RELATÓRIO 2º TRIMESTRE

DE 2018 IDBRASIL CULTURA,

EDUCAÇÃO E ESPORTE

ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA

UGE: UNIDADE DE PRESERVAÇÃO DO PATRIMÔNIO MUSEOLÓGICO

CONTRATO DE GESTÃO Nº 04/2016

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 exercício de 2018, no qual descrevemos as metas e os resultados alcançados pelo IDBrasil no período de 1 de abril a 30 de junho, 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 do Futebol recebeu no período **104.291 visitantes**, dos quais 87% tiveram a entrada pela bilheteria (91.128), seguido de 11,5% (11.993) de participantes da Programação Cultural realizada no Foyer, Praça e Auditório e o restante oriundo de visitas exclusivas em horários noturnos e segundas-feiras (980 pessoas) e pesquisadores que acessaram exclusivamente o CRFB (185 pessoas). Em todos os casos, os números de 2018 foram superiores ao mesmo período dos dois últimos anos. O resultado relaciona-se ao período de Copa do Mundo, iniciada de 15 de junho, bem como de parcerias e outras ações para engajamento de públicos.

O **Programa de Gestão Executiva, Governança e Transparência** alçou a marca de R$ 882.538,00 em recursos captados, com destaque para a cessão onerosa de espaços que, no primeiro semestre registrou o recorde de captação desde a abertura do Museu.

No **Programa de Acervo,** o Centro de Referência do Futebol Brasileiro registrou, neste trimestre, 615 atendimentos, sendo 500 presenciais (entre visitantes, funcionários, estrangeiros, sendo 185 atendimentos a pesquisadores). Durante o ano de 2018, até o momento, foram contabilizados 1.171 atendimentos. O banco de dados teve 2.327 acessos. A equipe engajou-se também na produção de mostras temporárias e itinerantes e organizou o *workshop* "Tecnologias digitais e instituições culturais: novas práticas e possibilidades", realizado em dois dias; o primeiro com palestra do especialista Aquiles Brayner, sobre iniciativas de curadoria digital e de *crowdsoursing*, dentre as quais ressalta-se a sua experiência na British Library, ampliando as perspectivas sobre o trabalho com tecnologias em instituições culturais e, no segundo, uma visita técnica aos bastidores do Museu do Futebol para discussão de modos do emprego da tecnologia em exposições e acervos.

No **Programa de Exposições e Programação Cultural**, foram oferecidas 21 atividades culturais, ocupando 47 dias. Dentre as atividades oferecidas destacam-se: visitação ao túnel do antigo vestiário do Estádio do Pacaembu, no período de 06 a 29 de abril, ação inédita que recuperou uma área que estava fechada ao público desde a abertura do Museu e o recebimento do "Panini Day - a maior troca de figurinhas do mundo", promovido pela Prefeitura de São Paulo e que movimentou no Estádio do Pacaembu mais de 7.900 pessoas em um dia. Além desses destaques, continuou-se com a programação do "Espaço educativo

Dente de Leite", sempre no terceiro final de semana do mês, com o Encontro de Colecionadores de Figurinhas com periodicidade quinzenal aos sábados e domingos e as palestras mensais nas reuniões do Grupo Memofut.

Para o período da Copa do Mundo, foram preparadas ações especiais, tais como: ciclo de palestras mensais com temas do mundial, sendo a do mês de junho com a presença do escritor Ruy Castro e a preparação do Museu para a transmissão dos jogos do torneio. Para isso, a Sala Jogo de Corpo (penúltima sala da exposição principal) recebeu novos mobiliários e interatividades, transformando-se num *lounge.* Quando necessário, as transmissões de partidas ocorreram simultaneamente no Auditório. Foram convidados consulados e outras associações para assistir aos jogos. A estratégia mobilizou a vinda de mais de 1750 pessoas ao Museu, incluindo Embaixadores, Cônsules, Vice-cônsules e outras autoridades dos seguintes países: países árabes representados pela Câmara Árabe de Comércio (Egito, Arábia Saudita, Marrocos), Uruguai, México, Colômbia, Portugal, Rússia e Croácia. Houve a exibição de grupos folclóricos, coral e venda de pratos típicos de alguns desses países, como México, Rússia, Croácia e Uruguai.

Foi concebida e produzida a exposição temporária "A Primeira Estrela: o Brasil na Copa de 1958", inaugurada em 04 de junho e com exibição até 09 de setembro. A curadoria foi desenvolvida pela Diretora Técnica do Museu Daniela Alfonsi e pelo jornalista Roberto Benevides, especializado em imprensa esportiva. O desenvolvimento de conteúdo contou com a colaboração dos escritores Ruy Castro e João Máximo e a mostra exibiu acervos inéditos dos cineastas João Moreira Salles e Arthur Fontes e do fotógrafo e jornalista Antonio Lucio. Um filme com a partida final da Copa mixada com locuções originais de rádio é exibido numa instalação especial no túnel. E, como atração interativa, o visitante pode gravar um vídeo onde, por meio de realidade aumentada, aparece no meio da torcida do Estádio Rasunda, como se estivesse assistindo ao jogo que consagrou o Brasil campeão do mundo pela primeira vez. A mostra obteve o patrocínio do Banco Itaú e apoio da EPSON.

Para continuar nas celebrações para o período da Copa, na exposição de longa duração, houve intervenções na Sala Anjos Barrocos – com a inclusão dos convocados para a Seleção Brasileira, em tonalidade amarela para dar destaque – na Sala das Copas, com a inclusão de uma camisa original amarela usada pelo reserva Moacir da Seleção de 1958 e uma camisa amarela do jogador Neymar Jr e na Sala Números e Curiosidades, com a inclusão de 6 chuteiras usadas por jogadores brasileiros em partidas de Copas do Mundo.

Ainda na área de exposições, a mostra itinerante "Museu do Futebol Na Área", projeto patrocinado pela Motorola por meio da Lei Rouanet, foi exibida em Recife no Centro Cultural Cais do Sertão no período de 25 de abril a 20 de maio e recebeu 16.096 visitantes. Na sequência, seguiu para o Rio de Janeiro, no Centro Cultural Banco do Brasil, com inauguração ao público em 13 de junho. Até o dia 30 desse mês recebeu 8.064 visitantes.

Já no **Programa Educativo**, a equipe atendeu a 13.790 pessoas (13,25% do público total), somando as ações de visitas educativas agendadas e ao público espontâneo, visitas ao Estádio, além de jogos, atividades e ações de formação para professores e educadores. Do total de atendimentos do Educativo, 85,4% (11.784 visitantes) foi oriundo de visitas agendadas, com maioria (8.815) de público escolar. Outro destaque do período foi o início do

projeto educativo *Deficiente Residente*, cujo foco este ano é a deficiência auditiva. O residente surdo Fernando Emerson de Araújo Costa iniciou os trabalhos junto com a equipe de educadores e orientadores em meados de junho e permanecerá até setembro com o objetivo de desenvolver, conjuntamente com a equipe do Museu, um videoguia em Libras para o público surdo. A área também atuou na formação de educadores que atendem ao público na exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" nas cidades de Recife e Rio de Janeiro.

O **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** registrou o recorde de inserções em mídia espontânea na história do Museu: 1.000 no trimestre, fruto de atividades ocorrendo em 3 estados diferentes, como destaque para 82 matérias em TV e 143 em impressos. Para os projetos incentivados, houve a contratação de assessorias de imprensa externa e contou-se com o apoio do Grupo Globo, patrocinador do Museu em 2018. As mídias sociais tiveram o alcance de 7.429 em todos os seus perfis, mais da metade desse total na rede Facebook. Houve a veiculação de 171 anúncios e spots, fruto de parcerias com quatro veículos.

A agência Lew Lara/TBW produziu, sem custos ao Museu, 50 cartazes para divulgação do Museu em linhas de metrô e CPTM. Cada linha estava ilustrada com jogadores que participaram da seleção brasileira em Copas do Mundo. O material virará um painel a ser exibido na sede do Museu no próximo trimestre.

QUADRO DE METAS TÉCNICAS DO MUSEU DO FUTEBOL - ANO 2018

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA (2018)							
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	Meta-Produto	Quantidade de Projetos inscritos	1º Tri	-	2
					2º Tri	1	**-**
					3º Tri	1	**-**
					4º tri	-	**-**
					META ANUAL	**2**	**2**
					ICM%	**100%**	**100%**
2	(PGTG) Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc (Eixo 3)	2.1	Meta-Resultado	20,63% de captação em relação ao repasse	1º Tri	432.380,00	508.733
					2º Tri	492.385,00	883.215
					3º Tri	505.316,00	-
					4º tri	470.946,00	-
					META ANUAL	**1.901.027**	**1.391.948**
					ICM%	**100%**	**73%**
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%	96,3%
					2º Tri	> ou = 80%	90,4%
					3º Tri	> ou = 80%	
					4º tri	> ou = 80%	
					META ANUAL	> ou = 80%	**93,3%**
					ICM%	**100%**	**100%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES – ANEXOS

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, GOVERNANÇA E TRANSPARÊNCIA

Ação 1 - Inscrição de projetos/planos em Leis de Incentivo e editais

Comentários da Mensuração 1.1 – Quantidade de projetos inscritos

Em 2018, foram inscritos dois projetos em editais: o III Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol na FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos, e a exposição temporária "O ofício do Futebol: como o futebol vira notícia" no OI FUTURO. A inscrição desses dois projetos, apesar de cumprir a meta anual pactuada, não excluirá a inscrição, no 3º trimestre, na Lei Federal de Incentivo à Cultura. Também está em andamento a inscrição de um projeto na Lei Federal de Incentivo ao Esporte.

Ação 2 - Captação de recursos financeiros (bilheteria/cessão de espaços/patrocínios/doações) e etc

Justificativa da Mensuração 2.1 - 20,63% de captação em relação ao repasse

A meta de captação foi superada em razão do aumento do número de visitantes, especialmente em razão do período de Copa do Mundo, e pelos resultados com a cessão onerosa de espaços (Auditório e demais áreas). Cumpre ressaltar que essa área vem demonstrando aumento de arrecadação de receitas, fruto de sua reestruturação ocorrida desde o ano de 2017.

Modalidade / Fonte de Captação	1º TRIMESTRE (em R$)	2º TRIMESTRE (em R$)	TOTAL até a data (em R$)
Receitas de Bilheteria	282.363	386.139	668.502
Aluguéis	88.800	88.800	177.600
Cessão de Espaço - Eventos	131.480	345.918	477.398
Convênios/Patrocínios e Doações	6.090	2.030	8.120
Captações Diversas (Prest. Serv)		60.328	60.328
			-
TOTAL Captação trimestral	**508.733**	**883.215**	**1.391.948**
Indicativo de meta de Captação no período	**432.380**	**492.385**	**1.901.027**
Índice de cumprimento da meta no período	**117,7%**	**204,3%**	**73,2%**
Meta Captação Anual (22,3% sobre o valor do repasse)	**1.901.027**	**1.901.027**	**1.901.027**
Índice de cumprimento da meta do Ano	**26,8%**	**46,5%**	**73,2%**

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 é calculado pelo consolidado trimestral da resposta 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 01 de abril a 30 de junho de 2018.

Relatório Consolidado

Pesquisa: Museu do Futebol

Filtros:

- avaliações entre 01/04/18 e 30/06/18
- avaliações realizadas entre 08:00 e 24:00

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

a) Sim, quero falar sobre a visita.	2.356	75,2%
b) Não, quero apenas deixar um comentário	775	24,8%

3.131 respostas

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

a) Sim	1.952	84,3%
b) Não (Quantas vezes já nos visitou?)	363	15,7%

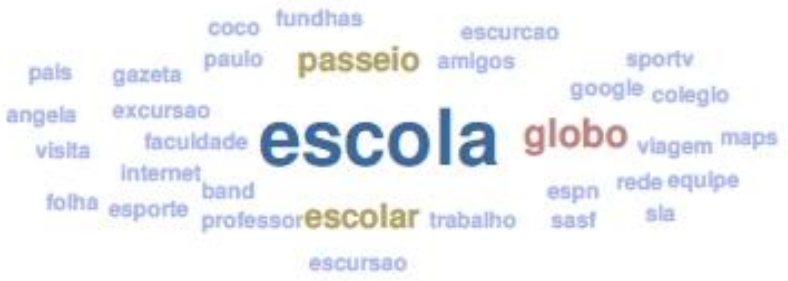
2.315 respostas

3. Como você nos conheceu?

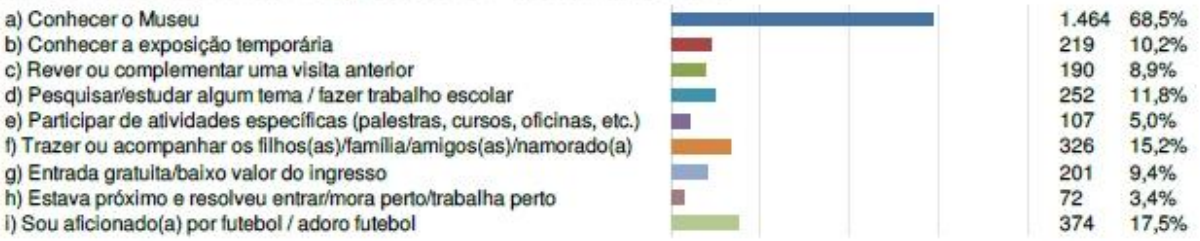
a) Indicação de amigo / familiar	763	40,1%
b) Site do Museu	244	12,8%
c) Redes sociais do Museu (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)	206	10,8%
d) Jornal/Revistas	127	6,7%
e) TV	254	13,3%
f) Rádio	35	1,8%
g) Guias e sites de turismo	113	5,9%
h) Agências de viagem	42	2,2%
i) Outros	493	25,9%

Seleção múltipla permitida — *1.903 respostas*

4. Qual(is)?



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

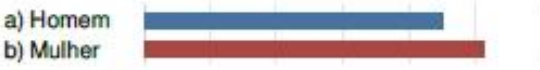


6. O que achou da Exposição principal do Museu do Futebol?

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

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

9. Como você se reconhece?



a) Homem	225	46,8%
b) Mulher	256	53,2%

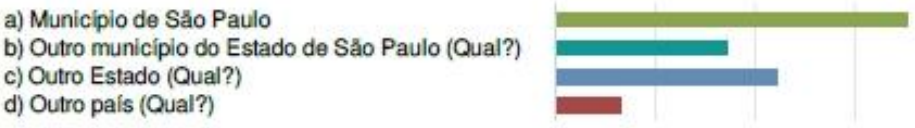
481 respostas

10. Qual a sua idade?

a) Até 18 anos	756	36,7%
b) Entre 18 e 25 anos	369	17,9%
c) Entre 25 e 35 anos	427	20,7%
d) Entre 35 e 45 anos	260	12,6%
e) Entre 45 e 55 anos	106	5,1%
f) Acima de 55 anos	144	7,0%

