇÃO DOS ELEMENTOS QUE COMPOE A PAISAGEM URBANA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO.
- 6) ATENDER AS LEIS MUNICIPAIS 11.545/94 E 12.511/97, QUE DISPÕE SOBRE USO DE APARELHOS DE TELEFONIA CELULAR.
- 7) O PRESENTE DOCUMENTO REFERE-SE EXCLUSIVAMENTE A LEGISLAÇÃO MUNICIPAL DEVENDO AINDA, SEREM OBSERVADAS AS LEGISLAÇÕES ESTADUAL E FEDERAL, PERTINENTES.
- 8) A VENDA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES SUJEITARA O INFRATOR A PENA DE 2 (DOIS) A 4 (QUATRO) ANOS DE DETENÇÃO CONFORME ART. 13 DO DECRETO NO.49.662 DE 20/06/08 E ART. 4 DA LEI NO.14.450 DE 22/07/07.
- 9) O PRESENTE DOCUMENTO FOI EXPEDIDO EM CONSONÂNCIA COM O ART. 179, ITEM LXIX, DA LEI 16.402/2016, NA QUAL CONSIDERA O AFASTAMENTO DA EXIGIBILIDADE DO CADIN.
- 10) ATENDER AO ART. 7º DA LEI 16.675/2017, NO QUAL É PROIBIDO O USO DE FOGOS DE ARTIFÍCIO OU QUALQUER OUTRO RECURSO PIROTÉCNICO EM LOCAIS FECHADOS.
- 11) O RESPONSÁVEL PELO USO DEVERÁ ATENDER A LEI FEDERAL 13.425/2017, QUE ESTABELECE DIRETRIZES GERAIS SOBRE MEDIDAS DE PREVENÇÃO E COMBATE A INCÊNDIO E A DESASTRES EM ESTABELECIMENTOS, EDIFICAÇÕES E ÁREAS DE REUNIÃO DE PÚBLICO.
- 12) O PRESENTE ALVARA DE FUNCIONAMENTO FOI EXPEDIDO MEDIANTE APRESENTAÇÃO DE DECLARAÇÕES E DOCUMENTOS QUE ATESTAM A SEGURANÇA DO

Requerimento	PROCESSO: 0000.2021/0000141-4 EMISSÃO: 06/01/2022	Página
01110800010-00111		2 / 3
Código Verificação: 17FF.1D33.B57A.0E0F.8FFE.C212.5ADC.4BEB		



