RELATÓRIO 1º TRIMESTRE DE 2019

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº04/2016

Referente ao museu: Museu do Futebol

APRESENTAÇÃO

Em cumprimento ao disposto no item 12 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 04/2016, apresentamos o relatório trimestral desta Organização Social de Cultura, relativo ao primeiro trimestre de 2019, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de março, para o Museu do Futebol.

A este relato se somam informações relativas às atividades operacionais e administrativas praticadas por esta organização. Ao relatar as atividades desenvolvidas no período, o IDBrasil, além de prestar contas do atendimento ao público alvo, enfatiza o aspecto qualitativo das mesmas.

O Museu recebeu 70.029 visitantes no trimestre, público superior ao do mesmo período no ano passado, quando o equipamento recebeu 66.456 visitantes – público este já maior que em anos anteriores. Tendo em vista que 2018 foi ano de Copa do Mundo FIFA, momento em que a demanda por visitas aumenta, o número de público do primeiro trimestre de 2019 se mostra bastante relevante.

Colaboraram para essa superação: a exposição temporária "Clássico é Clássico e Vice e Versa", iniciada em 29 de setembro de 2018 e que permaneceu até dia 03 de fevereiro de 2019; a programação cultural, com destaque para as atividades do projeto "Férias no Museu", com público de 8.765 pessoas em janeiro, além da divulgação do Museu em mídias espontâneas. Essas atividades foram viabilizadas como metas condicionadas, com recursos de Lei Rouanet e parcerias.

Visando à ampliação de público, o Museu abriu, pela primeira vez, na segunda-feira de Carnaval. Outro dia em que houve funcionamento além do habitual foi 25 de janeiro, aniversário da cidade de São Paulo. Por uma iniciativa da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, todos os museus da rede tiveram visitação até às 24horas. No primeiro trimestre, como também é habitual, houve funcionamento em horário reduzido por 10 dias, em razão de jogos no Estádio do Pacaembu.

Em continuidade ao projeto para renovação da exposição de longa duração do Museu do Futebol, foi realizado um encontro envolvendo diversos setores da sociedade, como reflexão para lançar um novo olhar sobre a exposição "Futebóis – Pluralidade e Representatividade".

No **Programa de Gestão Executiva, Governança e Transparência** concentraram-se esforços para captação de recursos. No período foram realizadas nove cessões onerosas de espaços para eventos corporativos; quanto à captação de recursos por meio das leis de incentivo, foram realizadas reuniões com empresas prospects, entretanto, nenhum acordo foi efetivado no trimestre.

Com objetivo de economicidade e melhoria nos processos internos, foi implantado, no sistema financeiro operado pelo IDBrasil, fluxo de aprovação online para compras e pagamentos das obrigações. Essa nova sistemática, além de agilizar os processos internos de aprovação, reduzirá custos de impressão e de consumo de papel.

No **Programa de Acervo: Conservação, Documentação e Pesquisa,** o Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) registrou, no período, 731 atendimentos. O banco de dados teve 671 acessos, sendo que, neste período, foram disponibilizados 296 novos acervos na plataforma. Destaca-se, também, a participação do Núcleo na realização do "Encontro Futebóis: Pluralidade e Representatividade". Nessa oportunidade, o CRFB reuniu, dentre os convidados, pessoas com as quais teve interlocuções e trocas através das pesquisas realizadas desde sua implantação, de maneira a propor uma reflexão sobre a ampliação do universo de representação das mais variadas expressões relacionadas ao futebol, articulando as referências mapeadas pelo Centro. Ademais, destaca-se a publicação de cinco artigos na plataforma Medium, parte deles elaborada pela equipe a partir de pesquisas realizadas no âmbito da exposição temporária "Clássico é Clássico e Vice-Versa" e a partir de acervos que compõem a Biblioteca e Midiateca do CRFB, dando visibilidade para esses materiais e colaborando para um registro público da memória da referida mostra.

No **Programa de Exposições e Programação Cultural,** além dos destaques de público já citados acima, cita-se a realização de onze ações de programação cultural, reunindo o total de 10.162 pessoas. O período também marcou o encerramento da exposição temporária "Clássico é Clássico e Vice e Versa", no dia 03/02/2019. Em quase cinco meses, o público teve a oportunidade de conhecer os grandes clássicos do futebol brasileiro através de objetos, instalações audiovisuais e um totem interativo.

O **Programa Educativo** propiciou o atendimento a 7.311 pessoas em visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio, formação para guias de turismo, além de jogos, atividades e visitas educativas oferecidas ao público espontâneo. Do total de atendimentos do Educativo, 63% do público (4.580 visitantes) foi oriundo de visitas educativas agendadas. O público escolar representou, deste total, 1.951 visitantes; enquanto o público específico somou 2.629 visitantes. Uma nova parceria, firmada pelo Núcleo com o Sport Club Corinthians, visa aumentar ainda mais a presença de crianças e adolescentes da periferia da Zona Leste de São Paulo em visitas educativas ao Museu. Além disso, a parceria com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência permanece ativa, possibilitando o acesso de pessoas com deficiência ao equipamento. Destacamos, também, as ações para formação de guias de turismo que, em dois encontros, reuniram 136 profissionais da área.

No **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional**, obtiveram-se, no primeiro trimestre, 529 inserções de mídia, 61.159 visitantes no site e 5.627 novos seguidores nas mídias sociais. Foi firmado acordo com a Rádio Globo para inserção gratuita de spots institucionais. Vale registrar, ainda, a parceria firmada entre o Museu do Futebol e a empresa

Nike para a realização de ativação na Avenida Paulista, entre 05 e 11 de março (semana do Dia Internacional da Mulher). A Nike ocupou, com conteúdo sobre futebol feminino, o mobiliário urbano (abrigos de ônibus e relógios de rua), criando uma grande "galeria" a céu aberto. O Museu, responsável pela curadoria do conteúdo, assinou a ação com a Nike, constando nos materiais de divulgação da ativação, assim como o Governo do Estado de São Paulo/Secretaria de Cultura e Economia Criativa.

O **Programa de Edificações: Manutenção Predial, Conservação Preventiva e Segurança** manteve as ações de manutenção física e conservação preventiva das edificações, instalações e equipamentos de infraestrutura predial, com a equipe dedicada a executar o Plano de Manutenção do Museu de forma a garantir todos os sistemas funcionando plenamente. Além disso, foram dedicados esforços para troca dos cabos elétricos de alguns *no breaks* e para a manutenção corretiva da iluminação de chão da fachada do equipamento. Destacam-se, ainda, estudos feitos visando a busca de soluções para vigilância eletrônica ativa, para monitoramento remoto dos CFTV e alarmes perimetrais; e, para a substituição da utilização de *sprinklers.*

QUADRO DE METAS TÉCNICAS E CONDICIONADAS DO MUSEU DO FUTEBOL ANO 2019

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA							
A captação de recursos no trimestre superou na ordem de 12% a meta mínima esperada, fruto do aumento do número de cessões onerosas de espaços para eventos, além de receita da bilheteria superior ao previsto, em razão da ampliação de público do Museu no período. A pesquisa de público disponibilizada em totem eletrônico no Museu do Futebol indica que a avaliação do equipamento permanece com alto índice de satisfação (acima de 90% ou 4,66 numa escala de 0 a 5).							
N°	**Ações pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
1	(PGTG) Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais (Eixo 3)	1.1	Dado Extra	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	
					3º Tri	2	
					4º Tri	1	
					META ANUAL	**3**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc. (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	Valor mínimo de 26,61% de captação em relação ao repasse	1º Tri	530.000	630.887
					2º Tri	602.000	-
					3º Tri	620.000	-
					4º Tri	687.000	-
					META ANUAL	**2.439.000**	**630.887**
					ICM%	**100%**	**25,9%**
3	(PGTG) Pesquisa de Público - índices de satisfação do público geral de acordo com os dados obtidos a partir do TOTEM eletrônico	3.1	Meta- Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	> ou = 80%	94,4%
					2º Tri	> ou = 80%	-
					3º Tri	> ou = 80%	-
					4º Tri	> ou = 80%	-
					META ANUAL	**> ou = 80%**	**94,4%**
					ICM%	**100%**	**100%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

Ação 2: Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações)

A seguir, captações operacionais de recursos no período, por tipo de modalidade:

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R$)	TOTAL até a data (em R$)
Receitas de Bilheteria	378.335	**378.335**
Cessão de Espaço - mensal	93.243	**93.243**
Cessão de Espaço - eventual	144.110	**144.110**
Convênios/Patrocínios e Doações	15.200	**15.200**
Captações Diversas (Prest. Serv)	-	**-**
TOTAL Captação trimestral	**630.887**	**630.887**
Indicativo de meta de Captação no período	**530.000**	**530.000**
Índice de cumprimento da meta no período	**119,0%**	**119,0%**
Meta Captação Anual (26,61% sobre o valor do repasse)	**2.439.000**	**2.439.000**
Índice de cumprimento da meta do Ano	**25,9%**	**25,9%**

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

Comentário da mensuração 3.1: índice de satisfação (> ou = 80%)

O índice de satisfação é calculado pelo consolidado trimestral da resposta dos visitantes do Museu do Futebol à pergunta n. 6 "O que achou da exposição principal do Museu do Futebol?".

Relatório consolidado da pesquisa de satisfação e perfil, extraído do sistema eletrônico no período de 1 de janeiro a 31 de março de 2019.

Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações entre 01/01/19 e 31/03/19
- avaliações da unidade de pesquisa: Museu do Futebol

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

a) Sim, quero falar sobre a visita.	2.261	79,4%
b) Não, quero apenas deixar um comentário	587	20,6%

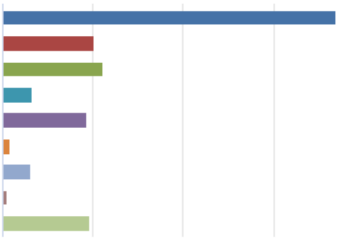
2.848 respostas

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

a) Sim	1.945	86,4%
b) Não (Quantas vezes já nos visitou?)	306	13,6%

2.251 respostas

3. Como você nos conheceu?

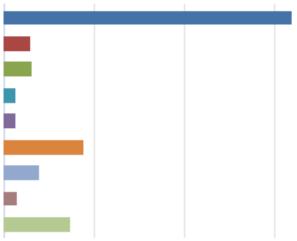


a) Indicação de amigo / familiar	923	48,2%
b) Site do Museu	247	12,9%
c) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)	272	14,2%
d) Jornal/Revistas	76	4,0%
e) TV	230	12,0%
f) Rádio	16	0,8%
g) Guias e sites de turismo	70	3,7%
h) Agências de viagem	7	0,4%
i) Outros	236	12,3%

Seleção múltipla permitida — *1.914 respostas*

4. Qual(is)?

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



a) Conhecer o Museu	1.592	74,8%
b) Conhecer a exposição temporária	144	6,8%
c) Rever ou complementar uma visita anterior	153	7,2%
d) Pesquisar/estudar algum tema / fazer trabalho escolar	60	2,8%
e) Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.)	58	2,7%
f) Trazer ou acompanhar os filhos(as)/família/amigos(as)/namorado(a)	434	20,4%
g) Entrada gratuita/baixo valor do ingresso	183	8,6%
h) Estava próximo e resolveu entrar/mora perto/trabalha perto	65	3,1%
i) Sou aficionado(a) por futebol / adoro futebol	365	17,1%

Seleção múltipla permitida

2.129 respostas

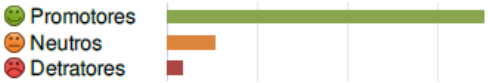
6. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?

a) Ótima	1.662	78,6%
b) Boa	377	17,8%
c) Regular	44	2,1%
d) Ruim	8	0,4%
e) Péssima	24	1,1%

Média 4,72

2.115 respostas

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



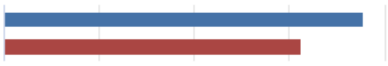
Promotores	1.755	83,4%
Neutros	263	12,5%
Detratores	87	4,1%

NPS 79

2.105 respostas

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

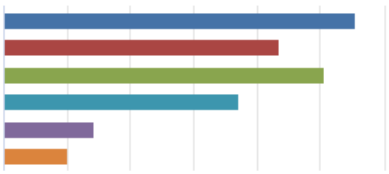
9. Como você se reconhece?



a) Homem	188	54,7%
b) Mulher	156	45,3%

344 respostas

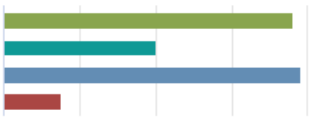
10. Qual a sua idade?



a) Até 18 anos	553	26,4%
b) Entre 18 e 25 anos	431	20,6%
c) Entre 25 e 35 anos	503	24,0%
d) Entre 35 e 45 anos	369	17,6%
e) Entre 45 e 55 anos	140	6,7%
f) Acima de 55 anos	99	4,7%

2.095 respostas

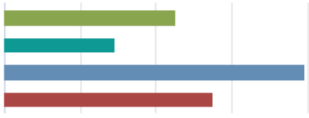
11. Onde você mora?



a) Município de São Paulo	756	36,4%
b) Outro município do Estado de São Paulo (Qual?)	396	19,1%
c) Outro Estado (Qual?)	780	37,5%
d) Outro país (Qual?)	146	7,0%

2.078 respostas

12. Qual a sua escolaridade?



a) Fundamental (completo ou incompleto)	446	21,6%
b) Médio incompleto (completo ou incompleto)	290	14,0%
c) Superior incompleto (completo ou incompleto)	784	38,0%
d) Pós-graduação/Mestrado/Doutorado	545	26,4%

2.065 respostas

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

a) Carro	1.407	68,6%
b) Metrô	366	17,8%
c) Ônibus	224	10,9%
d) Moto	29	1,4%
e) Bicicleta	19	0,9%
f) A pé	218	10,6%

Seleção múltipla permitida

2.051 respostas

14. Deixe seu comentário/sugestão/crítica:

PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Neste trimestre, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou 731 atendimentos, sendo 74 não-presenciais e 657 presenciais (entre visitantes, funcionários e estrangeiros). Dentre os presenciais, 185 foram atendimentos a pesquisadores. O banco de dados teve 671 acessos, sendo que, neste período, foram disponibilizados 296 novos acervos na plataforma.

Destaca-se, ainda, o "Encontro Futebóis: Pluralidade e Representatividade", realizado no âmbito do "Projeto de Renovação Conceitual da Exposição de Longa Duração". Nessa oportunidade, o CRFB reuniu, dentre os convidados, pessoas com as quais teve interlocuções e trocas através das pesquisas desenvolvidas desde sua implantação: pesquisadores, dirigentes da várzea, coletivos de torcedores de futebol, jogadores e militantes do futebol praticado por LGBTs e direitos à comunidade transexual, dentre outros.

Ademais, houve a publicação de cinco artigos na plataforma Medium e a realização de uma pesquisa de campo voltada ao referenciamento do Acervo da Gaviões da Fiel, centro de memória organizado pela torcida que faz 50 anos em 2019. Vale salientar que tal ação dialoga com outras pesquisas já realizadas pelo CRFB, como o mapeamento realizado durante a implantação do Centro, bem como o projeto desenvolvido em parceria com o CPDOC/FGV, chamado "Territórios do Torcer", ampliando a produção de fontes para o estudo sobre o tema.

Por fim, destaca-se a realização de uma palestra, pela coordenadora do CRFB, sobre o banco de dados do Museu para a turma do curso técnico em Museologia da ETEC Parque da Juventude, ocorrida em 25 de fevereiro.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
9	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos	9.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**3**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
		9.2	Meta-Resultado	Número mínimo de profissionais atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	10	-
					3º Tri	10	-
					4º Tri	10	-
					META ANUAL	**30**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

10	(PA) Produção de artigos no site do Museu	10.1	Meta-Produto	Número de artigos produzidos	1º Tri	2	5
					2º Tri	2	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	**8**	**5**
					ICM%	**100%**	**62,5%**
11	(PA) Submissão de artigos sobre o trabalho do CRFB e sobre o acervo à publicação em sites de terceiros e/ou publicações (científicas e não científicas)	11.1	Meta-Produto	Número de artigos submetidos à publicação	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
12	(PA) Coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	12.1	Meta-Produto	Número mínimo de itens digitalizados	1º Tri	**-**	-
					2º Tri	1.200	-
					3º Tri	200	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1.400**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
13	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	13.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º Tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE ACERVO: CONSERVAÇÃO, DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA

Ação 10: Produção de artigos no site do Museu

Justificativa da mensuração 10.1: Número de artigos produzidos

A meta foi superada devido à colaboração de terceiros com o desenvolvimento de dois textos sobre clássicos do futebol. Além disso, houve a otimização e o aproveitamento das pesquisas e dos dados já existentes, sobre o referido tema, reunidos e sistematizados durante a exposição temporária "Clássico é Clássico e Vice-Versa", o que facilitou e impulsionou a elaboração dos textos. A publicação dos artigos contribuiu com a divulgação da mencionada mostra durante as cinco últimas semanas de exibição (a exposição encerrou em 03 de fevereiro). Segue abaixo o detalhamento da meta.

Neste trimestre, conforme as ações de planejamento do Núcleo, que envolvem dar mais visibilidade às coleções e ao trabalho desenvolvido, o Centro de Referência do Futebol Brasileiro publicou cinco artigos na conta que dispõe na plataforma de compartilhamento de textos chamada Medium. Nela, foi criada uma página do Museu do Futebol, na qual todos os textos são indexados, incluindo os escritos pelo Núcleo Educativo, que também dispõe de uma conta: https://medium.com/museu-do-futebol.

Dentre as publicações, três foram feitas pela equipe do CRFB, a partir de pesquisas realizadas no âmbito da exposição temporária "Clássico é Clássico e Vice-Versa", trabalhando acervos da Biblioteca e Midiateca e objetos que compuseram a vitrine da mostra. Os outros dois artigos, por sua vez, foram escritos pelo jornalista Felipe Santos Souza, que colaborou para a referida exposição temporária com a pesquisa dos dados históricos e estatísticos que integraram o aplicativo multimídia disponibilizado ao público durante a mostra.

Nome do artigo:"O Primeiro Clássico"
Link:https://medium.com/museu-do-futebol/o-primeiro-cl%C3%A1ssico-d31f737e551c
Resumo:O artigo conta a história do (talvez) primeiro clássico do futebol: Club Athletico Paulistano X São Paulo Athletic Club (SPAC). A partir de registros de jornal e do livro do historiador John Mills sobre Charles Miller, são relatados acontecimentos entre os dois clubes, durante a primeira década do século XX, que caracterizam "um clássico" do futebol. O artigo foi escrito também como homenagem a John Mills, que colaborou grandemente com o Museu do Futebol e faleceu no final de dezembro de 2018.

Nome do artigo:"Os Clássicos que Pararam as Cidades"
Link:https://medium.com/museu-do-futebol/os-cl%C3%A1ssicos-que-pararam-cidades-1a976e82728f
Resumo:O artigo trata sobre jogos de clássicos memoráveis, que, pela emoção da partida, ocuparam os noticiários, conversas e viraram assunto até para quem não gosta de futebol. Para tanto, traz matérias de jornais e livros (parte do acervo da Biblioteca e Midiateca), além de vídeos disponíveis online que retratam cenas inesquecíveis desses confrontos.

Nome do artigo:"Por Trás da "Clássico é Clássico": Histórias Curiosas de Alguns Objetos da Exposição"
Link:https://medium.com/museu-do-futebol/por-tr%C3%A1s-da-cl%C3%A1ssico-%C3%A9-cl%C3%A1ssico-hist%C3%B3rias-curiosas-de-alguns-objetos-da-exposi%C3%A7%C3%A3o-6eebcaf3035a
Resumo:O artigo apresenta a história de alguns acervos que compuseram a vitrine da exposição "Clássico é clássico e vice-versa", os quais remetem a uma relação afetiva do torcedor com o time: camisas, ingressos, bandeiras, figurinhas, botões de futebol de mesa e até roupinha de criança. O texto colabora para um registro público da exposição temporária, além de dar visibilidade a acervos e histórias relativas ao universo emocional do torcedor de futebol.