2.062 respostas

11. Onde você mora?



a) Município de São Paulo	887	43,6%
b) Outro município do Estado de São Paulo (Qual?)	427	21,0%
c) Outro Estado (Qual?)	556	27,3%
d) Outro país (Qual?)	165	8,1%

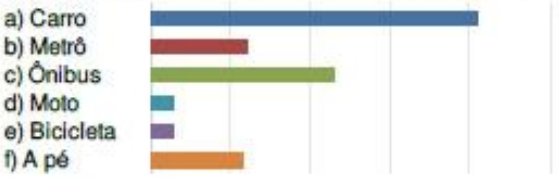
2.035 respostas

12. Qual a sua escolaridade?

a) Fundamental (completo ou incompleto)	602	30,0%
b) Médio incompleto (completo ou incompleto)	278	13,9%
c) Superior incompleto (completo ou incompleto)	634	31,6%
d) Pós-graduação/Mestrado/Doutorado	490	24,5%

2.004 respostas

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



a) Carro	1.025	52,0%
b) Metrô	301	15,3%
c) Ônibus	573	29,1%
d) Moto	66	3,3%
e) Bicicleta	67	3,4%
f) A pé	288	14,6%

Seleção múltipla permitida *1.972 respostas*

14. Deixe seu comentário/sugestão/crítica:

PROGRAMA DE ACERVO (2018)							
N°	**Ações pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
7	(PA) Realização de workshops (oficinas) técnicos	7.1	Meta-Produto	Quantidade de encontros realizados	1º Tri	-	
					2º Tri	2	1
					3º Tri	2	
					4º tri	-	
					META ANUAL	**4**	**1**
					ICM%	**100%**	**25%**
		7.2	Meta-Resultado	Número mínimo de profissionais atendidos	1º Tri	-	
					2º Tri	20	21
					3º Tri	20	
					4º tri	-	
					META ANUAL	**40**	**21**
					ICM%	**100%**	**53%**
8	(PA) Publicação de artigos no site do Museu	8.1	Meta-Resultado	Número de artigos publicados	1º Tri	2	2
					2º Tri	3	3
					3º Tri	3	
					4º tri	2	
					META ANUAL	**10**	**5**
					ICM%	**100%**	**50%**
9	(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)	9.1	Meta-Produto	Número de artigos submetidos à publicação	1º Tri	-	
					2º Tri	-	
					3º Tri	1	
					4º tri	1	
					META ANUAL	**2**	
					ICM%	**100%**	
10	(PA) Coleta e digitalização de fotos e documentos para ampliação do acervo digital	10.1	Meta-Produto	Número mínimo de itens digitalizados	1º Tri	**-**	
					2º Tri	**-**	
					3º Tri	50	
					4º tri	50	
					META ANUAL	**100**	
					ICM%	**100%**	

11	(PA) Estabelecimento de parcerias com clubes de futebol e instituições de memória do esporte para intercâmbio de acervos (mínimo de 1 nova parceria/ano)	11.1	Meta-Produto	Número de parcerias estabelecidas	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	-
12	(PA) Organização, registro e publicização da memória institucional do MF, visando o aniversário de 10 anos do Museu do Futebol	12.1	Meta-Produto	Número de publicações	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES – ANEXOS

PROGRAMA DE ACERVO

Ação 7 - Realização de workshops (oficinas) técnicos

Justificativa da Mensuração 7.1 – quantidade de encontros realizados

Devido à reavaliação do formato, perfil de público e estratégias de divulgação, considerando os seus objetivos de divulgar o trabalho do CRFB e propiciar discussões técnicas especializadas sobre acervos digitais, realizou-se apenas 1 workshop, havendo o adiamento da ação não realizada para o terceiro trimestre, um período estratégico devido à realização do simpósio internacional de estudos sobre futebol (ação condicionada do PECP, previsto para setembro).

Comentários da Mensuração 7.2 – Número mínimo de profissionais atendidos

Nos dias 16 e 17 de maio de 2018, foi realizado o workshop "Tecnologias digitais e instituições culturais: novas práticas e possibilidades", que contou com duas atividades propostas pelo Centro de Referência do Futebol Brasileiro como parte da 16ª Semana de Museus (IBRAM) que teve como tema "Museus hiperconectados: novas abordagens, novos públicos". O evento, dividido em duas partes, com inscrições independentes, abordaram potencialidades de uso da tecnologia em organizações como museus.

No primeiro dia, foram realizadas duas palestras, uma com o convidado Aquiles Brayner, consultor em gestão da informação e especialista em curadoria digital, sobre possibilidades de atuação com acervos digitais, com ênfase em curadoria digital e uso de *crowdsourcing* em instituições culturais, e a outra, com a coordenadora do CRFB Camila Aderaldo, que discorreu sobre potencialidades e desafios da formação de um acervo digital e o uso de tecnologias no Museu do Futebol, tendo como pano de fundo os dez anos da instituição.
No segundo dia, foi promovida uma visita técnica ao Museu, enfocando as estratégias de uso da tecnologia na instituição, em que os participantes puderam conhecer os recursos utilizados e participar de uma discussão sobre as potencialidades a serem exploradas por esta e outras instituições, debatendo sobre as expectativas e oportunidades para os museus. O perfil dos participantes colaborou sobremaneira para o enriquecimento das conversas, em que se destaca a presença de fotógrafos profissionais que trouxeram a perspectiva de quem produz itens que podem ser incorporados ao acervo do Museu ou integrar ações de *crowdsoursing* na web. Os eventos, que foram gratuitos, tiveram participação total de 21 pessoas.

Palestras no dia 16 e visita técnica no dia 17.

Comentários da Meta 8: Publicar artigos no site do Museu do Futebol

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

Um dos artigos publicados é um levantamento, realizado no ensejo da comemoração de aniversário de 78 anos do Estádio do Pacaembu, dos jogos disputados no local que tenham definido um campeão, compilando modalidades masculina e feminina, profissional e amador. Os outros dois artigos foram preparados a partir de relatos de campo do projeto Modos de Torcer, realizado pelo CRFB em 2014, em que a equipe acompanhou jogos da Copa do Mundo

junto às torcidas dos outros países, entre imigrantes e descendentes. Segue abaixo um resumo de cada um.

Nome do artigo: "Os campeões do Pacaembu"
Link:https://medium.com/museu-do-futebol/campe%C3%B5es-no-pacaembu-e033d1a6650d
Resumo: No dia do aniversário de 78 anos de estádio, publicamos uma relação de jogos disputados no Pacaembu que tenham definido um campeão. Na maioria dos casos, são "finais", isto é, confronto direto entre times que tinham chance de obter o título. Mas há, também, alguns jogos de campeonatos disputados no sistema de "pontos corridos", cujos resultados acabaram definindo matematicamente o campeão. Este artigo foi feito por Ademir Takara, bibliotecário do CRFB, em conjunto com Sérgio Paz, aficionado por futebol, membro do MEMOFUT – Grupo Literatura e Memória do Futebol.

Nome do artigo: "Dae Han Min Guk! Dae Han Min Guk! Relatos sobre uma torcida sul-coreana durante a Copa do Mundo no Brasil"
Link: https://medium.com/museu-do-futebol/hist%C3%B3ria-ilustrada-da-copa-do-mundo-6cffa33f5747
Resumo: O artigo elenca os melhores momentos da experiência dos pesquisadores do CRFB durante a partida Coreia do Sul x Bélgica, na Copa do Mundo de 2014, acompanhada junto à colônia sul-coreana estabelecida em São Paulo (cerca de 90% desses imigrantes estão concentrados nesta cidade). A partida foi transmitida em telões no gigantesco salão da Igreja Missionária Oriental de São Paulo concomitantemente ao evento gastronômico "Festival de K-Foods" e ao concurso de covers, "Dream Concert".

Nome do artigo: "Em 2014, o retorno precoce da Espanha"
Link: https://medium.com/museu-do-futebol/em-2014-o-retorno-precoce-da-espanha-d362ade1bd3d
Resumo: O artigo apresenta um resumo do relato de campo dos pesquisadores do Museu do Futebol sobre a partida da Espanha contra o Chile, pela Copa do Mundo de 2014, acompanhada junto a imigrantes e descentes espanhóis no clube da Sociedade Hispano Brasileira de Socorros Mútuos, Instrução e Recreio. A Espanha, campeã da Copa realizada na África do Sul em 2010, foi de predileta à desclassificada já na segunda rodada da primeira fase do torneio.

Abaixo, o print da tela com as publicações:

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2018)							
N°	**Ações pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
15	(PEPC) Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute	15.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	1
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**100%**
16	(PEPC) Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol	16.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes recebidos	1º Tri	58.000	66.456
					2º Tri	72.000	104.291
					3º Tri	75.000	**-**
					4º tri	67.000	**-**
					META ANUAL	**272.000**	**170.745**
					ICM%	**100%**	**63%**
17	(PEPC) Implantação de comitê curatorial para elaboração de projeto de renovação da exposição de longa duração (ação pendente do exercício de 2017)	17.1	Meta-Resultado	Comitê curatorial implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
18	(PEPC) Seminário com especialistas sobre o tema "Ciência do Esporte" (ação pendente do exercício de 2017)	18.1	Meta-Produto	Quantidade de eventos realizados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	
19	(PEPC) Pré-projeto cenográfico e/ou de conteúdo e/ou tecnologia para a renovação da exposição – visando inscrição em Lei de Incentivo	19.1	Meta-Produto	Pré-projeto elaborado	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	-

DETALHAMENTO DAS AÇÕES – ANEXOS

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Meta 15: Exposição virtual na Plataforma Google Cultural Institute

Justificativa da Mensuração 15.1 – Quantidade de Exposições

Exposição Virtual na plataforma Google Arts & Culture - "A Seleção em Poços de Caldas - Memórias da primeira concentração do time campeão mundial em 1958 - fotos de Antonio Lucio". Tema atrelado à exposição temporária realizada no período (meta condicionada do PEPC)

Neste trimestre, foi preparada uma nova exposição virtual na plataforma Google Cultural Institute, apresentando como tema a passagem da seleção brasileira de 1958 pela cidade de Poços de Caldas, primeira etapa dos preparativos da equipe para a Copa do Mundo daquele ano.

O lançamento ocorreu em 03 de julho, data escolhida pelo Google. A antecipação do cumprimento desta meta deu-se pela pertinência do tema relativamente à realização da exposição temporária "A Primeira Estrela", que aborda conquista da seleção brasileira em 1958, e ao tema Copa do Mundo, cujo torneio iniciou-se em 14 de junho. O relatório da exposição temporária está anexo em Metas Condicionadas.

A exposição virtual, denominada "A Seleção Brasileira em Poços de Caldas: memórias da primeira concentração do time campeão mundial em 1958", traz detalhes da experiência da seleção em sua passagem de onze dias pela cidade, narrada a partir de fotos de Antonio Lucio, fotógrafo enviado para acompanhar a seleção brasileira na referida foto. Falecido em 2000, teve parte de seu acervo encontrado pela filha em 2013, que resolveu publicá-las em livro em 2018 e compartilhar com o Museu do Futebol. Outra fonte importante para a construção dessa exposição foram os jornais locais, Folha de Poços e Diário de Poços de Caldas, que traziam notícias sobre a passagem da seleção brasileira pela cidade, incluindo artigos sobre as tratativas e negociações para que a escolha de Poços como local para a concentração da equipe de futebol ocorresse – em que se constata o contato direto com a família de Juscelino Kubitscheck. O acesso poderá será realizado através do link: https://artsandculture.google.com/preview/exhibit/GgIyupbh-AffIA

Justificativa da Ação 16 - Recebimento de visitantes presencialmente no Museu do Futebol

Em ano de Copa do Mundo o aumento da visitação é natural e segue o histórico do Museu conforme anos das edições anteriores do Evento Expositivo.

PROGRAMA EDUCATIVO (2018)							
N°	**Ações pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuraçã o**	**Mensuraçã o**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
22	(PE) Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)	22.1	Meta-Resultado	Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas	1º Tri	1.100	2.933
					2º Tri	5.500	8.815
					3º Tri	5.500	-
					4º tri	2.500	-
					META ANUAL	**14.600**	**11.748**
					ICM%	**100%**	**80%**
23	(PE) Projeto Deficiente Residente – 2ª temporada: surdos	23.1	Meta-Produto	Número de novas atividades/rote iros criados	1º Tri	**-**	**-**
					2º Tri	**-**	**-**
					3º Tri	**-**	**-**
					4º tri	3	**-**
					META ANUAL	**3**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
24	(PE) Visitas educativas para público específico	24.1	Meta-Resultado	Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)	1º Tri	2.600	2.880
					2º Tri	3.100	2.969
					3º Tri	3.100	-
					4º tri	1.800	-
					META ANUAL	**10.600**	5.849
					ICM%	**100%**	**55%**
25	(PE) Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, etc)	25.1	Meta-Produto	Quantidade de ações extramuros realizadas	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	2	2
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	2	**-**
					META ANUAL	**4**	**50%**
					ICM%	**100%**	**-**

26	(PE) Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento de índices de satisfação	26.1	Meta-Produto	Número de pesquisas realizadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**2**	**1**
					ICM%	**100%**	**50%**
		26.2	Meta-Resultado	Índice de satisfação (> ou = 80%)	1º Tri	-	-
					2º Tri	> ou = 80%	98,7%
					3º Tri	-	-
					4º tri	> ou = 80%	-
					META ANUAL	**> ou = 80%**	**98,7%**
					ICM%	**100%**	**100%**
27	(PE) Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu	27.1	Meta-Produto	Número de visitas oferecidas	1º Tri	20	29
					2º Tri	20	26
					3º Tri	20	-
					4º tri	20	-
					META ANUAL	**80**	**55**
					ICM%	**100%**	**69%**
		27.2	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes	1º Tri	300	546
					2º Tri	300	700
					3º Tri	300	-
					4º tri	300	-
					META ANUAL	**1.200**	**1.246**
					ICM%	**100%**	**100%**
28	(PE) Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo	28.1	Meta-Produto	Quantidade de atividades oferecidas	1º Tri	26	49
					2º Tri	26	33
					3º Tri	26	-
					4º tri	26	-
					META ANUAL	**104**	**82**
					ICM%	**100%**	**79%**
		28.2	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas	1º Tri	520	1.112
					2º Tri	520	956
					3º Tri	520	-
					4º tri	520	-
					META ANUAL	**2.080**	**2.068**
					ICM%	**100%**	**100%**
29	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	29.1	Meta-Produto	Número mínimo de visitas	1º Tri	24	30
					2º Tri	24	25
					3º Tri	24	-
					4º tri	24	-
					META ANUAL	**96**	**55**
					ICM%	**100%**	**57%**

29	(PE) Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados	29.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público atendido	1º Tri	144	370
					2º Tri	144	350
					3º Tri	144	-
					4º tri	144	-
					META ANUAL	**576**	**720**
					ICM%	**100%**	**100%**
30	(PE) Encontros para formação de professores/educadores/profissionais de turismo	30.1	Meta-Produto	Número de encontros (4h/cada)	1º Tri	2	4
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	**2**	**4**
					ICM%	**100%**	**200%**
		30.2	Meta-Resultado	Número mínimo de público presencial alcançado	1º Tri	20	69
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	-	**-**
					META ANUAL	**20**	**69**
					ICM%	**100%**	**100%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES – ANEXOS

PROGRAMA EDUCATIVO

Ação 22 – Visitas educativas para estudantes de escolas públicas e privadas (ensino infantil, fundamental, médio, técnico e universitário)

Justificativa da Mensuração 22.1 - Número mínimo de estudantes atendidos em visitas educativas

Como ocorre em períodos de Copa do Mundo, há o aumento de demandas por visitas educativas, fato que justifica a superação da meta no segundo trimestre de 2018. Alia-se a esse resultado a parceria com a Secretaria Estadual de Educação, iniciada em fevereiro de 2018 e que garante média de 200 alunos por semana em visitas educativas.