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

Documento		Contribuinte
022-3-01 REVALIDACAO DO ALVARA DE FUNCIONAMENTO DO LOCAL DE REUNIAO		01110800010
Nome do Proprietário		Número
IDBRASIL CULTURA, EDUCACAO E ESPORTE		2022/00009-00
Data Publicação		31/12/2021
Endereço do Imóvel		Número
Codlog	Endereço	99999
09562-1	R ITAPOLIS	
Complemento/Bairro		Sub.Pref.
PACAEMBU		SE
		CEP
		01245-000
Zona de uso		
ZONEAMENTO ANTERIOR: Z8-CR1-I LIND. Z1.		
Categoria de uso		
NR3-04		
<p>USO DA EDIFICACAO, COM BASE NA LEI 16.642/2017, REGULAMENTADA PELO DECRETO 57.776/2017 E NORMAS TÉCNICAS PERTINENTES, BEM COMO O ATENDIMENTO A LEI 11.345/1993, NO QUE SE REFERE ÀS CONDIÇÕES DE ACESSIBILIDADE.</p> <p>13) NIVEL MAXIMO DE SOM PERMITIDO DE 50 DB DAS 07H00 AS 19H00, 45 DB DAS 19H00 AS 22H00 E DE 40 DB DAS 22H00 AS 07H00, DE ACORDO COM O DECRETO 58.226/2018 (ZOE PACAEMBU).</p> <p>14) ZONA DE USO: ZOE (PACAEMBU).</p> <p>15) ATENDER A LEI Nº 16.897/2018, QUE PROIBE O MANUSEIO, A UTILIZAÇÃO, A QUEIMA E SOLTURA DE FOGOS DE ESTAMPIDOS E DE ARTIFÍCIOS, ASSIM COMO DE QUAISQUER ARTEFATOS PIROTECNICOS DE EFEITO SONORO RUIDOSO NO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO, EM RECINTOS FECHADOS E ABERTOS, ÁREAS PÚBLICAS E LOCAIS PRIVADOS.</p> <p>RESSALVAS:</p> <p>1) ESTE ALVARA NAO AUTORIZA A INSTALACAO E O FUNCIONAMENTO DE MÁQUINAS DE DIVERSOES ELETRONICAS DO TIPO CACA NIQUEL E/OU VIDEOPOKER.</p> <p>2) QUANDO DA OCASIÃO DA REVALIDAÇÃO DO ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO, DEVERÁ SER APRESENTADO O LAUDO TÉCNICO DE MEDIÇÃO ACÚSTICA.</p> <p>3) QUANDO DA OCASIÃO DA REVALIDAÇÃO DO ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO, DEVERÁ SER APRESENTADO O RELATÓRIO DE INSPEÇÃO ANUAL (RIA) ATUALIZADO DOS ELEVADORES, ESCADAS ROLANTES E PLATAFORMAS VERTICAIS E SIMILARES.</p> <p>4) QUANDO DA OCASIÃO DA REVALIDAÇÃO DO ALVARÁ DE FUNCIONAMENTO, DEVERÁ SER APRESENTADO O PROTOCOLO DO PROCESSO DE CADASTRO DE TANQUES, BOMBA E EQUIPAMENTOS AFINS PARA TANQUES DE INFLAMÁVEIS COM VOLUME MAIOR QUE 500 LITROS.</p>		
Requerimento	Página	
01110800010-00111	PROCESSO: 0000. 2021/ 0000141-4 EMISSAO: 06/01/2022	3 / 3
Código Verificação:	17FF.1D33.B57A.0E0F.8FFE.C212.5ADC.4BEB	

## 2.7 PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES – PED

### MUSEU DO FUTEBOL – AÇÕES CONDICIONADAS (2022)

No.	Ações Condicionadas	No.	Atributo da Mensuração	Mensuração	Previsão Quadrimestral		Realizado
109	Iluminação do sistema DALI para Auditório	109.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	1	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		109.2	Meta-Produto	Execução do projeto	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
110	Gerenciamento de Resíduos Sólidos	110.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	1	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		110.2	Meta-Produto	Execução do projeto	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	

					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
111	Reuso de água para limpeza externa	111.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	
					3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		111.2	Meta-Produto	Execução do projeto	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
112	Implantação dispositivos IOT	112.1	Meta-Produto	Dispositivos implantados	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
113	Modernizar o Sistema de Circuito	113.1	Meta-Produto	Projeto contratado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	

	Fechado de TV(CFTV )				3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		113.2	Meta-Produto	Projeto executado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
	<b>META ANUAL</b>				<b>1</b>		
	<b>ICM</b>				<b>100%</b>		
114	Melhorias na infraestrutura do auditório	114.1	Meta-Produto	Projeto luminotécnico para o auditório	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		114.2	Meta-Produto	Estudo de ampliação e acessibilidade do auditório	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
115	Modernização do sistema de ar-	115.1	Meta-Produto	Estudo de viabilidade de redução de	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	1	

	condicionado			ruído/eficácia do sistema de ar-condicionado entregue	3º Quadrim	-	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	
		115.2	Meta-Produto	Projeto implantado	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>						
<b>ICM</b>	<b>100%</b>						
116	Atualização dos recursos de acessibilidade do Museu – Lei 16.642	116.1	Meta-Produto	Recursos atualizados	1º Quadrim	-	
					2º Quadrim	-	
					3º Quadrim	1	
					<b>META ANUAL</b>	<b>1</b>	
					<b>ICM</b>	<b>100%</b>	

Não foram realizadas ações condicionadas no período.