Nome do artigo:"Os Clássicos que o Tempo Venceu"
Link:https://medium.com/museu-do-futebol/os-cl%C3%A1ssicos-que-o-tempo-venceu-a581b7fff128
Resumo:O artigo aborda os clássicos cujos jogos eram muito badalados na primeira metade do século XX, mas que acabaram sendo vencidos por vários fatores—futebolísticos e sociais—, dando lugar a outras partidas que seguiram o caminho inverso e foram ganhando importância gradual com o tempo. O texto traz matérias de jornais e livros (parte do acervo da Biblioteca e Midiateca).

Nome do artigo:"É Clássico! Livros sobre as Rivalidades no Futebol Brasileiro"
Link:https://medium.com/museu-do-futebol/%C3%A9-cl%C3%A1ssico-livros-sobre-as-rivalidades-no-futebol-brasileiro-c946391818fd
Resumo:O artigo traz livros selecionados que imortalizaram em suas páginas histórias das grandes rivalidades do futebol brasileiro, sendo ao menos um por clássico. Todos os livros estão disponíveis para consulta na Biblioteca do CRFB, no Museu do Futebol.

Abaixo, o print da tela com as publicações:

Os clássicos que o tempo venceu

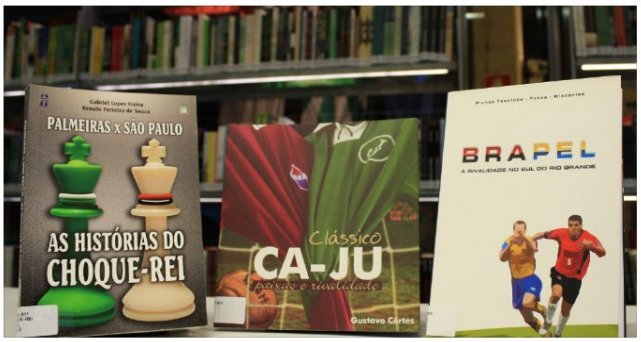
Vários clássicos do futebol brasileiro são antigos. Daqueles em que a tradição começou nas décadas de 1910 ou 1920, e até hoje segue...

Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Jan 31 · 5 min read

Por trás da "Clássico é Clássico": histórias curiosas de alguns objetos da exposição

Ei, você! Você que em dia de clássico coloca a camiseta da sorte, o pé de meia certo, aquela cueca ou calcinha que ajudou seu time a...

Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Jan 24 · 7 min read



É clássico! Livros sobre as rivalidades no futebol brasileiro

Caro amigo torcedor, caro amigo sofredor, foi bom enquanto durou, mas a exposição Clássico é Clássico e Vice-Versa terminou. Mas isso não...

Centro de Referência do Futebol Brasileiro
Feb 7 · 12 min read

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2019)

Foram recebidos 70.029 visitantes no período, 14% deles integrantes das atividades de Programação Cultural (10.162 pessoas no total). O destaque foi o tradicional Férias no Museu, em janeiro, com 8.765 pessoas. A programação está detalhada no quadro de metas condicionadas.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
20	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute	20.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	-
					3º Tri	3	**-**
					4º Tri	-	**-**
					META ANUAL	**3**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
21	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	21.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes recebidos	1º Tri	53.300	70.029
					2º Tri	65.800	-
					3º Tri	69.200	-
					4º Tri	61.700	**-**
					META ANUAL	**250.000**	70.029
					ICM%	**100%**	**28,0%**

Ações Condicionadas

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2019)							
As ações de Programação Cultural foram realizadas com recursos aportados no Plano Anual do Museu do Futebol inscrito na Lei Rouanet. Foram onze ações, com 38 dias de atividades, cujos destaques estão demonstrados abaixo. No período também foi dado início ao desenvolvimento curatorial e de pesquisa da exposição temporária "CONTRA-ATAQUE! As Mulheres do Futebol", que recebeu patrocínio do Banco Itaú e tem previsão de inauguração no segundo trimestre do ano.							
Nº	**Ações condicionadas**	**Nº**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
22	(PEPC) Realização de Eventos da Programação Cultural	22.1	Meta-Produto	Número de eventos realizados	1º Tri	10	11
					2º Tri	10	-
					3º Tri	10	-
					4º Tri	10	**-**
					META ANUAL	**40**	**11**
					ICM%	**100%**	**27,5%**
23	(PEPC) Realização de Exposições temporárias	23.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	**-**
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
24	(PEPC) Renovação da Exposição de longa duração do Museu do Futebol	24.1	Meta-resultado	Número de ambiente renovados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Trii	1	**-**
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
25	(PEPC) Renovação da sinalização interna e externa do Museu do Futebol	25.1	Meta-produto	Número de ambientes com a sinalização renovada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	2	**-**
					META ANUAL	**4**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
26	(PEPC) Aquisição de Nobreak trifásico de 10kva com banco de bateria, para redundância	26.1	Meta-produto	Nobreak adquirido	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

27	(PEPC) Reformulação do aplicativo do Museu, com novas funcionalidade e publicação nas lojas online.	27.1	Meta-produto	Aplicativo publicado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
28	(PEPC) Criação de um sistema de Fichário dos clubes, interativo, para substituição do fichário físico da exposição de longa duração.	28.1	Meta-produto	Fichário implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Trii	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS
PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 22: Realização de eventos da Programação Cultural

No trimestre foram realizados 11 eventos em 38 dias de programação. O público alcançado foi de 10.162 pessoas (14% do total de visitantes no período). Abaixo, o resumo mensal:

Mês	Número de eventos	Número de dias com programação	Público total
Janeiro	3	27	8.765
Fevereiro	3	3	357
Março	4	8	1.040
Total	**10**	**38**	**10.162**

A tabela abaixo demonstra o público alcançado em cada evento.

Data/período	Título do evento	Local	Público
02/01 a 28/01	Férias no Museu	Área externa	8.623
19/01/2019	106o. Memofut: homenagem a John Mills	Auditório	34
09/02/2019	107o. Memofut: bate-papo com jogador Roberto Donizeti	Auditório	43
20/02/2019	Seminário Futebóis - Pluralidade e Representatividade	Auditório	127
2/3 a 05/03/2019	Carnaval no Museu	Foyer e Sala Osmar Santos	550

16/03/2019	108° Memofut: Racismo no futebol brasileiro, o silêncio de ontem e falta de ação de hoje	Auditório	52
19/03/2019	Debate: As conquistas delas - A história de resistência do Futebol Feminino no Brasil	Auditório e Sala Osmar Santos	300
12/01; 26/01; 09/02; 23/02; 23/03; 30/03	Encontro de Colecionadores e Troca de figurinhas (total de 06 encontros)	Foyer	433

Os destaques do período foram:

1. Férias no Museu

O tradicional programa de férias teve como tema "brincadeiras clássicas", referindo-se à exposição vigente no período, "Clássico é Clássico e vice-versa". Uma equipe de recreadores ofereceu brincadeiras e dinâmicas em grupo e individuais, tais como: arco e flecha, oficina de pipa, circuito de treino de futebol com obstáculos, futebol vendado e futebol com bexigas. O grupo Cia Matilda apresentou a intervenção "Nas Abas do meu Cordel", que tinha como objetivo aproximar os visitantes da cultura popular brasileira.

Destacou-se também a oficina "Faça seu Pebolim", com a utilização de materiais recicláveis, na qual as crianças puderam levar para casa o que produziram na atividade. E, em parceria com a Confederação Brasileira de Desportos de Gelo, foi oferecida a possibilidade de experimentar dois esportes populares nas Olimpíadas de Inverno: o *Bobsled* e o *Street Curling*.
Todas as atividades foram oferecidas na área externa e com acesso gratuito.

Abaixo, fotos de algumas atividades:

2. Seminário Futebóis: Pluralidade e Representatividade

O seminário, gratuito e aberto ao público, foi a continuidade das reflexões sobre a exposição de longa duração do Museu do Futebol. Com o objetivo de repensar essa exposição, visando sua reformulação, o Museu do Futebol convidou diversos grupos de pessoas ligadas ao esporte, tais como: mulheres torcedoras, representantes de clubes e seus memoriais; times de várzea; árbitras; jogadoras e jogadores, que atuaram em seleção brasileira; jornalistas esportivos, que cobrem o masculino e feminino; representantes da Liga Paulista de Futsal e da Confederação Brasileira de Futebol Digital e Virtual, times que levantam a bandeira LGBTI, criados nos últimos anos, que trouxeram a pauta contra a homofobia no esporte.

Dentre os convidados, esteve presente a comunidade do quilombo indígena Tiririca dos Crioulos, do município de Carnaubeira da Penha, no sertão pernambucano, que contribuiu para a discussão desses outros futebóis como exemplo da criação de laços identitários e afetivos promovida pelo futebol.

Foi um dia inteiro muito rico de contribuições e, que resultou num registro para futuras consultas e pesquisas.

3. Carnaval no Museu

O Museu do Futebol preparou atividades especiais para os quatro dias de Carnaval, com destaque para o bloquinho "Folia no Museu" e para as "Matinês de Carnaval", ambos para crianças de 3 a 10 anos.

O bloquinho "Folia no Museu" foi comandado pela banda "ReBrincando - Arte Diversão", que interpretou o tradicional repertório musical do Carnaval, incluindo temas e hinos dos clubes de futebol. Já as matinês aconteceram dentro da sala Osmar Santos, que foi transformada em espaço para dançar e brincar, no clima dos tradicionais bailes infantis dos clubes.

Ainda na Sala Osmar Santos aconteceram outras atividades, ministradas pelo Educativo, como a oficina "Lançador de Confetes", a oficina "Máscara de Carnaval" e a contação "Torcer ou não Torcer, eis a Questão". Pela primeira vez, o Museu funcionou na segunda-feira do Carnaval, completando a oferta dos quatro dias da folia.