Tabela 1. Demonstração de vagas disponibilizadas (público escolar)

2TRI	Tabela 1. Demonstração das vagas disponibilizadas (público escolar)				
	Ação	Vagas previstas	Vagas abertas	Vagas ocupadas*	% de ocupação
	22	10.857	10.857	8.815	81%
	* público atendido				

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)

Tabela 2. Demonstração da ocupação das vagas (público escolar)					
Ação 22	Escolas Municipais	Escolas Estaduais	Escolas Particulares	Universidades	Total mensal
Abril	837	1.451	368	43	2.699
Maio	986	1.331	590	48	2.955
Junho	1.220	1.284	650	7	3.161
Total realizado	3.043	4.066	1608	98	8.815
Resultado Realizado	8.815				
Resultado mínimo previsto	5.500				
ICM (trimestre)	160%				

A educadora Flávia Violim realiza visita com grupo escolar

Ação 24 - Visitas educativas para público específico

Comentários da Mensuração 24.1 - Número mínimo de público específico atendido em visitas educativas (mínimo de 44% da capacidade de atendimento de 24.128 vagas)

No período, houve a descontinuidade da parceria com a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social (SMADS), responsável por fornecer transporte para ONGs e Instituições conveniadas. Assim, a partir do terceiro trimestre, haverá a busca ativa por novas parcerias para atendimento a ONGs e instituições sociais que trabalham com o perfil de público específico a essa meta.

Tabela 3. Demonstração de vagas disponibilizadas (público específico)

2TRI	Tabela 3. Demonstração das vagas disponibilizadas (público específico)				
	Ação	**Vagas previstas**	**Vagas abertas**	**Vagas ocupadas***	**% de ocupação**
	24	**4.143**	**4.143**	**2.969**	**72%**
	* público atendido				

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)

Tabela 4. Demonstração da ocupação das vagas (público específico)										
Ação 24	Em situação de vulnerabilidade	Pessoas com deficiência	Infanto-Juvenil	Terceira idade	Institucional	Família	Empresas	Turistas	Escolas de Futebol	**Total mensal**
Abril	194	38	736	0	19	101	60	0	0	**1148**
Maio	40	11	511	27	77	0	95	30	0	**791**
Junho	69	136	578	45	0	76	120	6	0	**1030**
Total realizado	**303**	**185**	**1825**	**72**	**96**	**177**	**275**	**36**	**0**	**2969**
Resultado Realizado	**2.969**									
Resultado mínimo previsto	**3.100**									
ICM (trimestre)	**96%**									

A educadora Júlia Paccanaro realiza dinâmica durante visita com grupo de pessoas com deficiência

Comentários da Ação 25 - Ações educativas extramuros (casas de repouso, orfanatos, etc)

Ação 1

No dia 19/06, o Núcleo Educativo esteve no Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento para uma ação com os alunos com diferentes tipos de deficiências na instituição. No ensejo do lançamento do material "Museu do Futebol para Todos", desenvolvido com a aluna da referida

escola Estela Almeida, a coordenadora Ialê Cardoso e o assistente de coordenação Marcelo Continelli apresentaram a cartilha e o livro-caixa e realizaram uma dinâmica lúdica com os alunos com base no material. Em seguida, todos participaram de um grande jogo da memória com os escudos dos mais diversos times brasileiros.

O Núcleo Aprendizagem e Desenvolvimento entende que a escola de Educação Especial não está a serviço da segregação do aluno, quando busca não compará-lo com a pessoa normal, aceitando e reconhecendo as diversas peculiaridades existentes em qualquer ser da espécie humana. A não negação da deficiência irá possibilitar que o trabalho da escola de Educação Especial esteja voltado para uma busca incessante de melhores condições de ensino-aprendizagem.

Ialê Cardoso e Marcelo Continelli realizam atividades educativas com os alunos com deficiência do Núcleo AP

Alunos com deficiência atendidos: 15 + 5 professores

Ação 2

No dia 26/06, o Núcleo Educativo esteve no ILPI Canindé para uma ação com os idosos residentes na instituição. Em diálogo com os profissionais da instituição, elaboramos uma atividade lúdica que trabalhou o Futebol e a Copa do Mundo por meio de objetos como taças, bolas, vestimentas do passado e do presente para estimular a memória afetiva, a cognição e coordenação motora, além claro, de dar acesso ao conteúdo do museu e trabalhar a inclusão.

O ILPI é Instituição de Longa Permanência para Idosos com 60 anos ou mais, de ambos os sexos, com diferentes necessidades e graus de dependência, que não dispõem de condições para permanecer na família. O acesso ao serviço também é garantido para idosos que se encontram com vínculos familiares fragilizados ou rompidos, em situações de negligência familiar ou institucional, sofrendo abusos, maus tratos e outras formas de violência, ou com a perda da capacidade de auto-cuidado.

Idosos atendidos: 40 + 10 profissionais da ILPI.

Os educadores Flávia Violim e José Neto realizam atividades educativas com o público idoso do ILPI Canindé

Ação 26 - Pesquisa de perfil e de satisfação de público escolar modelo SEC (professor e estudante) e monitoramento de índices de satisfação

Mensuração 26.1 – Número de pesquisas realizadas

Mensuração 26.2 – Índice de satisfação (> ou = 80%)

Mensuração da meta prevê número maior que 80%.

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR
RELATÓRIO ANALÍTICO

A PESQUISA

Seguindo as orientações do Ofício Circular UPPM nº 115/2017, realizamos 40 avaliações de Estudantes do 6° ao 9° ano e 69 avaliações de Professores/Responsáveis como amostras colhidas para a pesquisa de público escolar. Os questionários foram preenchidos após a realização das visitas com grupos de escolas estaduais, municipais e particulares de 8 de maio a 8 de junho de 2018.

O objetivo da pesquisa foi o de conhecer o perfil e o nível de satisfação do público escolar da rede de museus da Secretaria da Cultura, a partir de um modelo de pesquisa e metodologia comum a todos os museus.

1. PESQUISA VOLTADA AOS PROFESSORES

1.1 METODOLOGIA

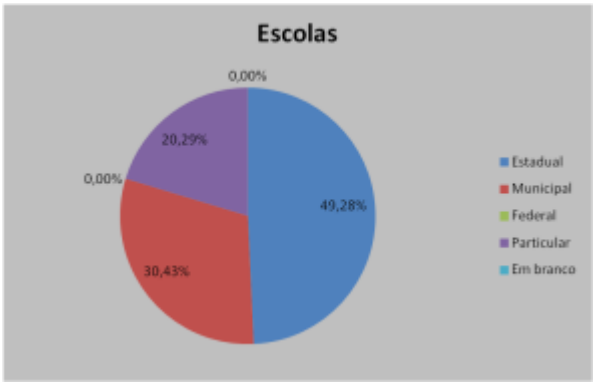
Para maio, calculamos 1/3 da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa. Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 69 avaliações com professores / responsáveis, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas 69 avaliações.

A tabulação dos dados foi realizada pelo assistente administrativo Rafael Degl'Iesposti e pelo supervisor Daniel Magnanelli. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação.

1.2 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

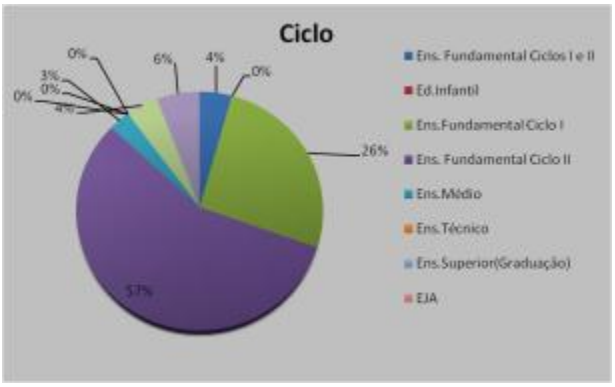
1.2.1 Rede de ensino

Diferentemente da pesquisa realizada em setembro de 2017, quando 52,78% das avaliações foram preenchidas pela rede municipal de ensino, em maio tivemos a predominância da rede estadual com 49,28% das avaliações preenchidas. As escolas estaduais e particulares tiveram resultados inferiores, sendo 30,43% e 20,29% das avaliações preenchidas de cada. Acredita-se que, no caso das escolas estaduais, esta incidência seja fruto da parceria com a Secretaria da Educação do Estado, iniciada neste ano.



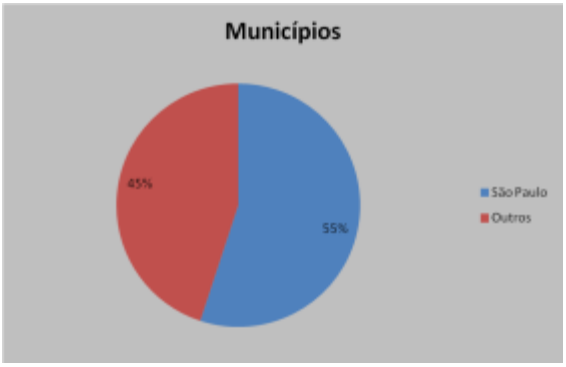
1.2.2 Ciclo de ensino

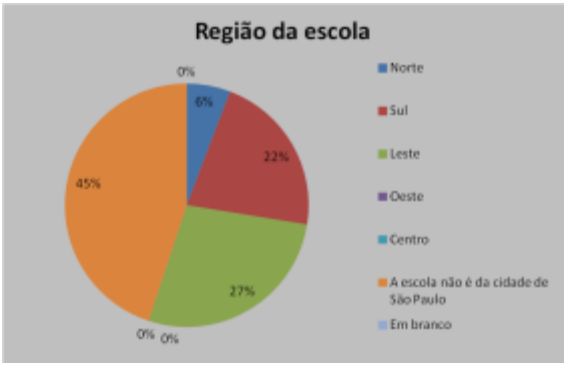
O Ensino Fundamental Ciclo II, comparado ao relatório anterior, novamente apresentou a maior porcentagem da pesquisa, dessa vez totalizando 57%.
Analisando as possibilidades de uma maior incidência do Fundamental Ciclo II, consideramos o perfil dos grupos agendados durante o período e a disponibilidade dos responsáveis para o preenchimento de duas avaliações, uma vez que optamos por entregar a avaliação proposta pela SEC e a avaliação desenvolvida pelo Educativo.



1.2.3 Localização da escola

Houve maior predominância das escolas do município de São Paulo, totalizando 55% das avaliações preenchidas. Considerando apenas o território municipal, percebeu-se uma maior participação das escolas das regiões Leste e Sul e, assim como analisado em setembro de 2017, a falta de instituições de ensino do Centro.



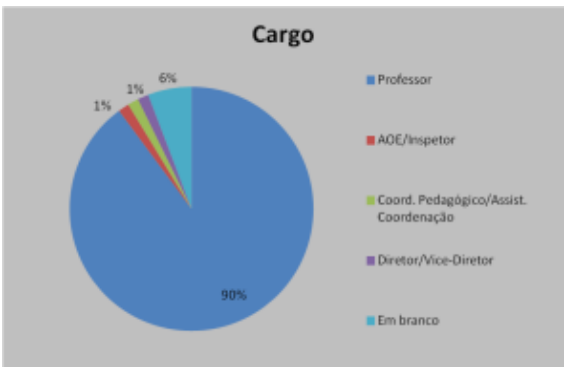


1.2.4 Região administrativa da escola

Não foi identificada, na avaliação, dados que possibilitassem uma análise sobre a região administrativa da escola que fosse diferente dos dados apresentados no subitem anterior referente à localização da escola.

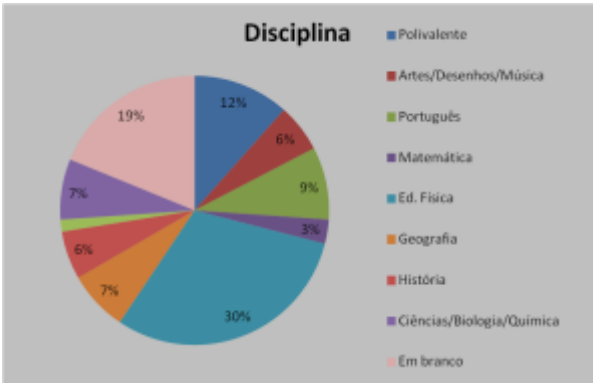
1.2.5 Cargo ocupado pelo acompanhante responsável

Os acompanhantes dos grupos eram professores em sua maioria (90%). Durante o processo de análise dos dados, não foi percebida nenhuma incidência em um ciclo específico que fosse considerado relevante para ser relatado. O fato de serem professores faz com que as relações interdisciplinares propostas pelos educadores do museu sejam melhor apreendidas do que alguém que ocupa um cargo administrativo. Isso pode ser percebido pelos resultados apresentados no item 1.5. Se comparado aos dados apresentados no semestre passado, quando tivemos 87% das avaliações preenchidas por professores, notamos que tivemos um público considerável que não preencheu esta parte da avaliação mas não detectamos o motivo (6%).



1.2.6 Disciplina lecionada

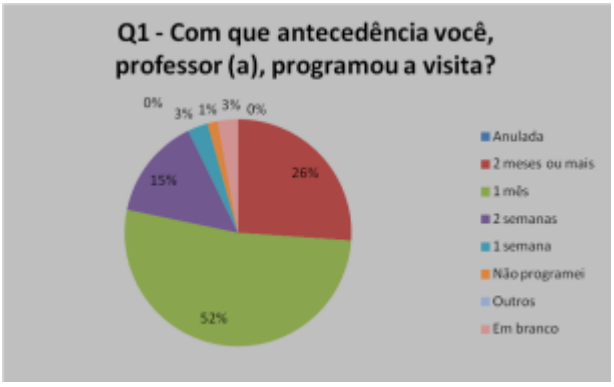
A maioria dos professores (30%) leciona Educação Física, fato comum ao se considerar a temática do esporte no museu. Salvo os professores polivalentes (12%), o restante das disciplinas aparece de forma bastante heterogênea. Não houve influência dos dados obtidos no item 1.4.5, tendo em vista que 90% dos responsáveis dos grupos foram professores. Comparando os dados tabulados neste semestre com os dados do semestre passado, tivemos um aumento nos responsáveis que deixaram a questão em branco, de 5% para 19% sem detectar os motivos de tal ocorrência.



1.3 SOBRE A VISITA

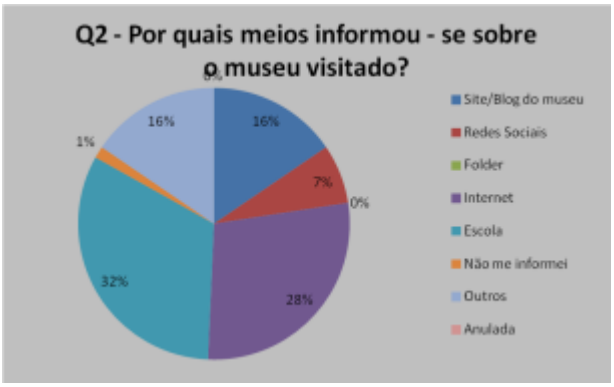
1.3.1 Antecedência da visita

Os responsáveis dos grupos prepararam-se, em sua maioria (52%), com 1 mês de antecedência em sua maioria (46%); em sequência, com 2 meses ou mais de antecedência (26%). Assim como no semestre anterior, os responsáveis apresentaram uma antecedência de programação de visita acima de 1 mês.



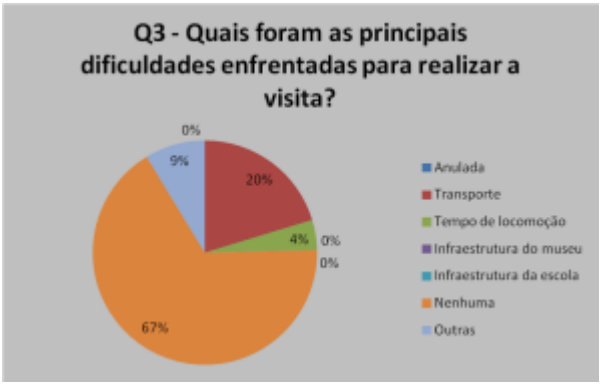
1.3.2 Canais de informação sobre o museu visitado

Os principais de comunicação apontados pelos professores foram a própria escola (32%), seguidos da Internet (28%) e, equilibrados, o site do museu e outros meios - ambos com 16%. Considerando os dados do semestre passado para uma breve comparação, é possível identificar um crescimento de pessoas que utilizaram outros meios para ter maiores informações (de 8% para 16% neste semestre). Dentre os apontamentos, alguns já conheciam o museu outros receberam indicações de outras pessoas.



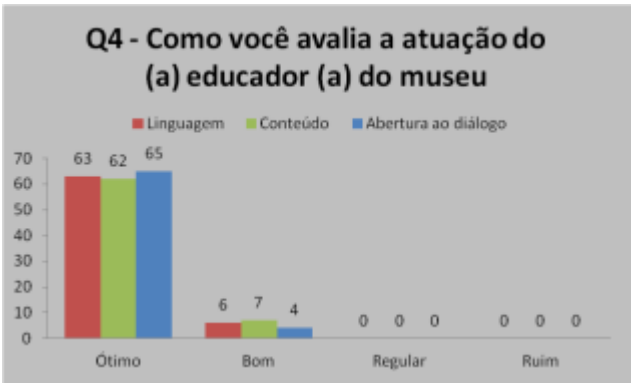
1.3.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita

Para a maioria dos responsáveis (67%) não houve dificuldade para a realização da visita. Assim como no semestre anterior, as poucas dificuldades que apareceram para a realização da visita foram relacionadas ao transporte (20%). Comparado aos 2 semestres anteriores, foi mantida a maioria de instituições que não tiveram problemas enfrentados para a realização da visita. Em maio/17 e setembro/17 o índice de "nenhuma" 69% e 76%, respectivamente, já neste semestre foi 67%, gerando um impacto positivo para toda a experiência estimulada durante a visita ao museu.



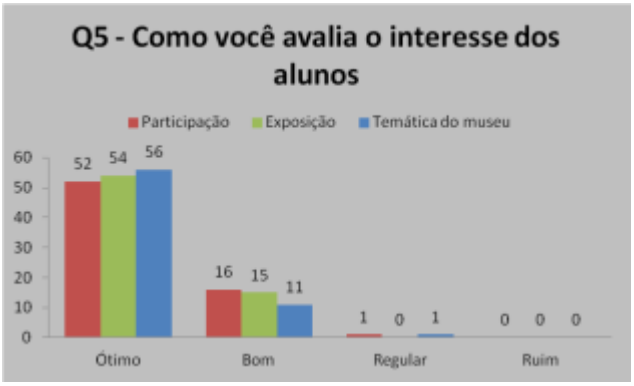
1.3.4 Avaliação da atuação do educador do museu

O item que recebeu o maior número de indicações pelos responsáveis foi "ótimo", concluindo-se que o trabalho dos educadores segue plenamente satisfatório, quando comparado aos semestres anteriores. Tal satisfação do público reflete o profissionalismo da equipe, processo de formação contínuo dos educadores - que possuem horário de pesquisa diário -, reuniões frequentes com coordenação e supervisão do núcleo, realização de avaliações qualitativas sistemáticas das visitas educativas e a preocupação com o outro no processo de mediação.



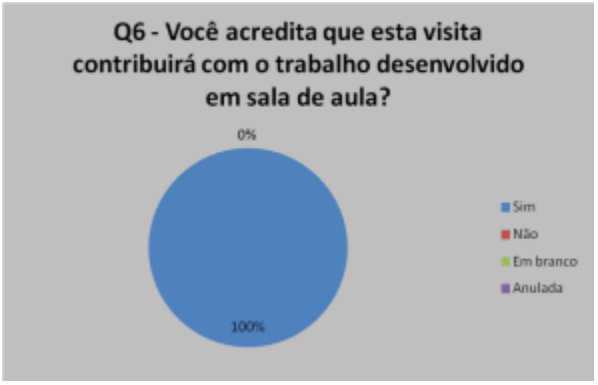
1.3.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita

Realizando uma breve descrição do gráfico, para as respostas de "ótimo", tivemos 52 marcações em "participação", 54 em "exposição" e 56 em "temática do museu". Para as respostas de "bom", tivemos 16 marcações em "participação"; 15 em "exposição" e 11 em "temática do museu", refletindo o interesse heterogêneo e bastante equilibrado dos alunos. Não houve mudanças significativas dos resultados dos semestres passados para esse semestre.



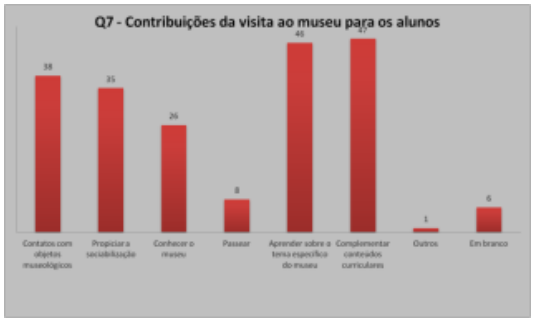
1.3.6 Contribuição da visita com o trabalho desenvolvido em sala de aula

O item que teve maior porcentagem foi "sim" (100%) de modo que não houve mudanças significativas dos resultados dos semestres passados para esse semestre.



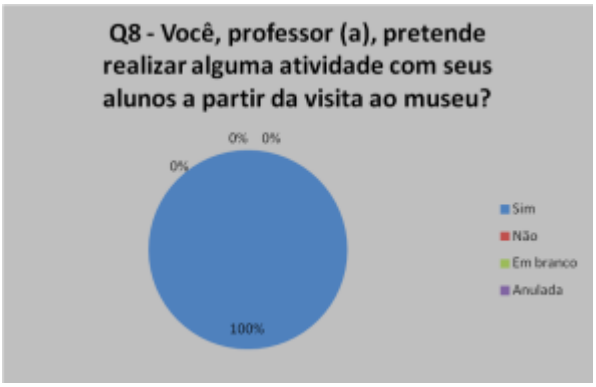
1.3.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos

Os itens que tiveram maior relevância foram "complementar conteúdos curriculares" (46) e "aprender sobre o tema específico do museu" (47), seguidos pelo "contato com objetos museológicos" (38). É importante ressaltar que "propiciar a sociabilização" também tem, constantemente, apresentado altos índices das respostas (35), o que indica essa preocupação dos responsáveis pelas visitas com uma educação integral do indivíduo. Comparado ao semestre anterior, houve inversão dos itens de maior relevância, visto que, anteriormente, "aprender sobre o tema específico do museu" (54) teve maior incidência que "complementar conteúdos curriculares" (51).



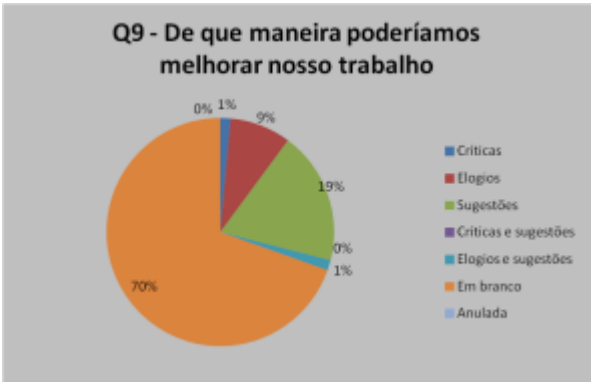
1.3.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita

Analisando o gráfico, conclui-se que os responsáveis compreendem a importância de trabalhar, em sala de aula, as experiências obtidas na visita ao museu. Desta maneira, 100% dos avaliados pretendem realizar alguma atividade com seus alunos. Os tipos de atividades que os professores apontaram na pesquisa foram diversos como, por exemplo, debates, rodas de conversa, redação, painéis e relatórios, organização de murais, seminário entre outros. Grande parte dos apontamentos relacionaram as ações a serem desenvolvidas com o tema Copa do Mundo de 2018.



1.3.9 Sugestões e críticas para a melhoria do trabalho educativo no museu

Apenas 30% das avaliações tiveram esta questão respondida, para as demais respostas, a maior incidência foram sugestões (19%) e elogios (9%). Dentre os principais comentários, recebemos sugestões sobre o tempo de visitação; maior divulgação sobre a visita; visita por todas as salas; e elogio sobre a estrutura do museu e exploração proposta pelo educador. Houve um grande número de respostas em branco (70%). Podemos atribuir isto ao fato de que a avaliação é entregue ao final da visita e o responsável necessita preencher também o formulário de avaliação do próprio museu. Nesse sentido, é complexo avaliar a dedicação necessária considerando a logística do tempo da visita juntamente com o horário do ônibus e o interesse do responsável em contribuir com duas avaliações.



2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES

2.1 METODOLOGIA

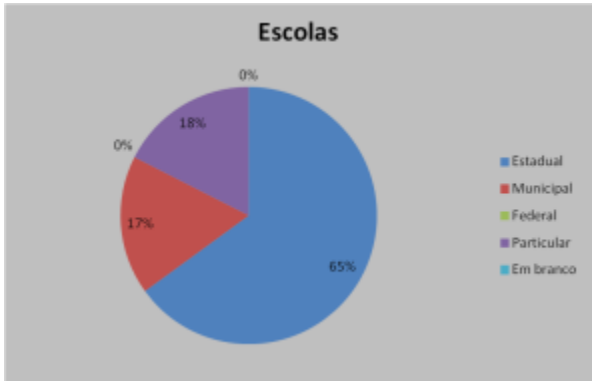
Para maio, calculamos 1/3 da meta trimestral de estudantes do período, qual seja, 5.500 alunos. A terça parte deste valor, para efeito do cálculo amostral representa 1.833 alunos. Para o número de responsáveis, consideramos a terça parte da meta dividida por 20, uma vez que temos um responsável para cada grupo de 20 alunos para responder a pesquisa.
Para a pesquisa de alunos do ciclo Fundamental II, conforme orientação da UPPM por e-mail, o cálculo amostral foi feito com base na porcentagem de estudantes do ciclo Fundamental II que visitaram o museu no ano de 2017.
Assim, para efeito do cálculo amostral, consideramos o número de 40 avaliações com alunos, utilizando-se a porcentagem de 5% para erro amostral e 90% para nível de confiança, tendo sido realizadas as 40 avaliações. Referente à questão 4 - "O que aprendeu ou descobriu na visita", notando a ausência do uso de verbos nas respostas dos alunos, utilizamos como metodologia o uso do verbo "aprender" nas avaliações sem verbo, uma vez que o mesmo se faz presente na pergunta e caracteriza uma continuação do que fora questionado.

2.2 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação dos dados foi realizada pelo supervisor de equipe Daniel Magnanelli com auxílio da educadora Júlia Paccanaro. Não houve grandes questões quanto ao processo de tabulação.

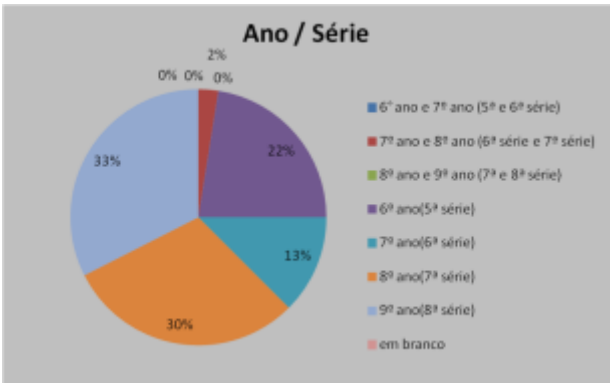
2.2.1 Rede de ensino

As redes de ensino predominantes foi a do estado de São Paulo (65%). Comparado à pesquisa realizada no semestre anterior, houve uma mudança de cenário visto que 45% das avaliações foram respondidas por alunos da rede municipal de ensino.