4. Debate: As conquistas delas - A história de resistência do Futebol Feminino no Brasil

Em parceria com as Dibradoras, grupo de jornalistas mulheres especializadas na cobertura de esportes em modalidades femininas, ocorreu o debate com a presença do técnico Rene Simões (que treinou a seleção brasileira feminina entre 2004 e 2007), da ex-jogadora Roseli de Belo e da atual jogadora do SPFC e da Seleção Brasileira Cristiane Roseira. A mediação ficou por conta da jornalista Renata Mendonça, da equipe Dibradoras.

O evento atraiu mais de 300 pessoas, a maioria mulheres. Houve transmissão ao vivo e foi preciso adaptar a transmissão para a Sala Osmar Santos, dado a lotação do auditório. O tema futebol feminino tem atraído cada vez mais público para as atividades do Museu e o debate serviu como preparação para a exposição temporária a ser inaugurada no segundo trimestre.

5. Palestras e debates em conjunto com o grupo MEMOFUT – Grupo de Literatura e Memória do Futebol

Há dez anos o Museu do Futebol abre suas portas para a comunidade estudiosa do tema, como é o caso do grupo MEMOFUT, atualmente formado por cerca de 50 membros. A programação do grupo envolve palestras diversas, elaboradas a partir de estudos realizados por seus membros ou por convidados. As palestras ocorrem no Museu do Futebol e são abertas ao público e transmitidas em vídeo pelas redes sociais.

Para 2019, a curadoria dos temas e convidados é realizada pelo grupo em conjunto com a equipe do Museu. Abaixo, os temas apresentados nas três reuniões do período (janeiro, fevereiro e março).

- **106º Memofut – Homenagem a John Mills**

  O biógrafo de Charles Miller, falecido no início do ano, foi homenageado, na presença de seus familiares. Houve também a continuidade da discussão do livro de Mário Filho "O Negro no Futebol Brasileiro" e a palestra "A Gazeta Esportiva Ilustrada: melhores momentos - volume 1", por José Roberto Fornazza.

- **107º Memofut – Conversa com o jogador Roberto Donizetti**

  Bate-papo com o lateral Roberto Donizetti Dagostino, que atuou pelo Palmeiras (categorias de base e profissional 1975 e 1976), Goiás (1976-1978), Inter de Limeira (1979-1981) e E C São Bento (1982-1985), além da Seleção Paulista (1973) e Seleção Brasileira de Novos (1974).

- **108º Memofut – Racismo no futebol brasileiro, o silêncio de ontem e falta de ação de hoje**

  Programação especial sobre o tema da discriminação racial, com Marcelo Carvalho, idealizador e Diretor Executivo do Observatório da Discriminação Racial no Futebol e Marcel Tonini, historiador e um dos editores do site Ludopédio, pesquisador do tema.

PROGRAMA EDUCATIVO

No primeiro trimestre de 2019, o Núcleo Educativo do Museu do Futebol atendeu o total de 7.311 pessoas, por meio de visitas educativas agendadas, visitas ao Estádio do Pacaembu, além de jogos, atividades, visitas educativas oferecidas ao público espontâneo e ações de formação para professores e educadores. Os atendimentos representam 10% do público de visitantes presenciais do Museu do Futebol (70.029) neste período.

Do total de atendimentos do Educativo, 4.580 visitantes (63%) foram resultado de visitas educativas agendadas. Devido ao período de férias escolares, além do feriado de Carnaval, que impacta no adiamento do planejamento das escolas para a realização de atividades culturais, o número de visitantes oriundos de instituições sociais, ONGs, escolas de esporte, empresas etc. foi comparativamente maior do que o público escolar neste trimestre.

Ainda no período em questão, em ação conjunta com o Núcleo de Desenvolvimento Institucional, o Educativo realizou uma formação para guias de turismo, credenciados pela Embratur, a fim de capacitá-los a criar roteiros com propriedade de conteúdo acerca do acervo do Museu, bem como apresentá-los aos recursos de acessibilidade para estrangeiros e pessoas com deficiência e à cartilha de convivência de grupos, a qual tem o objetivo de introduzir boas práticas com os grupos dentro do espaço expositivo.

TABELA-RESUMO DOS ATENDIMENTOS DO EDUCATIVO - 1º TRIMESTRE/2019

Engajamento	Perfil	Capacidade de Atendimento	Total realizado	% de ocupação	% em relação ao público total atendido pelo Educativo
Visitas agendadas	Público Escolar	7.239	1.951	27%	27%
Visitas agendadas	Público Específico	7.921	2.629	33%	36%
Engajamento	**Perfil**	**Perspectiva de Atendimento**	**Total realizado**	**% de realização**	**-**
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Estádio do Pacaembu e ao Museu	Público Espontâneo	> = 300	705	100%	10%
Atividades educativas aos finais de semana/feriados	Público Espontâneo	> = 520	1270	100%	17%
Visitas mediadas aos finais de semana e feriados ao Museu	Público Espontâneo	> = 144	620	100%	8%
Encontros para formação de professores e profissionais do turismo	Profissionais da Educação/Turismo	> = 20	136	100%	2%
Total de público atendido pelo Núcleo Educativo			7.311	-	100%

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da	Mensuração	Previsão Trimestral

			Mensuração				
29	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	29.1	Meta-resultado	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	1.100	1.951
					2º Tri	5.500	-
					3º Tri	5.500	-
					4º Tri	2.500	-
					META ANUAL	**14.600**	**1.951**
					ICM%	**100%**	**13,4%**
30	(PE) Visitas educativas para público específico	30.1	Meta-resultado	Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	2.600	2.629
					2º Tri	3.100	-
					3º Tri	3.100	-
					4º Tri	1.800	-
					META ANUAL	**10.600**	**2.629**
					ICM%	**100%**	**24,8%**
31	(PE) Projeto Deficiente Residente - 2ª temporada: Futebol de amputados (membros inferiores superiores)	31.1	Meta-produto	Número de novas atividades/roteiros criados	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	3	-
					META ANUAL	**3**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
32	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, escolas, ONGs, outros museus, etc.)	32.1	Meta-produto	Quantidade de ações extramuros realizadas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	-	-
					2º Tri	2	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	2	-
					META ANUAL	**4**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
33	(PE) Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar - modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento de índices de satisfação	33.1	Meta-produto	Número de pesquisas realizadas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	-	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
		33.2	Meta-resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	-	-

					2º Tri	>= 80%	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	>= 80%	-
					META ANUAL	**>= 80%**	**-**
					ICM %	**100%**	**-**
34	(PE) Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu	34.1	Meta-produto	Número de visitas oferecidas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	25	48
					2º Tri	25	-
					3º Tri	25	-
					4º Tri	25	-
					META ANUAL	**100**	**48,0%**
					ICM %	**100%**	**48%**
		34.2	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	300	705
					2º Tri	300	-
					3º Tri	300	-
					4º Tri	300	-
					META ANUAL	**1.200**	**705**
					ICM %	**100%**	**58,7%**
35	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	35.1	Meta-produto	Quantidade de atividades oferecidas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	30	43
					2º Tri	30	-
					3º Tri	30	-
					4º Tri	30	-
					META ANUAL	**120**	**43**
					ICM %	**100%**	**35,8%**
		35.2	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	520	1.270
					2º Tri	520	-
					3º Tri	520	-
					4º Tri	520	-
					META ANUAL	**2.080**	**1.270**
					ICM %	**100%**	**61,1%**
36	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	36.1	Meta-produto	Número mínimo de visitas	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	24	43
					2º Tri	24	-
					3º Tri	24	-
					4º Tri	24	-
					META ANUAL	**96**	**43**
					ICM %	**100%**	**44,8%**
		36.2	Meta-resultado	Número mínimo de público atendido	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	144	620
					2º Tri	144	-

					3º Tri	144	-
					4º Tri	144	-
					META ANUAL	**576**	**620**
					ICM %	**100%**	**100%**
37	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/ profissionais de turismo	37.1	Meta-produto	Número de encontros (4h/cada)	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	2	2
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**2**
					ICM %	**100%**	**100%**
		37.2	Meta-resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	**Período**	**Meta Prevista**	**Meta Realizada**
					1º Tri	20	136
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**20**	**136**
					ICM %	**100%**	**100%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 29: Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Comentário da mensuração 29.1: Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas

O número mínimo de estudantes atendidos previstos na meta foi atingido, principalmente, devido à parceria estabelecida com a Diretoria Regional de Ensino Pirituba/Jaraguá que, no mês de janeiro, conseguiu enviar ao Museu 465 alunos das escolas da região, por meio do programa "Recreio nas Férias". Além disso, após o Carnaval, notou-se um crescente número de público escolar presente em visitas agendadas. Conforme mencionado, é comum que as escolas comecem a se organizar para visitas após o feriado citado. Não por acaso, no mês de março, segundo mês do período letivo, atendemos a maior quantidade de alunos dentro do período. Observa-se também um equilíbrio entre a quantidade de alunos oriundos de escolas municipais, estaduais e particulares. Por fim, salientamos tratar-se de uma meta com previsão de cumprimento de número mínimo; e, que sua superação não impactou o orçamento do Contrato de Gestão.

Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)				
Ação	**Vagas previstas**	**Vagas abertas**	**Vagas ocupadas***	**% de ocupação**
12	**7.239**	**7.239**	**1.951**	**27%**
* público atendido				

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)					
Ação 12	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	**Total mensal**
Janeiro	495	0	0	18	**513**
Fevereiro	0	43	0	0	**43**
Março	464	437	450	44	**1.395**
Total realizado	**959**	**480**	**450**	**62**	**1.951**
Resultado Realizado	**1.951**				
Resultado mínimo previsto	**1.100**				
ICM (trimestre)	**177%**				

Os educadores Leandro Watanabe e Flávia Violim realizam visita com grupo escolar

Ação 30: Visitas educativas para público específico

Comentário da mensuração 30.1: Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)

No primeiro trimestre de 2019, o número de visitas agendadas de público específico seguiu o esperado para o período. A meta foi atingida devido às novas parcerias realizadas pelo Educativo, bem como às já existentes. Destacam-se, para tanto, a continuação da parceria com o projeto "Felicidade" e com a Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência. Por outro lado, o início da parceria com a área de responsabilidade social do Sport Club Corinthians fez aumentar o número de crianças e adolescentes da periferia da cidade atendidos em visitas agendadas. Ao longo do trimestre, os visitantes oriundos de instituições sociais compuseram a maior parte do público atendido em visitas agendadas, representando 31,5% do total de visitantes (1.444 pessoas).

Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)				
Ação	**Vagas previstas**	**Vagas abertas**	**Vagas ocupadas***	**% de ocupação**
13	**7.921**	**7.921**	**2.629**	**33%**
* público atendido				

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)										
Ação 13	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol	**Total mensal**
Janeiro	88	77	317	45	14	0	0	19	287	**847**
Fevereiro	134	102	246	0	22	20	100	0	107	**731**
Março	266	47	518	14	15	0	120	35	36	**1051**
Total realizado	**488**	**226**	**1081**	**59**	**51**	**20**	**220**	**54**	**430**	**2629**
Resultado Realizado	**2.629**									
Resultado mínimo previsto	**2.600**									
ICM (trimestre)	**101%**									

O supervisor Daniel Magnanelli e a educadora Flávia Violim realizam visita com grupo de idosos

Ação 34: Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu

Justificativa da mensuração 34.1: Número de visitas oferecidas

Comentário da mensuração 34.2: Número mínimo de visitantes

Os finais de semana e feriados são um momento de aproveitar a presença mais intensificada do público no Museu do Futebol, oferecendo-lhe uma diversidade de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao equipamento e ao Estádio do

Pacaembu. No primeiro trimestre de 2019, com os feriados do aniversário da cidade de São Paulo e Carnaval, foi possível oferecer um número maior de visitas ao Estádio e ao Museu. Além disso, como estratégia de captação de público e atendendo a uma demanda dos próprios visitantes, ampliou-se a oferta de visitas conjugadas, de duas para quatro por final de semana, tendo em vista a grande procura deste serviço pelo público espontâneo. Desta forma, neste período, foram realizadas 48 visitas e atendidos 705 visitantes. Observamos que a superação da meta de visitas oferecidas não impactou o orçamento do Contrato de Gestão.

Tabela 5. Relação das visitas ao Estádio e número de participantes			
Data		**Público atendido**	**Visitas realizadas**
Janeiro	6	50	2
	12	62	2
	19	135	5
	26	50	2
Total Janeiro		297	11
Fevereiro	2	75	3
	16	27	1
	23	43	2
Total Fevereiro		145	6
Março	2	49	2
	9	24	2
	23	94	4
	30	76	4
	31	20	2
Total Março		263	14
Total do trimestre		**705**	**48**

Os educadores Jamil Neto e Laís Oliveira realizam visita com grupo às dependências do Estádio

Ação 35: Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo

Justificativa da mensuração 35.1: Quantidade de atividades oferecidas

Comentário da mensuração 35.2: Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

Conforme mencionado anteriormente, com os feriados do aniversário da cidade de São Paulo e o Carnaval foi possível oferecer um número mais alto de atividades para o público espontâneo que se encontrava no Museu. Neste período, foram realizadas 43 atividades, com 1.270 visitantes. Salientamos que o número mais elevado de visitas oferecidas e, por consequência, mais visitantes atendidos, não impactou o orçamento do Contrato de Gestão.

As tabelas e os gráficos abaixo apresentam a distribuição das atividades ao longo do trimestre, bem como seu respectivo alcance de público.

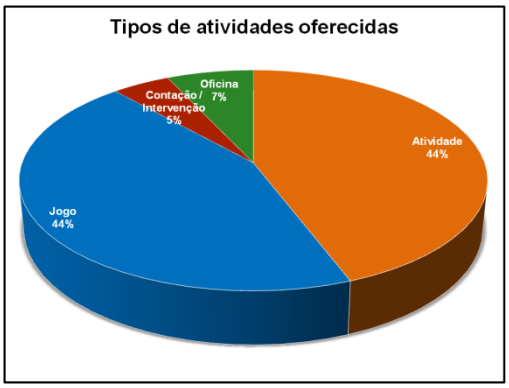
Tabela 6. Lista de jogos, atividades e dinâmicas oferecidos

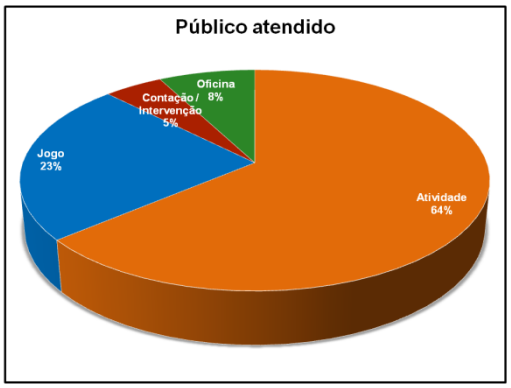
Data	Ação Educativa	Tipo de Ação	Data Comemorativa	Público
05/01/2019	Oficina Caderno Literário + Casa Guilherme de Almeida	Oficina		42
06/01/2019	Mapa das Torcidas	Atividade		46
12/01/2019	Kablan	Jogo		21
13/01/2019	Futebox	Jogo		22
16/01/2019	MuseumSelfie Day	Atividade		243
19/01/2019	Perceber a Cidade	Jogo		16
19/01/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		35
20/01/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		54
20/01/2019	Jogo Memoriboll	Jogo		14
25/01/2019	Caixa Preta	Jogo		45
26/01/2019	Pakayemby	Jogo		6
27/01/2019	Perceber a Cidade	Jogo		8
02/02/2019	Dado das Copas	Jogo		17
03/02/2019	Gol de Letra	Jogo		18
09/02/2019	Um conto por nossa conta	Atividade	Dia Mundial do Rádio	7
10/02/2019	Um conto por nossa conta	Atividade	Dia Mundial do Rádio	3
14/02/2019	Pintando a Jogada	Jogo		25
16/02/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		18
17/02/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		18
17/02/2019	Atletas de Ouro	Jogo		10
23/02/2019	Super Técnico	Atividade		23
24/02/2019	Caixa Preta	Jogo		15
02/03/2019	Oficina de Lançador de Confete	Oficina		31
02/03/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		73
03/03/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		21
03/03/2019	Oficina de Máscaras	Oficina		25
03/03/2019	Torcer ou não torcer	Contação/Intervenção		29
03/03/2019	Torcer ou não torcer	Contação/Intervenção		31
05/03/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		165
08/03/2019	Respeite a Moça	Jogo		8

09/03/2019	Respeite a Moça	Jogo		17
09/03/2019	Cara a Cara	Jogo		15
10/03/2019	Memória + Ação	Atividade		6
16/03/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		4
16/03/2019	Mulheres de Ouro	Jogo		16
17/03/2019	Espaço Dente de Leite	Atividade		13
17/03/2019	Garotas Rebeldes	Jogo		10
23/03/2019	Com que roupa	Atividade		24
23/03/2019	Pakayemby	Jogo		8
24/03/2019	Detalhes do Mundo	Atividade		6
24/03/2019	Memoriball - Consciência Negra	Jogo		10
30/03/2019	Quiz Verdade ou Mentira	Atividade	Dia da Mentira	33
31/03/2019	Quiz Verdade ou Mentira	Atividade	Dia da Mentira	19

Tabela 7. Resumo da quantidade de atividades, dinâmicas e jogos oferecidos e da quantidade de público atendido

Ação 18	Tipos de atividades oferecidas				Público atendido			
	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina
Janeiro	4	7	0	1	378	132	0	42
Fevereiro	5	5	0	0	69	85	0	0
Março	10	7	2	2	364	84	60	56
Total	**19**	**19**	**2**	**3**	**811**	**301**	**60**	**98**
Resultado Realizado	**43**				**1.270**			
Resultado mínimo previsto	**26**				**520**			
ICM (trimestre)	**165%**				**244%**			





Os educadores Leandro Watanabe, Débora Oliveira e Flávia Violim realizam atividades educativas com o público espontâneo

Ação 36: Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados

Comentário da mensuração 36.1: Número mínimo de visitas

Comentário da mensuração 36.2: Número mínimo de público atendido

Da mesma maneira que ocorreu com as atividades e visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu, as visitas mediadas somente no Museu também foram beneficiadas pelos feriados do aniversário da cidade de São Paulo e o Carnaval. Por conta destas datas, foi possível oferecer um número mais alto de visitas mediadas para famílias que se encontravam no Museu. Além disso, como estratégia de captação de público e atendendo a uma demanda dos próprios visitantes, ampliou-se a oferta de visitas mediadas, de duas para quatro por final de semana, tendo em vista a grande procura deste serviço pelo público espontâneo. Neste período, foram realizadas 43 visitas, de forma a atender 620 visitantes. Não houve impacto orçamentário.

Tabela 8. Relação das visitas ao Museu e número de participantes

Data		Público atendido	Visitas realizadas
Janeiro	4	7	1
	5	65	2
	8	12	1
	13	21	2
	20	30	1
	22	30	1
	25	26	2
	27	26	1
	30	4	1
Total Janeiro		221	12
Fevereiro	3	61	2
	5	8	1
	7	10	1
	8	5	1
	9	18	2
	10	66	3
	12	2	1

	14	6	1
	15	4	1
	16	27	1
	17	24	2
	19	3	1
	24	6	1
Total Fevereiro		240	18
Março	3	32	2
	10	15	2
	16	13	2
	17	45	4
	24	54	3
Total Março		159	13
Total do trimestre		**620**	**43**

Os educadores Leandro Watanabe e Angélica dos Santos realizam visitas mediadas com o público espontâneo

Ação 37: Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo

Comentário da mensuração 37.1: Número de encontros (4h/cada)

Comentário da mensuração 37.2: Número mínimo de público presencial alcançado

Estrutura dos encontros

Segue abaixo a proposta de formação aplicada nos dois encontros realizados para os guias de turismo.