2.2.2 Ciclo de ensino

A escolha do Ciclo II ocorreu a partir de um mapeamento realizado em relação aos ciclos escolares atendidos com maior frequência entre os museus da SEC. Para este perfil de público, houve maior incidência de alunos do 9° ano (33%) e do 8° ano (30%), mudando o cenário se comparado à setembro de 2017, quando tivemos a maioria do 6° ano (45%).



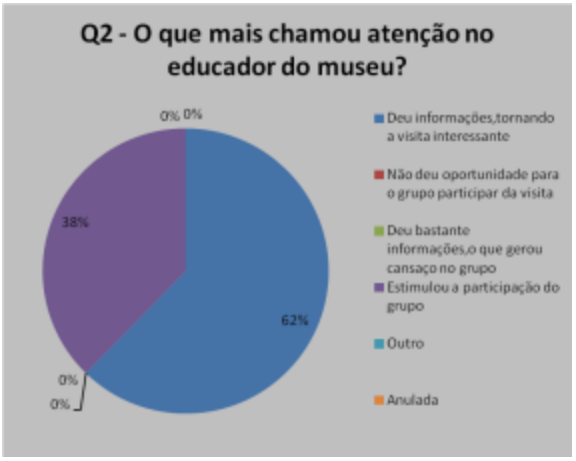
2.3 SOBRE A VISITA

2.3.1 A visita foi interessante

97% dos alunos consideraram a visita interessante e 3% - que corresponde a um aluno - consideraram a visita mais ou menos interessante. O motivo mais citado foi "conteúdo" (52%).

2.3.2 Avaliação da atuação do educador do museu

Os itens que receberam maior número de indicações pelos estudantes foram "deu informações, tornando a visita interessante" (62%) e "estimulou a participação do grupo (38%)". A partir desses dados, é possível avaliar que o trabalho dos educadores foi considerado satisfatório. Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.



2.3.3 Avaliação do interesse em relação à visita

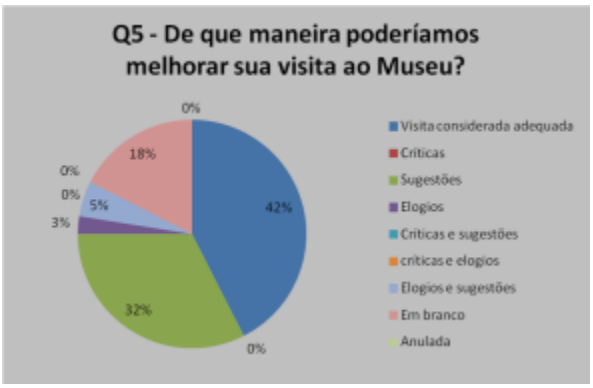
Referente ao interesse em relação à visita, os itens avaliados de maneira positiva foi equilibrado com a seguinte ordem: "obras" (38), "espaço" (37) e "assunto" (34). Comparado aos resultados obtidos no semestre anterior, "obras" manteve-se como o mais apontado pelos alunos (39). Na avaliação dos itens que não chamaram atenção o item "assunto" teve um pequeno aumento de 2 para 3 apontamentos dos alunos.

2.3.4 O que aprendeu ou descobriu na visita

A ideia geral predominante é impessoal (65%). O verbo mais utilizado pelos estudantes foi "aprender" (35). A temática mais citadas foi "história do futebol". Não houve mudanças significativas dos resultados do semestre passado para esse semestre.

2.3.5 Sugestões e críticas para a melhoria da visita educativa ao museu

De modo geral, os estudantes consideraram a visita adequada ou fizeram elogios (45%). No mais, 32% apontaram sugestões e 3% foram compreendidas como elogios / sugestões. Tivemos 18% das respostas em branco, mas não foi possível identificar o motivo de tal incidência.
Dos principais apontamentos, podemos citar os elogios sobre a visita, o acervo e o trabalho do educador. Para as sugestões, foram apontados: maior tempo de visita, mais atividades, oferecer lanche e entrar no campo do Pacaembu.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

O nível de satisfação dos professores foi de 98,77%, considerando a média ponderada das questões 4 e 6. Analisando os dados após a pesquisa realizada com os professores ficou destacado que todos os professores avaliaram atuação dos educadores do museu com relação à adaptação de linguagem, abordagem do conteúdo e abertura para o diálogo dos alunos como ótimo ou bom. O nível de satisfação dos alunos foi de 97,5%. Importante salientar que o nível de satisfação com relação à visita foi de 98,75%. Se comparado ao semestre anterior, o nível de satisfação dos professores teve um aumento de 97,67% para 98,77% e, no caso dos alunos, queda de 98,5% para 97,5%. Quando cruzamos os resultados avaliados como ótimo na questão 4 "Como você avalia a atuação do educador do museu" da avaliação dos responsáveis com a questão 1 "A visita foi interessante?" da avaliação dos alunos, concluímos que a linguagem, conteúdo e abertura ao diálogo tornaram a visita interessante para o grupo. De modo geral, a pesquisa foi bem recebida pelos professores e estudantes ainda que, para os responsáveis, houve a necessidade do preenchimento desta avaliação e da avaliação realizada pelo museu.

Ação 27 – Visitas conjugadas ao Estádio do Pacaembu

Comentários da Mensuração 27.1 - Número de visitas oferecidas

A presença mais intensificada do público espontâneo aos finais de semana e feriados no museu tem sido aproveitada para oferecer uma diversidade de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu e ao Estádio.

Justificativa da Mensuração 27.2 - Número mínimo de visitantes

A meta foi superada pois é uma ação que varia conforme a presença de público espontâneo no Museu. Assim, como houve um maior número de visitantes no período, cresceu também o oferecimento de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu e ao Estádio.

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes por mês

Tabela 6. Relação das visitas ao estádio e número de participantes			
Data		**Público atendido**	**Visitas realizadas**
Abril	7	52	2
	14	8	1
	21	41	2
	28	112	3
	29	78	2
Maio	1	78	3
	5	53	2
	12	40	1
	19	15	1
	31	28	1
Junho	2	107	2
	9	27	2
	16	11	2
	30	50	2
Total do trimestre		**700**	**26**

A educadora Flávia Violim realiza visita mediada ao estádio e museu com o público espontâneo

Ação 28 – Atividades, dinâmicas e jogos para o público espontâneo

Comentários da Mensuração 28.1 - Quantidade de atividades oferecidas

A presença mais intensificada do público espontâneo aos finais de semana e feriados no museu tem sido aproveitada para oferecer uma diversidade de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu e ao Estádio.

Justificativa da Mensuração 28.2 - Número mínimo de visitantes atendidos nas atividades oferecidas

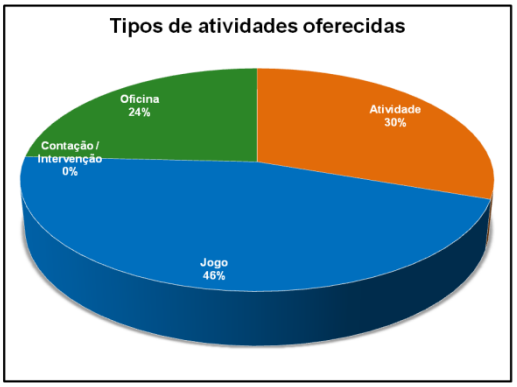
A meta foi superada pois é uma ação que varia conforme a presença de público espontâneo no Museu. Assim, como houve um maior número de visitantes no período, cresceu também o oferecimento de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu e ao Estádio.

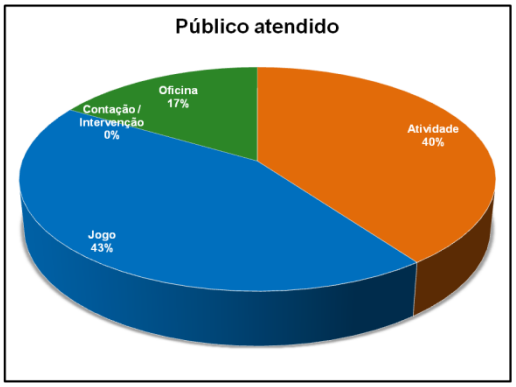
Tabela 7. Resumo dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos

Tabela 7. Lista dos jogos, atividades e dinâmicas oferecidos				
Data	**Ação Educativa**	**Tipo de Ação**	**Data Comemorativa**	**Público**
01/04/2018	Verdade ou Mentira	Jogo		10
07/04/2018	Deuses Olímpicos	Jogo		68
08/04/2018	Mapa das Torcidas	Atividade		15
14/04/2018	Vôlei Sentado	Jogo		14
15/04/2018	Oficina Cartão Postal	Oficina		14
21/04/2018	Qual goleiro sou eu?	Jogo		20
21/04/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		40
22/04/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		67
28/04/2018	Pakayemby	Atividade	Aniversário do Estádio	20
29/04/2018	Perceber a Cidade	Oficina	Aniversário do Estádio	26
01/05/2018	Oficina de Pipa	Oficina		60
05/05/2018	Caixa Preta	Atividade		34
06/05/2018	Jogo de Camisas	Jogo		25
12/05/2018	Oficina Marca Página	Oficina		15
13/05/2018	Oficina Marca Página	Oficina		8
19/05/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		36
19/05/2018	Duplo Retrato	Oficina	Semana de Museus	16
20/05/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		24
20/05/2018	Duplo Retrato	Oficina	Semana de Museus	17
26/05/2018	Futebocha	Jogo		26
31/05/2018	Mundo das Copas	Jogo		21
31/05/2018	Experimentando o Futebol de Botão	Atividade		51
02/06/2018	Mapa dos estádios	Jogo		42
03/06/2018	Carrascos da Seleção Brasileira (Tomba-lata)	Jogo		18
09/06/2018	Memoriball - Mascotes das Copas	Jogo		21
10/06/2018	Mapa dos estádios	Jogo		17
16/06/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		53
16/06/2018	Dado das Copas	Jogo		21
17/06/2018	Espaço Dente de Leite	Atividade		42
17/06/2018	Taça de Papel	Oficina		2
23/06/2018	Mundo das copas	Jogo		46
23/06/2018	Carrascos da Seleção Brasileira (Tomba-lata)	Jogo		36
30/06/2018	Memoriball - Escudos de Seleções	Jogo		31

Tabela 8. Resumo da quantidade de jogos, atividades e dinâmicas oferecidos e da quantidade de público atendido

Tabela 8. Resumo da quantidade de atividades, dinâmicas e jogos oferecidos e da quantidade de público atendido								
	Tipos de atividades oferecidas				Público atendido			
	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina	Atividade	Jogo	Contação / Intervenção	Oficina
Abril	4	4	0	2	142	112	0	40
Maio	4	3	0	5	145	72	0	116
Junho	2	8	0	1	95	232	0	2
Total	**10**	**15**	**0**	**8**	**382**	**416**	**0**	**158**
Resultado Realizado	**33**				**956**			
Resultado mínimo previsto	**26**				**520**			
ICM (trimestre)	**127%**				**184%**			





Os educadores Diego Sales e Débora Oliveira realizam a atividade "Mapa dos Estádios"

Ação 29 – Visitas mediadas para famílias aos finais de semana e feriados

Comentários da Mensuração 29.1 - Número mínimo de visitas

A presença mais intensificada do público espontâneo aos finais de semana e feriados no museu tem sido aproveitada para oferecer uma diversidade de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu e ao Estádio.

Justificativa da Mensuração 29.2 - Número mínimo de público atendido

A meta foi superada pois é uma ação que varia conforme a presença de público espontâneo no Museu. Assim, como houve um maior número de visitantes no período, cresceu também o oferecimento de atividades, dinâmicas e jogos educativos e mais oportunidades de visitas mediadas ao museu e ao Estádio.

Tabela 9. Relação das visitas ao museu e número de participantes por mês

Tabela 9. Relação das visitas ao museu e número de participantes			
Data		**Público atendido**	**Visitas realizadas**
Abril	1	13	1
	8	23	2
	14	14	1
	15	28	2
	22	53	2
Maio	6	19	2
	13	28	2
	20	52	2
	31	12	2
Junho	3	31	2
	10	4	1
	17	9	2
	23	21	2
	24	17	1
	26	26	1
Total do trimestre		**350**	**25**

A educadora Débora Oliveira realiza visita mediada ao museu com o público espontâneo

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM - SP (2018)							
Nº	**Ações pactuadas**	**Nº**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
33	(PSISEM) Participação no projeto da Rede Memória e Esporte – Museu de Esportes São José dos Campos	33.1	Meta-Produto	Número de visitas técnicas/ oficinas de curadoria realizadas	1º Tri	2	2
					2º Tri	2	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	**4**	**2**
					ICM%	**100%**	**50%**

Justificativa da Ação 33 - Participação no projeto da Rede Memória e Esporte – Museu de Esportes São José dos Campos

As oficinas foram adiadas para os meses de julho e agosto de 2018, devido às condições e prazos determinados pelas equipes envolvidas no projeto, que prevê participação da comunidade relacionada ao Museu de Esportes de São José dos Campos. Houve desenvolvimento do projeto de exposição de longa duração, como previsto, porém, as definições curatoriais finais ocorrerão no próximo trimestre, uma vez que há o pressuposto de curadoria participativa. O adiamento não trouxe ônus ao Contrato.

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL (2018)							
Nº	**Ações pactuadas**	**Nº**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
35	(PCDI) Parcerias com veículos de comunicação	35.1	Meta-Produto	Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)	1º Tri	-	-
					2º Tri	2	7
					3º Tri	2	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	**4**	**7**
					ICM%	**100 %**	**175%**
36	(PCDI) Inserções na mídia	36.1	Meta-Produto	Número mínimo de inserções (TV/Rádio/WEB/Impressos)	1º Tri	250	482
					2º Tri	250	1.000
					3º Tri	250	-
					4º tri	250	-
					META ANUAL	**1.000**	**1.482**
					ICM%	**100%**	**100%**
37	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	37.1	Meta-Resultado	Número mínimo de visitantes virtuais	1º Tri	18.000	100.357
					2º Tri	18.000	77.860
					3º Tri	18.000	-
					4º tri	18.000	-
					META ANUAL	**72.000**	**178.217**

					ICM%	**100%**	**100%**
		37.2	Meta-Resultado	Número mínimo de novos seguidores nas redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Spotify)	1º Tri	1.500	2.566
					2º Tri	1.500	7.429
					3º Tri	1.500	-
					4º tri	1.500	-
					META ANUAL	**6.000**	**9.995**
					ICM%	**100%**	**100%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES – ANEXOS

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO

Ação 35 – Parcerias com veículos de comunicação

Justificativa da Mensuração 35.1 - Número de parcerias firmadas (novos veículos e/ou renovação)

Foram realizadas 7 parcerias com veículos de mídia, sendo estes: Revista Piauí (renovação), UOL, Diário de Pernambuco, Rádio Clube, TV Globo Recife, Rádio Globo e TV Globo Rio de Janeiro. As parcerias em outros estados (PE e RJ) relacionam-se ao projeto de exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área", realizada com recursos incentivados pela Lei Rouanet. Por se tratar de uma meta com previsão de cumprimento de número mínimo, sua superação é desejável e não onera o contrato de gestão.