Objetivo

O encontro terá como principal objetivo capacitar os interessados a desenvolver uma visita ao Museu de Futebol com apropriação do conteúdo, conhecimento do espaço expositivo e da atuação dos profissionais do Museu no contato direto com o público.

Cronograma

- 09h00 – 09h30: recepção
- 09h30 – 10h00: boas-vindas
- 10h00 – 11h30: apresentação e formação educativa:
  - conteúdo das salas
  - acessibilidade para estrangeiros
  - APP (roteiros de clubes, do Estádio do Pacaembu), audioguia e videolibras.
  - cartilha de convivência
- 11h30 – 12h30: visita livre ao espaço expositivo (educadores estão à disposição)
- 12h30 – 13h00: retorno ao auditório para reflexões e considerações. Fechamento.

Metodologia

O encontro será dividido em três etapas.

1. Formação teórica

Na primeira etapa, os participantes conhecerão como é realizada a gestão do Núcleo Educativo, setor responsável pelo atendimento ao público dentro do Museu do Futebol. Conhecerão a proposta da exposição de longa duração do Museu e os principais conteúdos das temáticas de cada sala. Em seguida, conhecerão os recursos de acessibilidade para estrangeiros e pessoas com deficiência, bem como roteiros de visitas sobre os principais clubes paulistas. Por último, serão apresentados à cartilha de visitação, instrumento fundamental para a boa convivência de grupos dentro do espaço expositivo.

2. Visita ao espaço expositivo

Buscando expandir os conceitos trabalhados na primeira etapa, os participantes farão uma visita livre ao espaço expositivo do Museu, tendo a equipe do Educativo à disposição para eventuais dúvidas.

3. Considerações e reflexões

Na terceira e última etapa, os participantes retornarão ao auditório, onde serão instigados a dialogar sobre o que foi apreendido nas primeiras etapas. Será o momento de ouvir considerações, propostas, dúvidas e debater sobre a melhor forma de conduzir o público dentro do Museu.

Encontro 1

O primeiro encontro para a formação de profissionais de turismo foi desenvolvido a partir de um pedido do guia credenciado Vinicius de Souza Almeida, que organizou a vinda de um grupo de guias para realizar a formação sobre os conteúdos e as regras de convivência do Museu do Futebol. Realizado no dia 12/02/2019, com a presença de 17 guias credenciados pela Embratur, o encontro teve como foco a apresentação do trabalho do Educativo no espaço expositivo, a perspectiva curatorial dos conteúdos do Museu, os recursos de acessibilidade disponíveis para público estrangeiro e com deficiência, uma visita mediada com os educadores do equipamento

e a apresentação da cartilha de convivência de grupos do Museu. A formação teórica ficou a cargo da coordenadora Ialê Cardoso e do assistente de coordenação Marcelo Continelli e, a visita, da educadora Bruna Colucci.

O grupo de guias de turismo durante formação no auditório (esq.) e em visita no espaço expositivo (dir.).

Encontro 2

O segundo encontro para a formação de profissionais de turismo foi realizado a partir da parceria do Núcleo de Desenvolvimento Institucional com o Núcleo Educativo. Ocorrido no dia 27/02/2019, com a presença de 116 guias credenciados pela Embratur, o encontro teve como foco a apresentação do trabalho do Educativo no espaço expositivo, a perspectiva curatorial dos conteúdos do equipamento, os recursos de acessibilidade disponíveis para público estrangeiro e com deficiência e a apresentação da cartilha de convivência de grupos do Museu. A formação teórica ficou a cargo da coordenadora Ialê Cardoso e do assistente de coordenação Marcelo Continelli. Após a apresentação, os guias realizaram uma visita espontânea ao espaço expositivo. No encerramento, os profissionais de turismo apresentaram várias sugestões para o Museu do Futebol.

Arte para a divulgação do 2º encontro para a formação de Guias de Turismo

O grupo de guias de turismo durante formação no auditório.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (2019)

Ao longo do primeiro trimestre de 2019, os perfis do Museu do Futebol nas redes sociais foram alimentados para a divulgação do equipamento. No final do período, constatou-se 5.627 novos seguidores no Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify.

Para reforçar a divulgação da programação do trimestre, foram enviados e-mails marketing e newsletters para os contatos cadastrados no mailing institucional. Além disso, anúncios foram veiculados na Revista Piauí e no Portal UOL – veículos parceiros do Museu.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa 529 inserções em veículos de comunicação.

N°	Ações pactuadas	N°	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
45	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação	45.1	Meta-produto	Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)	1º Tri	-	1
					2º Tri	2	-
					3º Tri	2	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**4**	**1**
					ICM%	**100%**	**25,0%**
46	(PCDI) Inserções na mídia	46.1	Meta-produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	500	529
					2º Tri	700	-
					3º Tri	500	-
					4º Tri	500	-
					META ANUAL	**2.200**	**529**
					ICM%	**100%**	**24,0%**
47	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	47.1	Meta-resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	50.000	61.159
					2º Tri	50.000	-
					3º Tri	60.000	-
					4º tri	50.000	-
					META ANUAL	**210.000**	**61.159**
					ICM%	**100%**	**29,1%**
		47.2	Meta-resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	4.000	5.627
					2º Tri	4.500	-
					3º Tri	4.500	-
					4º tri	4.000	-
					META ANUAL	**17.000**	**5.627**
					ICM%	**100%**	**33,1%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS
PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ação 45: Parcerias com veículos de comunicação

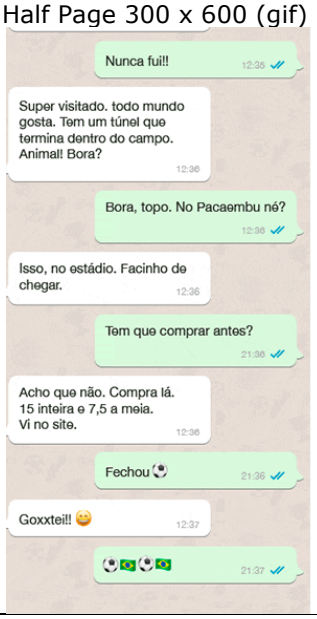
Justificativa da mensuração 45.1:Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)

No primeiro trimestre de 2019 foi firmada parceria de mídia com a Rádio Globo para inserção gratuita de spots na rádio. Além disso, foram feitas inserções de três anúncios institucionais na Revista Piauí, bem como banners no Portal UOL, com dois milhões de impressões, dentro das parcerias em forma de permuta com esses veículos.

Abaixo a síntese dos anúncios no período.

Período: janeiro a março/2019 Total de três veiculações impressas + dois milhões de impressões em volume de mídia online		
Veículo	**Data veiculação**	**Imagem**
Revista Piauí	Edição de janeiro	¼ Coluna
Revista Piauí	Edição de fevereiro	¼ Página

Revista Piauí	Edição de março	¼ Página
UOL	21 de março a 5 de abril	Retângulo/Mobile 300 x 250 (gif)

UOL	21 de março a 5 de abril	Half Page 300 x 600 (gif) 
UOL	21 de março a 5 de abril	Half Page 300 x 600 (gif)

Ação 46: Inserções na mídia

Comentário da mensuração 46.1: Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)

Por se tratar de uma meta com previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável e não onera o Contrato de Gestão. Ressalta-se que se trata de mídia espontânea (não paga) e o volume de inserções é fruto de ações ocorridas no período.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa 529 inserções em veículos de comunicação. As ações do Museu do Futebol que mais repercutiram na mídia nesse trimestre foram: a programação de Carnaval, "Carnaval – Folia no Museu"; o debate "As Conquistas Delas"; a ativação da Nike e do Museu do Futebol na Avenida Paulista; e, a exposição temporária

"Clássico é Clássico e Vice-Versa". Registra-se, também, nota na coluna da Monica Bergamo, jornal Folha de S. Paulo, no Dia Internacional da Mulher (08/03), sobre a nova exposição temporária do Museu a ser aberta em maio deste ano.

Algumas matérias veiculadas estão demonstradas no item "Clipping: Destaques do Mês", nas "Rotinas e Obrigações" do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional.

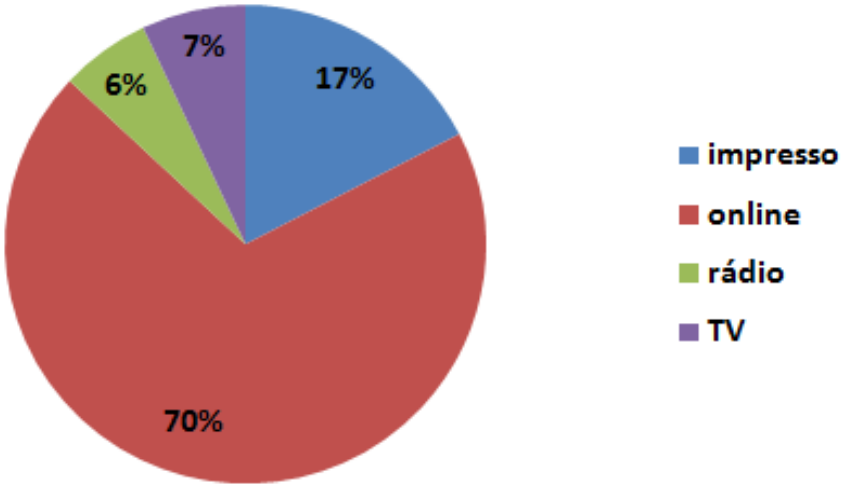
Segue a quantidade de menções e/ou matérias que saíram na mídia no trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Inserções
Janeiro	267
Fevereiro	129
Março	133

Total de 529 inserções, sendo:

- 92 matérias impressas
- 368 inserções online
- 32 inserções em rádio
- 37 inserções em TV