Foram feitas inserções de anúncios institucionais na Revista Piauí, dentro do contrato de permuta vigente de maio de 2017 a maio de 2018. O contrato foi renovado por mais um ano, com vigência até maio de 2019.

Foi fechada também parceria com o site UOL para inserção de banners.

Para a divulgação da exposição itinerante “Museu do Futebol na Área”, foram realizadas parcerias com os veículos locais de Recife (Diário de Pernambuco, Rádios Clube AM e FM e TV Globo Recife) e do Rio de Janeiro (Rádio Globo RJ e TV Globo RJ).

Período: abril a junho/2018 **Total de 171 anúncios/spots em 4 veículos**		
Veículo	**Data veiculação**	**Imagem**
Revista Piauí	Edição de abril	¼ Página
Revista Piauí	Edição de maio	¼ Página
Revista Piauí	Edição de março	½ Página

Diário de Pernambuco	Abril e Maio	¼ página

		15 x 13 cm
Rádios Clube AM e Clube FM	Abril e Maio	Texto do spot: "Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria da Cultura, Museu do Futebol e Motorola apresentam a Exposição itinerante Museu do Futebol na Área que chega no Recife para celebrar o futebol e a história de todo brasileiro. De 25 de abril a 20 de maio, no Centro Cultural Cais do Sertão. De terça a domingo, das 9 às 17 horas, com entrada gratuita. A exposição conta com o apoio da Clube FM e AM. Realização: Ministério da Cultura e Governo Federal,Ordem e Progresso"
Rádio Globo RJ	Junho	Texto do spot: "Ministério da Cultura, Governo do Estado de São Paulo, Secretaria da Cultura, Museu do Futebol e Motorola apresentam a exposição itinerante Museu do Futebol na Área. Durante o clima da Copa, você vai poder curtir a história do futebol com muita emoção. O Museu do Futebol acaba de chegar ao Rio de Janeiro. Avaliado como um dos dez melhores do Brasil, o Museu do Futebol é um espaço interativo, lúdico e multimídia, onde a história do esporte mais popular do Brasil acaba se confundindo com a própria história do país. Venha viver uma experiência única no CCBB, de 13 de junho a 30 de julho, com entrada gratuita. Rádio Globo: rádio oficial do Museu do Futebol. Realização: Ministério da Cultura e Governo Federal"

Ação 36 – Inserções na mídia

Justificativa da Mensuração 36.1 - 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 trata-se de mídia espontânea (não paga) e o maior volume de inserções é fruto de ações especiais ocorridas no período, tais como: exposição itinerante em Recife (PE) e no Rio de Janeiro (RJ) e as ações na sede do Museu no período da Copa do Mundo.

Obtiveram-se como resultado do relacionamento com a imprensa **1.000 inserções**. As ações do Museu do Futebol que mais repercutiram na mídia nesse trimestre foram: a Exposição Itinerante "Museu do Futebol na Área", a Exposição Temporária "A primeira estrela: O Brasil na Copa de 1958" e a transmissão dos jogos da Copa do Mundo 2018 no Museu do Futebol.

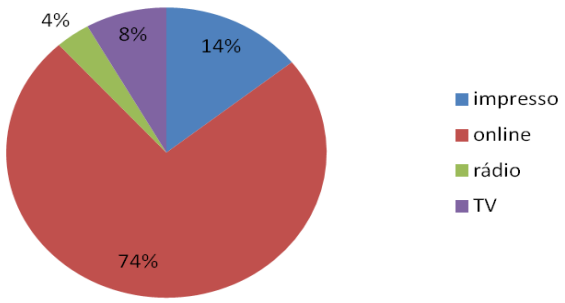
Algumas matérias veiculadas estão demonstradas no item "Clipping: Destaques do mês" no item Rotinas do Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional. Para reforço no relacionamento com a imprensa, foi contratada a agência Approach, cujos esforços se voltaram principalmente à exposição temporária "A primeira estrela: O Brasil na Copa de 1958", à Exposição Itinerante "Museu do Futebol na Área", no Rio de Janeiro, e à "Transmissão dos jogos da Copa do Mundo 2018 no Museu do Futebol".
Segue a quantidade de menções e/ou matérias que saíram na mídia no 2º trimestre, por mês e por tipo de mídia:

Mês	Inserções
Abril	192
Maio	314
Junho	494

Total de 1000 inserções, sendo:

- 143 matérias impressas
- 740 inserções online
- 35 inserções em rádio
- 82 inserções em TV

Análise por mídia



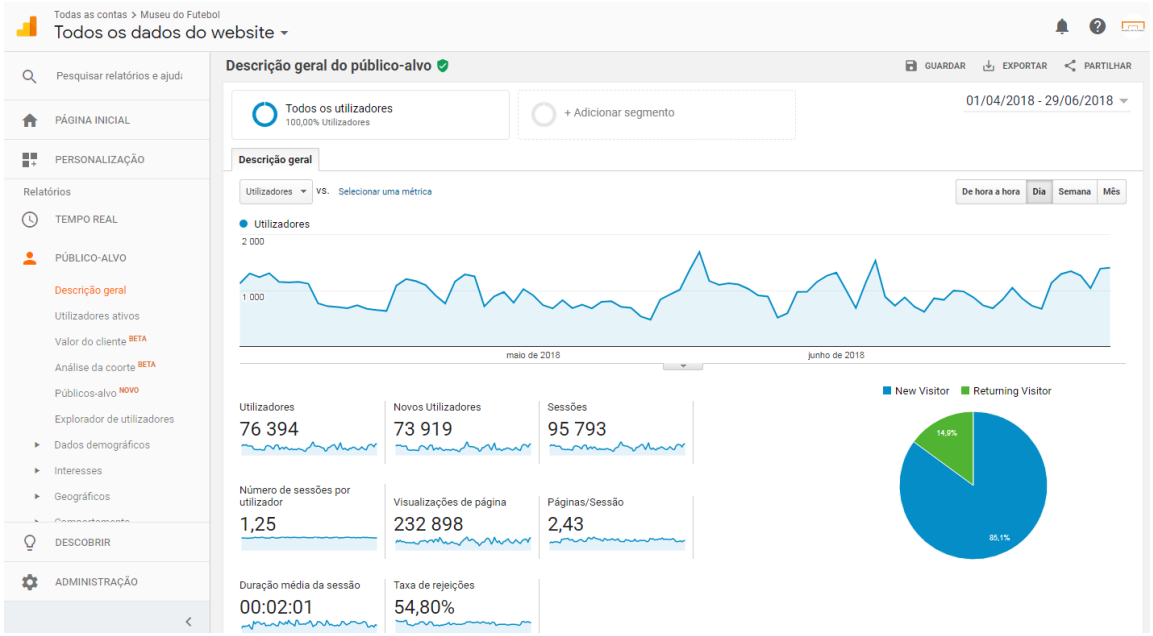
Ação 37 – Canais de comunicação com os diversos segmentos de público

Justificativa da Mensuração 37.1 - Número mínimo de visitantes virtuais

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. A superação é devida aos esforços de divulgação do Museu, especialmente por meio da ferramenta Google Adwords.

O site do Museu do Futebol (www.museudofutebol.org.br) fechou o 2º trimestre de 2018 com 77.860 visitantes no total, considerando a soma dos meses de abril, maio e junho, sendo 76.394 visitantes únicos no período. Dentre os acessos, 85,1% foram de novas visitas. É importante destacar que a superação da meta não onera o Contrato de Gestão.

Abaixo seguem dados de visitações ao site:



Picos de visitação ao site:
1º: 02/abril: 1.308 visitas
2º: 18/maio: 1.687 visitas
3º: 5/junho 1.533 visitas

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

País	Aquisição			Comportamento		
	Utilizadores	Novos Utilizadores	Sessões	Taxa de rejeições	Páginas/Sessão	Duração média da sessão
	76 394 % do total: 100,00% (76 394)	73 967 % do total: 100,06% (73 919)	95 793 % do total: 100,00% (95 793)	54,80% Média por visualização de propriedade: 54,80% (0,00%)	2,43 Média por visualização de propriedade: 2,43 (0,00%)	00:02:01 Média por visualização de propriedade: 00:02:01 (0,00%)
1. Brazil	**74 083** (96,88%)	71 647 (96,86%)	93 097 (97,19%)	54,58%	2,44	00:02:01
2. United States	**841** (1,10%)	822 (1,11%)	931 (0,97%)	65,84%	2,01	00:01:17
3. France	**191** (0,25%)	188 (0,25%)	195 (0,20%)	86,67%	1,40	00:00:24
4. Peru	**132** (0,17%)	130 (0,18%)	149 (0,16%)	71,81%	1,80	00:01:50
5. Portugal	**103** (0,13%)	101 (0,14%)	113 (0,12%)	64,60%	2,04	00:01:05
6. Argentina	**95** (0,12%)	90 (0,12%)	106 (0,11%)	49,06%	2,24	00:01:05
7. United Kingdom	**90** (0,12%)	84 (0,11%)	119 (0,12%)	52,94%	2,45	00:03:10
8. Chile	**86** (0,11%)	86 (0,12%)	100 (0,10%)	37,00%	2,89	00:02:20
9. Colombia	**86** (0,11%)	83 (0,11%)	111 (0,12%)	45,95%	2,26	00:01:55
10. Canada	**74** (0,10%)	71 (0,10%)	77 (0,08%)	72,73%	2,10	00:01:10

Principais páginas acessadas: “Horários e ingressos”, “Agenda” e “Eventos”.

Página	Visualizações de página	Visualizações de página únicas	Tempo médio na página	Entradas	Taxa de rejeições	% de saídas
	232 898 % do total: 100,00% (232 898)	179 025 % do total: 100,00% (179 025)	00:01:24 Média por visualização de propriedade: 00:01:24 (0,00%)	95 791 % do total: 100,00% (95 791)	54,80% Média por visualização de propriedade: 54,80% (0,00%)	41,13% Média por visualização de propriedade: 41,13% (0,00%)
1. /	**73 845** (31,71%)	49 147 (27,45%)	00:01:02	46 533 (48,58%)	32,92%	33,89%
2. /pagina/horarios-e-ingressos	**39 172** (16,82%)	34 019 (19,00%)	00:02:20	15 209 (15,88%)	76,23%	57,23%
3. /agenda	**12 787** (5,49%)	9 219 (5,15%)	00:00:49	2 962 (3,09%)	38,32%	22,59%
4. /pagina/eventos-museu-do-futebol?/pagina/seu-evento-aqui=	**12 469** (5,35%)	11 438 (6,39%)	00:03:08	10 795 (11,27%)	89,79%	85,76%
5. /pagina/exposicao-longa-duracao	**4 866** (2,09%)	4 170 (2,33%)	00:02:27	596 (0,62%)	72,32%	45,19%
6. /pagina/planeje	**4 814** (2,07%)	4 035 (2,25%)	00:02:52	734 (0,77%)	71,12%	44,74%
7. /agenda/dia/2018-03-18?cat=5	**3 469** (1,49%)	2 767 (1,55%)	00:00:34	178 (0,19%)	61,80%	15,45%
8. /pagina/trabalhe-conosco	**3 209** (1,38%)	2 407 (1,34%)	00:02:10	2 005 (2,09%)	64,89%	72,11%
9. /exposicoes-itinerantes/museu-do-futebol-na-area	**3 039** (1,30%)	2 605 (1,46%)	00:03:21	2 378 (2,48%)	83,05%	78,71%
10. /galerias	**3 035** (1,30%)	1 517 (0,85%)	00:00:24	218 (0,23%)	43,12%	13,18%

Origem do tráfego:

Origem/Meio	Aquisição			Comportamento		
	Utilizadores	Novos Utilizadores	Sessões	Taxa de rejeições	Páginas/Sessão	Duração média da sessão
	76 394 % do total: 100,00% (76 394)	73 967 % do total: 100,06% (73 919)	95 793 % do total: 100,00% (95 793)	54,80% Média por visualização de propriedade: 54,80% (0,00%)	2,43 Média por visualização de propriedade: 2,43 (0,00%)	00:02:01 Média por visualização de propriedade: 00:02:01 (0,00%)
1. google / organic	**58 195** (74,85%)	55 273 (74,73%)	72 028 (75,19%)	53,45%	2,49	00:02:07
2. (direct) / (none)	**11 387** (14,65%)	11 266 (15,23%)	14 335 (14,96%)	57,04%	2,32	00:01:46
3. google / cpc	**4 078** (5,25%)	3 872 (5,23%)	4 508 (4,71%)	79,46%	1,56	00:00:46
4. prefeitura.sp.gov.br / referral	**468** (0,60%)	399 (0,54%)	534 (0,56%)	39,33%	2,91	00:02:05
5. bing / organic	**429** (0,55%)	408 (0,55%)	524 (0,55%)	42,37%	3,01	00:02:55
6. m.facebook.com / referral	**283** (0,36%)	267 (0,36%)	299 (0,31%)	66,89%	1,84	00:00:59
7. saopaulo.sp.gov.br / referral	**272** (0,35%)	213 (0,29%)	303 (0,32%)	23,76%	3,56	00:02:36
8. l.instagram.com / referral	**244** (0,31%)	234 (0,32%)	262 (0,27%)	25,95%	3,56	00:01:58
9. br.search.yahoo.com / referral	**176** (0,23%)	156 (0,21%)	211 (0,22%)	43,60%	2,64	00:02:43
10. yahoo / organic	**163** (0,21%)	157 (0,21%)	207 (0,22%)	45,89%	2,69	00:02:52

Justificativa da Mensuração 37.2 - 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. Vale ressaltar que o aumento do resultado, comparado ao período anterior, é devido ao engajamento de público em ações realizadas em outros estados (Pernambuco e Rio de Janeiro), ao período especial de Copa do Mundo (quando há mais procura pelo tema futebol) e a maior sistematicidade de impulsionamento de publicações nas redes sociais.

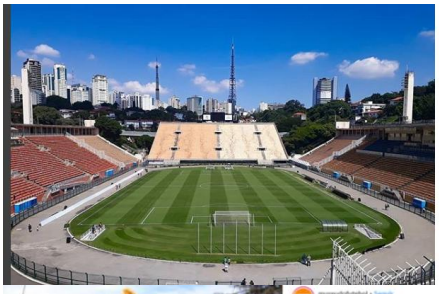
Segue a quantidade de novos seguidores por rede social: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube e Spotify, bem como o número acumulado por canal.

Rede social/Número de novos seguidores	Total geral de seguidores (em 29/06/2018)	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado 2018
Facebook	55.657	663	4.622	-	-	-
Twitter	23.528	403	193	-	-	-
Instagram	9.686	1.395	2.410	-	-	-
Youtube	1.919	101	197	-	-	-
Spotify	750	4	7	-	-	-
Total	**91.540**	**2.566**	**7.429**			

Posts mais curtidos nas Redes Sociais (abril a junho)

Facebook

Instagram



Twitter

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES (2018)							
N°	**Ações pactuadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
38	(PED) Implantação de projeto de monitoramento remoto do CFTV	38.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	1	**-**
					4º tri	-	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
39	(PED) Implantação de projeto de monitoramento remoto da central de detecção e alarmes de incêndio	39.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	-	**-**
					META ANUAL	**1**	**1**
					ICM%	**100%**	**100%**
40	(PED) Implantação de projeto para instalação de nobreak para atender cargas elétricas (3º andar alas leste e oeste)	40.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	

41	(PED) Obtenção OU Renovação do AVCB	41.1	Dado Extra	AVCB renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	**1**	**1**
					ICM%	**100%**	**100%**
42	(PED) Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião	42.1	Dado Extra	Alvará renovado	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	1-
					3º Tri	-	-
					4º tri	-	
					META ANUAL	**1**	**1**
					ICM%	**100%**	**100%**
43	(PED) Renovação de Seguros	43.1	Dado Extra	Seguro Patrimonial renovado	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	1	**-**
					4º tri	-	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
44	PED) Implantação de projeto de monitoramento remoto do CFTV	44.1	Meta-Resultado	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	1	**-**
					4º tri	-	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

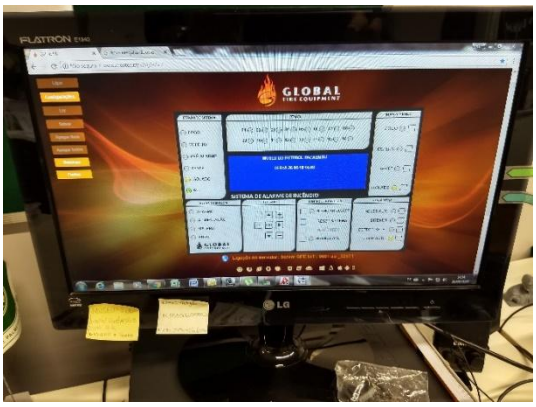
DETALHAMENTO DAS AÇÕES – ANEXOS

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES

Comentários da Ação 39 - Implantação de projeto de monitoramento remoto da central de detecção e alarmes de incêndio

1º. Modal

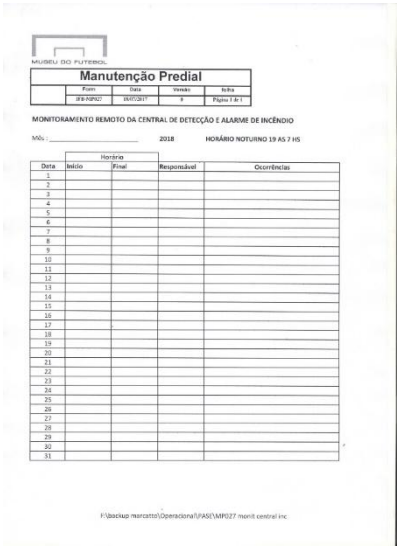
Foi trocada a placa mãe da central de alarmes e detecção, permitindo monitorar o sistema à distância, via internet. Com esse aprimoramento, foi possível instalar um novo ponto de monitoramento, localizado na sala administrativa de operações no terceiro andar leste, havendo no local o monitoramento em tempo real a central de alarme e detecção.



2º Modal

Já no período noturno, o sistema de alarmes e detecção é monitorado por meio da internet a partir de um *tablet.* Houve o ganho de agilidade na averiguação dos alarmes.

O monitoramento via tablet é vistoriado diariamente por meio de planilha (modelo abaixo), que registra o usuário por dia.


MUSEU DO FUTEBOL

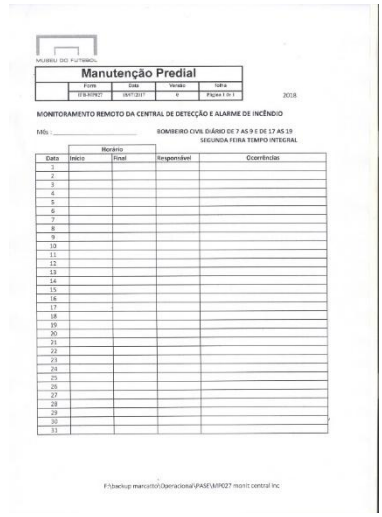
Manutenção Predial

MONITORAMENTO REMOTO DA CENTRAL DE DETECÇÃO E ALARME DE INCÊNDIO

Mês: _____ 2018 HORÁRIO NOTURNO 19 AS 7 HS

Data	Horário Início	Horário Final	Responsável	Ocorrências
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

F:\backup marcatto\Operacional\PASE\MP027 monit central inc


MUSEU DO FUTEBOL

Manutenção Predial

2018

MONITORAMENTO REMOTO DA CENTRAL DE DETECÇÃO E ALARME DE INCÊNDIO

Mês: _____ BOMBEIRO CIVIL DIÁRIO DE 7 AS 9 E DE 17 AS 19
SEGUNDA FEIRA TEMPO INTEGRAL

Data	Horário Início	Horário Final	Responsável	Ocorrências
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				

F:\backup marcatto\Operacional\PASE\MP027 monit central inc

3º Modal

O vigilante brigadista noturno quando não esta em ronda, tem sua base na sala do CFTV, aonde consegue monitorar in loco a central de alarme e detecção, e o tablete fica com o outro vigilante.

4º Modal – em implantação

A discadora telefônica para alarme e monitoramento remoto, é um equipamento que deve ser instalado em conjunto com a saída relé das centrais de alarme de incêndio e, também, deve ser instalada em conjunto com a linha telefônica ou com um ramal da linha telefônica e tem como função a realização de ligações telefônicas para até 9 números sequenciais, no caso da central de alarme de incêndio localizar um principio de incêndio ou alguma outra situação emergencial.

Este equipamento pode ser instalado em conjunto com qualquer produto que possua uma saída relé para ativação da discadora telefônica. Até mesmo um interruptor simples (desses utilizados para acender lâmpadas) pode enviar um sinal de ativação da discadora.

O produto é ideal para ser utilizado em locais onde existe um sistema de alarme e detecção de incêndio instalado, porém, esse sistema não é vigiado localmente (Por um porteiro, segurança, recepcionista, etc) as 24 horas do dia, como determina a NBR17240.

Nos casos acima, a discadora telefônica é instalada em conjunto com a central e, ao ocorrer um alarme, a discadora liga para até 9 números programados, em sequência, avisando que existe alguma situação emergencial no local. Se um dos números não atende a ligação, a discadora telefônica passa a discar, automaticamente, para o próximo número configurado.

As pessoas responsáveis pelo recebimento das ligações podem, então, se dirigir ao local ou tomar as atitudes no intuito de proteger as pessoas que estão na edificação ou até mesmo a própria edificação e os bens materiais que se encontram nela.

O equipamento possui manuseio extremamente simples, onde a programação dos números telefônicos é realizada no próprio teclado frontal do equipamento e é salva em um dispositivo de armazenamento interno, que não perde a programação mesmo quando o equipamento fica sem energia.

Comentário da Ação 41 - Obtenção OU Renovação do AVCB

AVCB está válido até novembro de 2018.

Comentário da Ação 42 - Obtenção OU Renovação do Alvará de Funcionamento de Local de Reunião

Foi iniciado o processo de renovação do Alvará.

AÇÕES CONDICIONADAS

PROGRAMA DE GESTÃO EXECUTIVA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
4	(PGTG) Elaboração de novo Plano Museológico para o Museu do Futebol	4.1	Meta-Produto	Plano entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	
					META ANUAL	**1**	
					ICM%	**100%**	
5	(PGTG) Realização de Pesquisa de Público (qualitativa)	5.1	Meta-Produto	Pesquisa realizada	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	
					META ANUAL	**1**	
					ICM%	**100%**	
6	(PGTG) Elaboração de Plano de Desenvolvimento de Pessoal	6.1	Meta-Produto	Plano Entregue	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	
					META ANUAL	**1**	
					ICM%	**100%**	

PROGRAMA DE ACERVO							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
13	(PA) Documentação da pesquisa do acervo	13.1	Meta-Produto	N° de itens documentados/registrados no banco de dados do acervo	1º Tri	250	-
					2º Tri	250	
					3º Tri	250	
					4º tri	250	
					META ANUAL	**1.000**	
					ICM%	**100%**	
14	(PA) Edição e publicação de entrevistas em vídeo do acervo de História Oral	14.1	Meta-Produto	Número de entrevistas editadas e publicadas	1º Tri	-	-
					2º Tri	25	
					3º Tri	-	-
					4º tri	25	
					META ANUAL	**50**	
					ICM%	**100%**	

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL (2018)							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
20	(PEPC) Eventos da Programação Cultural (conforme Descritivo anexo)	20.1	Meta-Produto	Número de eventos realizados	1º Tri	10	13
					2º Tri	15	21
					3º Tri	15	-
					4º tri	10	-
					META ANUAL	**50**	**34**
					ICM%	**100%**	**68%**
21	(PEPC) Exposições temporárias (conforme Descritivo anexo)	21.1	Meta-Produto	Quantidade de exposições	1º Tri	1	-
					2º Tri	1	1
					3º Tri	1	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**4**	**1**
					ICM%	**100%**	**25%**

DETALHAMENTO DAS AÇÕES CONDICIONADAS – ANEXOS

PROGRAMA DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Ação 20 - Eventos da Programação Cultural

Comentários da Mensuração 20.1 - Número de eventos realizados

No segundo trimestre houve um número maior de ações fruto das oportunidades geradas pelo período especial da Copa do Mundo. No anexo estão detalhadas cada um dos eventos realizados.

Total de eventos no período

Mês	Número de eventos	Número de dias com programação	Público total
Abril	06	21	1.404
Maio	06	06	8.229
Junho	09	20	2.360 Nas transmissões de jogos = + 1.750
Total	**21**	**47**	**11.993**

Síntese dos eventos por mês

Mês	Nome do evento	Data(s)	Local de realização	Participantes (total)
Abril	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	01/4; 14/4; 28/04; 29/04	Foyer	757
	Palestras dentro da 97ª Reunião do Grupo Memofut: o jornalista Rodrigo Saturnino Braga apresentou "A Copa de 1962: história, mitos e lendas".	14/04	Auditório	34
	Apresentação teatral: "Ciranda Cirandá, o boi que queria voar", dentro do programa "Espaço Dente de Leite"	21 e 22/04	Sala Grande Área	327
	Ciclo de palestras: A História das Copas do Mundo Palestra: Uma vitória oportuna "A Copa de 1970 e a imagem do Brasil no exterior" Com: Clement Astruc	26/04	Auditório	78

	Atração especial: túnel do antigo vestiário do Pacaembu	De 06 a 29 de abril	Sala Osmar Santos	Contabilizado na bilheteria do período
	Visita guiada ao túnel e Estádio do Pacaembu Tour com o arquiteto Roberto Colotto	27, 28 e 29/4	Sala Osmar Santos e Estádio	208
Mês	**Nome do evento**	**Data(s)**	**Local de realização**	**Participantes (total)**
Maio	Bate Papo e Lançamento do Livro "Barça – A construção e a trajetória do melhor FC Barcelona de todos os tempos" – Ed. Grande Área	05/5	Auditório	108
	Palestras dentro da 98ª Reunião do Grupo Memofut Programação: O lado B da Copa de 1950", com Max Gehringer. Apresentação de alguns vídeos de Copas do Mundo, com comentários de Gustavo Carvalho. "A Lei do Acesso, a festa do interior, de 1948 a 1969", com José Roberto Fornazza.	12/5	Auditório	37
	Encontro de Colecionadores de Figurinhas	12 e 13/5	Foyer	83
	Oficina de StopMotion	19/5	Sala Osmar Santos	15
	Panini Day: a maior troca de figurinhas do mundo	26/5	Foyer e Estádio	7.900
	Dia Mundial do Desafio – em parceria com SESC	30/5	Área interna e externa	86
Junho	Abertura da exposição temporária "A Primeira Estrela: o Brasil na Copa de 1958"	04/6	Grande Área e sala Osmar Santos	150
	Ciclo de palestras: A História das	08/6	Auditóri	137

Copas do Mundo Palestra: "Arbitragem: evolução, uso das tecnologias e o que esperar para a Copa do Mundo"		o	
Encontro de Colecionadores de Figurinhas	09; 10; 23 e 24/06	Foyer	226
Palestras dentro da 99ª Reunião do Grupo Memofut Programação	09/6	Auditório	58
1ª Feira de Livros de Futebol	09 e 10/6	Foyer	923
Transmissão dos Jogos da Copa do Mundo 2018	14; 15; 16; 17; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27; 28 e 30.	Auditório e Sala Jogo de Corpo	
1ª Feira Foot: produtos criativos com o tema futebol	23/06	Foyer	124
Ciclo de palestras: A História das Copas do Mundo Palestra: "Minha história na Copa de 1958", Com: Ruy Castro (escritor e colaborador da mostra temporária "A Primeira Estrela: o Brasil na Copa de 1958".	26/6	Auditório	32
Exibição do jogo Brasil 5 x 2 Suécia – final da Copa de 1958	29/06 (em 3 horários)	Sala Jogo de Corpo	60

Ação 21 Exposições Temporárias

Comentários da Mensuração 21.1 – Quantidade de Exposições

Foi realizada a exposição temporária "A Primeira Estrela:o Brasil na Copa de 1958", em cartaz no período de 05 de junho a 09 de setembro de 2018 e com patrocínio do Banco Itaú (Lei Rouanet). No anexo, o relatório detalhado da ação. Já se encontra em fase final de produção a segunda exposição temporária do ano de 2018, com previsão de inauguração em 22/9, denominada "Clássico é clássico e vice-versa".