Análise por mídia

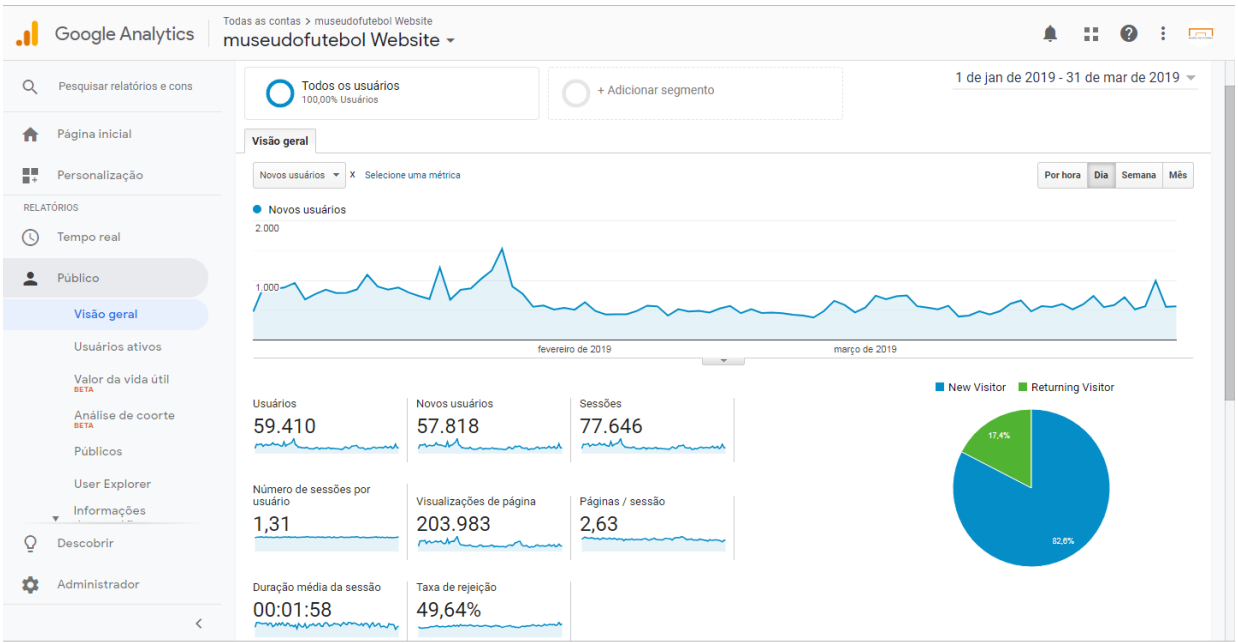


Ação 47: Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

Comentário da mensuração 47.1: Número mínimo de visitantes virtuais

O site do Museu do Futebol (www.museudofutebol.org.br) fechou o primeiro trimestre de 2019 com 61.159 visitantes no total, sendo 59.410 visitantes únicos no período. Dentre os acessos, 82,6% foram novas visitas. Importante destacar que a superação da meta não onera o Contrato de Gestão.

Abaixo, seguem dados de visitação ao site:



Picos de visitação ao site:
1º: 25/jan: 1.731 visitas
2º: 26/fev: 757 visitas
3º: 29/mar:1.083 visitas

Depois do Brasil, os países com maior número de visitantes são: Estados Unidos e Alemanha.

País	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	59.410 Porcentagem do total: 100,00% (59.410)	57.872 Porcentagem do total: 100,09% (57.818)	77.646 Porcentagem do total: 100,00% (77.646)	49,64% Média de visualizações: 49,64% (0,00%)	2,63 Média de visualizações: 2,63 (0,00%)	00:01:58 Média de visualizações: 00:01:58 (0,00%)
1. Brazil	**56.847** (95,45%)	55.238 (95,45%)	74.606 (96,08%)	48,93%	2,65	00:02:00
2. United States	**1.331** (2,23%)	1.312 (2,27%)	1.408 (1,81%)	82,39%	1,50	00:00:30
3. Germany	**107** (0,18%)	104 (0,18%)	124 (0,16%)	62,10%	2,40	00:01:45
4. Chile	**97** (0,16%)	93 (0,16%)	117 (0,15%)	39,32%	2,74	00:01:47
5. Argentina	**96** (0,16%)	91 (0,16%)	106 (0,14%)	50,00%	2,25	00:01:32
6. Portugal	**95** (0,16%)	92 (0,16%)	102 (0,13%)	68,63%	1,74	00:01:07
7. United Kingdom	**91** (0,15%)	82 (0,14%)	108 (0,14%)	50,93%	2,39	00:02:07
8. France	**68** (0,11%)	66 (0,11%)	82 (0,11%)	52,44%	2,49	00:02:31
9. Canada	**64** (0,11%)	63 (0,11%)	72 (0,09%)	58,33%	1,97	00:01:26
10. Peru	**63** (0,11%)	58 (0,10%)	81 (0,10%)	43,21%	2,37	00:01:59

Principais páginas acessadas: "Horários e ingressos" e "Agenda".

	Página	Visualizações de página	Visualizações de páginas únicas	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeição	Porcentagem de saída
		203.983 Porcentagem do total: 100,00% (203.983)	154.585 Porcentagem do total: 100,00% (154.585)	00:01:13 Média de visualizações: 00:01:13 (0,00%)	77.645 Porcentagem do total: 100,00% (77.645)	49,64% Média de visualizações: 49,64% (0,00%)	38,06% Média de visualizações: 38,06% (0,00%)
1.	/	**60.336** (29,58%)	39.785 (25,74%)	00:00:56	37.731 (48,59%)	27,30%	31,63%
2.	/pagina/horarios-e-ingressos	**45.768** (22,44%)	37.947 (24,55%)	00:02:10	17.457 (22,48%)	74,34%	55,10%
3.	/agenda	**18.328** (8,99%)	12.758 (8,25%)	00:00:41	3.866 (4,98%)	47,21%	21,62%
4.	/agenda/dia/2018-03-18?cat=5	**3.972** (1,95%)	2.948 (1,91%)	00:00:35	188 (0,24%)	57,45%	13,04%
5.	/pagina/trabalhe-conosco	**3.937** (1,93%)	3.079 (1,99%)	00:02:21	2.664 (3,43%)	71,73%	76,33%
6.	/pagina/exposicao-longa-duracao	**3.571** (1,75%)	3.168 (2,05%)	00:01:58	398 (0,51%)	71,86%	42,71%
7.	/exposicoes-temporarias/classico-e-classico	**3.112** (1,53%)	2.638 (1,71%)	00:01:43	1.786 (2,30%)	73,74%	57,65%
8.	/pagina/planeje	**2.140** (1,05%)	1.880 (1,22%)	00:02:22	425 (0,55%)	72,24%	42,29%
9.	/pagina/estacionamento	**2.138** (1,05%)	1.841 (1,19%)	00:02:08	785 (1,01%)	77,32%	54,49%
10.	/contato/contato	**1.389** (0,68%)	1.133 (0,73%)	00:02:17	290 (0,37%)	77,59%	51,33%

Origem do tráfego:

Origem/mídia	Aquisição			Comportamento		
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão
	59.410 Porcentagem do total: 100,00% (59.410)	57.872 Porcentagem do total: 100,09% (57.818)	77.646 Porcentagem do total: 100,00% (77.646)	49,64% Média de visualizações: 49,64% (0,00%)	2,63 Média de visualizações: 2,63 (0,00%)	00:01:58 Média de visualizações: 00:01:58 (0,00%)
1. google / organic	**44.534** (73,26%)	42.283 (73,06%)	57.992 (74,69%)	47,71%	2,70	00:02:05
2. (direct) / (none)	**7.852** (12,92%)	7.804 (13,48%)	9.710 (12,51%)	58,65%	2,29	00:01:35
3. google / cpc	**3.718** (6,12%)	3.382 (5,84%)	4.568 (5,88%)	43,83%	2,74	00:01:53
4. promo.99pop.com.br / referral	**694** (1,14%)	689 (1,19%)	706 (0,91%)	70,68%	1,88	00:00:42
5. m.facebook.com / referral	**333** (0,55%)	320 (0,55%)	397 (0,51%)	86,65%	1,35	00:00:30
6. uol.com.br / referral	**309** (0,51%)	309 (0,53%)	332 (0,43%)	87,05%	1,26	00:00:21
7. EmailMarketing / email	**307** (0,50%)	278 (0,48%)	416 (0,54%)	66,83%	1,95	00:01:18
8. saopaulo.sp.gov.br / referral	**301** (0,50%)	261 (0,45%)	344 (0,44%)	24,71%	3,45	00:02:44
9. bing / organic	**299** (0,49%)	289 (0,50%)	354 (0,46%)	43,50%	3,01	00:03:02
10. l.instagram.com / referral	**291** (0,48%)	277 (0,48%)	304 (0,39%)	25,99%	3,82	00:01:35

Comentário da mensuração 47.2: Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)

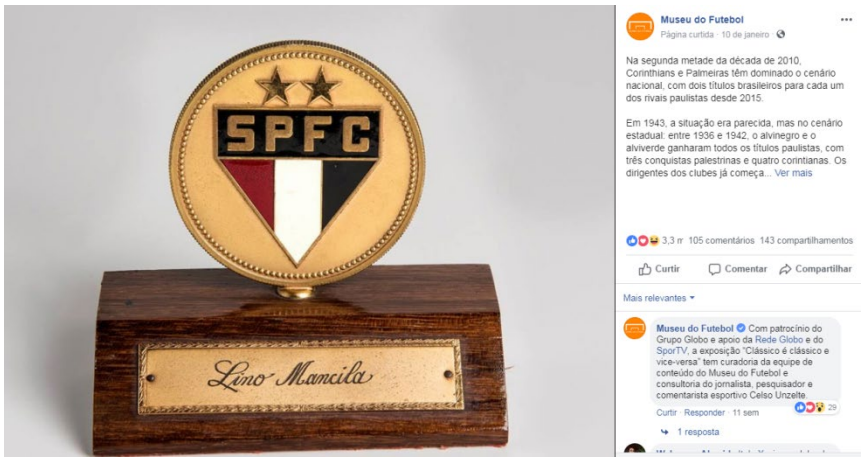
Por se tratar de uma meta com a previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável e não onera o Contrato de Gestão.