No dia 04 de junho foi inaugurada a exposição temporária "A Primeira Estrela – O Brasil na Copa de 1958". A curadoria ficou a cargo de Daniela Alfonsi – Diretora de Conteúdo do Museu do Futebol – e Roberto Benevides – jornalista especializado em esportes.

A exposição celebra o aniversário de 60 anos da primeira conquista da Seleção Brasileira em Copas do Mundo, em 29 de junho de 1958, abordando a simbologia da conquista e apresentando elementos inéditos sobre uma campanha que moldou de forma definitiva a relação do país com o esporte mais popular do planeta. Montada no piso térreo do museu, num espaço de 220 metros quadrados, a mostra é uma instalação audiovisual e interativa sobre o evento que ajudou a moldar o conceito de futebol-arte, iniciou a trajetória vencedora do país em Mundiais e ainda lançou ao mundo a dupla Pelé e Garrincha.

Na exposição também há imagens da concentração da equipe nacional em Poços de Caldas (MG) – registros feitos pelo fotojornalista Antonio Lúcio. A experiência multimídia conta com uma projeção especial do jogo final de 1958, que é exibida no túnel do antigo vestiário do Estádio do Pacaembu. O filme é uma montagem feita por Carlos Augusto Marconi com vários trechos recolhidos de diferentes TVs europeias que transmitiram o torneio, mixados com trechos de locuções de rádio do Brasil. O filme principal conta com depoimentos inéditos de cinco jogadores que participaram da Seleção: Hideraldo Bellini, Nilton Santos, Didi, Vavá e Joel Martins. Esses depoimentos foram extraídos do acervo da Video Filmes, gentilmente cedido ao Museu para a mostra. O material original é de direção de João Salles e Arthur Fontes, foi gravado entre 1997 e 1998 para a produção da série documental intitulada "O Futebol".

Dois especialistas no tema foram convidados a participarem do desenvolvimento de conteúdo: Ruy Castro – que pesquisou amplamente o período para a feitura da biografia de Garrincha (obra "A estrela solitária" lançada pela editora Companhia das Letras) e João Máximo – que foi assistente de dentista de Mário Trigo, que acompanhou a Seleção Brasileira de 1958, iniciando também naquele ano sua trajetória como jornalista esportivo.

A exposição teve patrocínio do Banco Itaú por meio da Lei Rouanet, apoio da Epson e apoio de tecnologia da empresa 32Bits. Abaixo, fotos da mostra.

Ficha técnica

Curadoria | Daniela Alfonsi e Roberto Benevides
Convidados | João Máximo e Ruy Castro
Acervo de entrevistas gentilmente cedido por João Moreira Salles
Acervo de fotografias de Antonio Lucio gentilmente cedido por Silvia Herrera
Filme montagem do jogo final Brasil e Suécia gentilmente cedido por Carlos Augusto Marconi
Camisa original da Seleção gentilmente emprestada por Antonio Bulgarelli, Athleta.

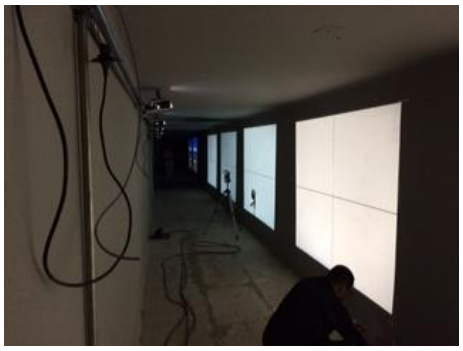
Coordenação Geral | Mariana Chaves

Expografia | Thereza Faria
Comunicação Visual|Pandoala
Iluminação | Fernanda Carvalho
Produção |Rafael Lumazini, Fabiana Lima, Maíra Correa Machado, Camila Aderaldo

Desenvolvimento de Conteúdo | Roberto Benevides, Daniela Alfonsi e equipe do Museu do Futebol: Camila Aderaldo, Aira Bonfim, Ademir Takara, Doris Regis, Ligia Dona.
Edição de vídeos | Cristiano Fukuyama
Digitalização de imagem| Afinal Filmes e Rogério Alonso
Animações | Archimídia
Locução da animação "Constelação" | Heródoto Barbeiro
Cenotécnica | Verve Studio
Equipamentos de Luz| RP Lighting
Impressão | Watervision
Seguro | Affinité
Assessoria de Imprensa | Approach
Assessoria Lei de Incentivo | J. Leiva
Tecnologia | 32 Bits

Créditos das Imagens | Acervo Biblioteca Nacional | Revista O Malho; Acervo César Nunes; Acervo Silvia Herrera; Acervo Thomaz Mazzoni; Acervo Arquivo Nacional; Arquivo Público do Estado de SP - Fundo Última Hora | Direitos Reservados; Acervo de João Moreira Salles; Acervo de Paulo Machado de Carvalho Filho | Reprodução fotográfica: Pablo de Sousa; Bettmann | Corbis Latinstock | Direitos Reservados; FIFA; Iconographia | Cia da Memória | Direitos Reservados; AP | Imageplus | Direitos Reservados; Pesquisa bibliográfica nos periódicos: Jornal Gazeta Esportiva; Revista Manchete; Revista O Cruzeiro; Revista Artus Suplemento.

Fotos da montagem (realizada entre 27 de maio a 04 de junho).



Ação 34 - Exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" em duas cidades

Mensuração 34.1 - Número de municípios atendidos

A exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" foi exibida no Centro Cultural Cais do Sertão em Recife/PE, no período de 24/4 a 20/5/2018. Em seguida, entrou em cartaz no Centro Cultural Banco do Brasil, no Rio de Janeiro/RJ, e ficará em exibição de 13/6 a 30/7. A ação é patrocinada pela Motorola (Lei Rouanet) e, conforme entendimentos com o patrocinador, seguirá para outras duas cidades (Belo Horizonte - MG e Porto Alegre - RS) a partir do mês de agosto de 2018.

A exposição itinerante foi concebida em 2014 e teve o primeiro tour no interior paulista nos anos de 2015 e 2016. Em 2018, por meio de patrocínio da empresa Motorola via Lei Rouanet, a exposição circulará por quatro capitais brasileiras, nessa ordem: Recife (PE), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (BH) e Porto Alegre (RS). A escolha das cidades coube ao patrocinador e o IDBrasil avaliou ser importante para o conhecimento e visibilidade do Museu do Futebol em território nacional, na marca dos seus dez anos de funcionamento.

A exposição manteve suas principais características: ambientes modulares que permitem se adequar a diferentes espaços e metragens, com a apresentação de no mínimo seis salas da exposição principal do Museu e com a customização de alguns módulos a partir da pesquisa de arquivos e fontes do futebol em cada localidade. Desse modo, o projeto também agrega novo conteúdo ao acervo do Museu do Futebol, ampliando as referências sobre times, clubes e personalidades que fizeram parte da história do esporte no país. A mostra também leva a interatividade presente no Museu, por meio de conteúdos navegáveis em telas touch, mesas de pebolim e futebol de botão, e a tecnologia dos *snaps* para celulares Motorola, como câmera para foto 360º e console para videogames.

Para o *tour* nacional, foi criado um módulo a partir da pesquisa para a realização da mostra na primeira cidade: um vídeo, texto e uma camisa do time Bandeirante F.C., da comunidade indígena-quilombola Tiririca dos Crioulos situada em Carnaubeira da Penha no sertão pernambucano. O motivo da escolha foi a presença de um Museu do Futebol no local, que retrata tanto a história do time quanto da comunidade que o criou. O Museu organizou, em

parceria com a Globo Nordeste e a produtora Urso Filmes, uma expedição até a comunidade para a produção de um vídeo. A expectativa é que, além da mostra itinerante, o conteúdo possa integrar a exposição principal do Museu.

Além dessa nova produção, a mostra itinerante permitiu levar mais duas salas da exposição principal que ficaram de fora da primeira fase do projeto: a sala Pelé e Garrincha e a sala Anjos Barrocos. A vitrine que expõe camisas dos clubes locais foi ampliada para abrigar até 4 itens, uma vez que existem clubes locais importantes que devem estar representados nas montagens em cada cidade por onde o projeto circulará.

Em resumo, no primeiro semestre, as atividades realizadas foram:

Janeiro e fevereiro: seleção de equipes de trabalho, contratação de um coordenador geral para o projeto – Marcio Guerra -, prospecção dos locais de exibição e de parcerias.

Março: pré-produção na cidade de Recife e produção do conteúdo sobre o futebol no sertão pernambucano. Visita aos clubes de futebol em Recife para pesquisa de acervos e possibilidades de parcerias. Seleção e contratação das equipes de trabalho, tais como: arquitetura, serralheria, marcenaria, design, impressão, transporte, edição de vídeos, assessoria de imprensa, pesquisa local, produção local.

Abril: produção de conteúdo, montagem local entre os dias 10 e 23, abertura, no dia 24.

Maio: término da mostra em Recife no dia 20; desmontagem da mostra entre os dias 21 e 25, embarque para a cidade do Rio de Janeiro. Contratação de fornecedores (produção, montagem, transporte, assessoria de imprensa dentre outros) além do desenvolvimento da pesquisa, produção de conteúdo e layouts para a mostra na cidade do Rio de Janeiro.

Junho: Produção e montagem da mostra no Rio de Janeiro, entre os dias 4 e 11 de junho. Abertura em 12 de junho (a exibição será até 30 de julho). Em razão da greve dos caminhoneiros ocorrida no final de maio, houve o adiamento da abertura em seis dias, uma vez que as estruturas da exposição são transportadas por meio rodoviário.

Cronograma previsto para o período julho e dezembro:

Julho: pré-produção, pesquisa de conteúdo e prospecção de parcerias nas cidades de Belo Horizonte e Porto Alegre. Elaboração de layout e peças gráficas para a montagem em Belo Horizonte, contratação dos fornecedores.

Agosto: entre 01 e 06: desmontagem do Rio de Janeiro e transporte para Belo Horizonte. Montagem no novo local entre 07 e 14 de agosto, inauguração no dia 15.

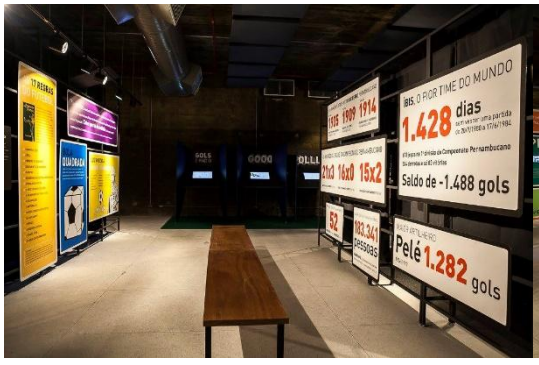
Setembro: Preparação da mostra na cidade de Porto Alegre.

Outubro: desmontagem em Belo Horizonte e transporte e início da montagem em Porto Alegre.

Novembro e dezembro: início e exibição da mostra em Porto Alegre (ainda sem data definida).

Abaixo, fotos e resumo da exposição nas cidades de Recife e Belo Horizonte.

Recife (PE)
Local de exibição: Centro Cultural Cais do Sertão
Período: 25 de abril a 20 de maio. Abertura para imprensa e convidados no dia 24 de abril.
Público recebido: 16.096, sendo 1.130 oriundo de agendamento (escolas e instituições)
Fotos



Rio de Janeiro (RJ)
Local de exibição: Centro Cultural Banco do Brasil
Período: 13 de junho a 30 de julho. Abertura para imprensa e convidados no dia 12 de junho.
Público recebido até 30/06/2018: 8.064, sendo 814 oriundos de agendamento (escolas e instituições)
Público final – até 30/07/2018: 30.087, sendo 2.550 oriundos de agendamento (escolas e instituições)

"Treino é treino, jogo é jogo."
TUDO É BOLA
brincar com a bola.
SELEÇÃO BRASILEIRA
OS PRIMEIROS CAMPEONATOS NO BRASIL
1902
1905
1906
1908
1914
1915

"Em 1970, a gente podia dominar a bola, levantar a cabeça, olhar, pensar. Hoje, não.
Tudo é baseado em táticas. Você mal domina a bola e já tem dois, três jogadores em cima de você."
CAMISAS
Botafogo
Vasco
Fluminense
Flamengo

BICICLETA

GOLS
E RÁDIO

PROGRAMA EDUCATIVO (2018)							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
31	(PE) Criação de material educativo para exposições temporárias	31.1	Meta-Produto	Número de materiais criados	1º Tri	1	-
					2º Tri	1	-
					3º Tri	1	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**4**	-
					ICM%	**100%**	-
32	(PE) Oferecimento de ônibus e lanche para público especial agendado para visitas educativas	32.1	Meta-Produto	Número de ônibus oferecidos	1º Tri	15	-
					2º Tri	10	-
					3º Tri	10	-
					4º tri	15	-
					META ANUAL	**50**	-
					ICM%	**100%**	-

PROGRAMA DE INTEGRAÇÃO AO SISEM (2018)							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
34	(PSISEM) Exposição itinerante "Museu do Futebol Na Área" em duas cidades	34.1	Meta-Resultado	Número de municípios atendidos	1º Tri	-	-
					2º Tri	1	2
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**2**	**2**
					ICM%	**100%**	**100%**

PROGRAMA DE EDIFICAÇÕES (2018)							
N°	**Ações condicionadas**	**N°**	**Atributo da mensuração**	**Mensuração**	**Período**	**Previsão Trimestral**	**Realizada**
45	(PED) Aprimoramento de projeto de proteção e combate a incêndio.	45.1	Meta-Produto	Quantidade de projetos implantados	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	
					META ANUAL	**1**	
					ICM%	**100%**	
46	(PED) Aprimoramento da segurança patrimonial: automação de portas e instalação de alarmes	46.1	Meta-Produto	Número de itens instalados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	2	**-**
					META ANUAL	**2**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
47	(PED) Aprimoramento do sistema de CFTV: renovação de equipamentos e mobiliário	47.1	Meta-Produto	Número de itens instalados	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
48	(PED) Automação do sistema de iluminação	48.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
49	(PED) Automação do sistema de ar climatizado	49.1	Meta-Produto	Sistema implantado	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**
50	(PED) Projeto de implantação de novo tipo de luminária para a fachada	50.1	Meta-Produto	Projeto elaborado	1º Tri	-	**-**
					2º Tri	-	**-**
					3º Tri	-	**-**
					4º tri	1	**-**
					META ANUAL	**1**	**-**
					ICM%	**100%**	**-**

51	(PED) Melhoria de áreas internas: criação de mezanino para armazenagem	51.1	Meta-Produto	Projeto implantado	1º Tri	-	-
					2º Tri	-	-
					3º Tri	-	-
					4º tri	1	-
					META ANUAL	**1**	-
					ICM%	**100%**	-