Segue a quantidade de novos seguidores por rede social: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e Spotify, bem como o número acumulado por canal.

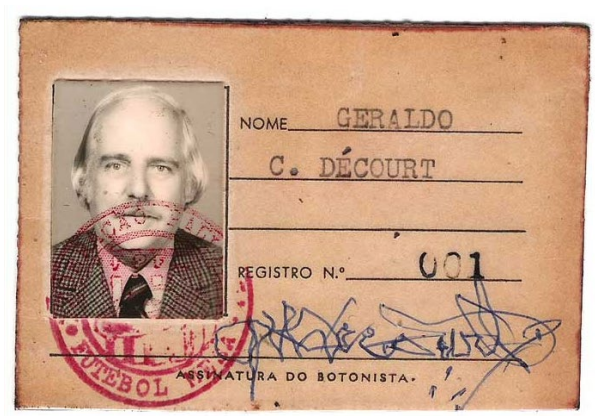
Rede social/Número de novos seguidores	Total geral de seguidores (em 31/03/2019)	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado 2019
Facebook	70.669	1.788				1.788
Twitter	24.475	3.242				3.242
Instagram	18.117	327				327
Youtube	2.872	268				268
Spotify	778	2				2
Total	**116.911**	**5.627**				**5.627**

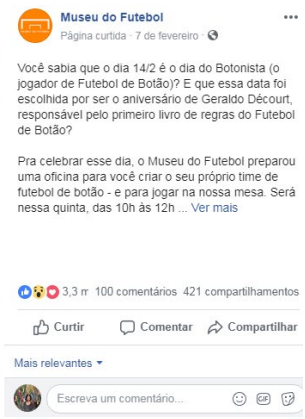
Posts mais curtidos nas redes sociais (janeiro a março):

Facebook



Museu do Futebol
Página curtida · 15 de janeiro ·
Waldir, Zequinha, Geraldo, Americo, Paulinho, Waldemar e Djalma Santos. Laércio, Getúlio, Zito, Dalmo, Pelé, Pepe e Mauro.
Não é à toa que o jogo entre SE Palmeiras e Santos Futebol Clube é conhecido como "Clássico da Saudade". Em 30 de julho de 1961, estes foram alguns dos jogadores que estavam na vitória santista por 2 a 1 contra os palmeirenses, e inspiraram a criação do primeiro jogo de fute...
Ver mais
3 mil 154 comentários 384 compartilhamentos
Curtir Comentar Compartilhar
Mais relevantes
Museu do Futebol Com patrocínio do Grupo Globo e apoio da Rede Globo e do SporTV, a exposição "Clássico é clássico e vice-versa" tem curadoria da equipe de conteúdo do Museu do Futebol e consultoria do jornalista, pesquisador e comentarista esportivo Celso Unzelte.
Curtir · Responder · 11 sem
19
3 respostas


NOME GERALDO
C. DÉCOURT
REGISTRO N.º 001
ASSINATURA DO BOTONISTA


Museu do Futebol
Página curtida · 7 de fevereiro ·
Você sabia que o dia 14/2 é o dia do Botonista (o jogador de Futebol de Botão)? E que essa data foi escolhida por ser o aniversário de Geraldo Décourt, responsável pelo primeiro livro de regras do Futebol de Botão?
Pra celebrar esse dia, o Museu do Futebol preparou uma oficina para você criar o seu próprio time de futebol de botão - e para jogar na nossa mesa. Será nessa quinta, das 10h às 12h ... Ver mais
3,3 mil 100 comentários 421 compartilhamentos
Curtir Comentar Compartilhar
Mais relevantes
Escreva um comentário...

Twitter

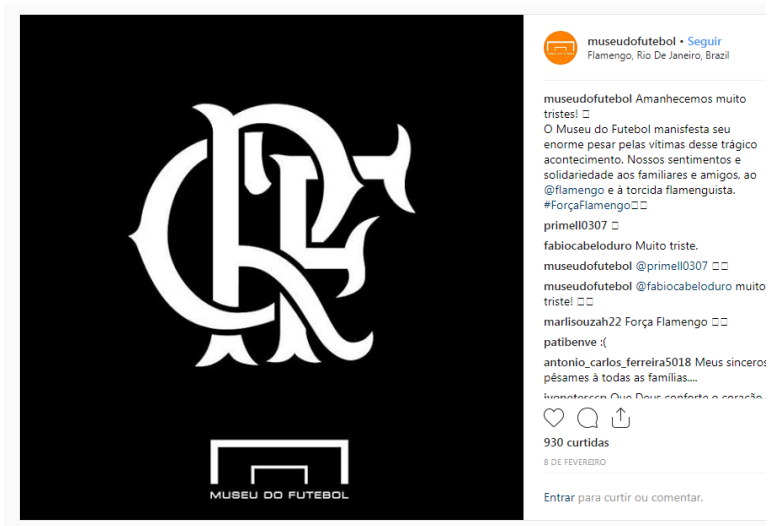
Museu do Futebol
@museudofutebol
Seguir
Quem disse que #mascote não joga Pebolim?! ⚽
Os mascotes do @SantosFC e @RedBullBR mandaram super bem aqui no Museu.
#Santos #RedBull
0:06 2.725 visualizações
13:10 - 21 de mar de 2019
40 Retweets 200 Curtidas

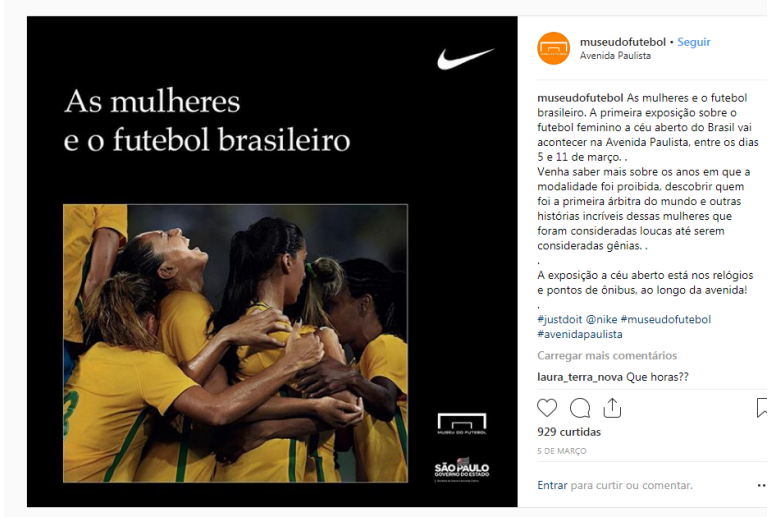
Museu do Futebol
@museudofutebol
Seguir
Fica a dica das @dibradoras ! Bora!!! ⚽
"As Conquistas Delas", dia 19/03, às 19h30, no nosso auditório.
Entrada gratuita, só chegar!
#FutebolFeminino
0:42 1.623 visualizações
12:37 - 11 de mar de 2019
7 Retweets 48 Curtidas

Museu do Futebol
@museudofutebol
Seguir
Simplesmente incrível!
Foi lindo ver tanta gente reunida em nosso auditório, falando sobre futebol feminino. Falando sobre "As Conquistas Delas".💪👧⚽🏆
Obrigado a todos os presentes e também aos que nos acompanharam pelas redes sociais. @dibradoras, que parceria! Valeu demais!!
08:54 - 20 de mar de 2019
9 Retweets 56 Curtidas

Instagram

museudofutebol • Seguir
museudofutebol Esse é o Museu do Futebol do Quilombo Indígena Tiririca dos Crioulos, que fica no sertão pernambucano. Nossa equipe visitou a comunidade em março de 2018, a fim de incluir sua história na exposição itinerante "Museu do Futebol na Área", que circulou por quatro capitais brasileira. Desde então, ficou o desejo de trazer alguns de seus moradores à capital paulista, promovendo uma troca entre os dois museus.
1.428 curtidas
21 DE FEVEREIRO
Entrar para curtir ou comentar.


MUSEU DO FUTEBOL
museudofutebol • Seguir
Flamengo, Rio De Janeiro, Brazil
museudofutebol Amanhecemos muito tristes! □
O Museu do Futebol manisfesta seu enorme pesar pelas vítimas desse trágico acontecimento. Nossos sentimentos e solidariedade aos familiares e amigos, ao @flamengo e à torcida flamenguista. #ForçaFlamengo□□
primell0307 □
fabiocabeloduro Muito triste.
museudofutebol @primell0307 □□
museudofutebol @fabiocabeloduro muito triste! □□
marlisouzah22 Força Flamengo □□
patibenve :(
antonio_carlos_ferreira5018 Meus sinceros pésames à todas as famílias....
930 curtidas
8 DE FEVEREIRO
Entrar para curtir ou comentar.


As mulheres
e o futebol brasileiro
museudofutebol • Seguir
Avenida Paulista
museudofutebol As mulheres e o futebol brasileiro. A primeira exposição sobre o futebol feminino a céu aberto do Brasil vai acontecer na Avenida Paulista, entre os dias 5 e 11 de março. .
Venha saber mais sobre os anos em que a modalidade foi proibida, descobrir quem foi a primeira árbitra do mundo e outras histórias incríveis dessas mulheres que foram consideradas loucas até serem consideradas gênias. .
.
A exposição a céu aberto está nos relógios e pontos de ônibus, ao longo da avenida!
.
#justdoit @nike #museudofutebol #avenidapaulista
Carregar mais comentários
laura_terra_nova Que horas??
929 curtidas
5 DE MARÇO
Entrar para curtir ou comentar.

Conteúdo produzido em YouTube

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES							
Não houve metas previstas para o Programa de Edificações no primeiro trimestre. Todas as ações executadas estão demonstradas nas Rotinas.							
N°	**Ações pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
49	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	49.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	-
50	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	50.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	1	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	**-**
51	(PED) Renovação de Seguros	51.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	1	-
					3º Tri	-	-
					4º Tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	-