



RELATÓRIO DO 1º TRIMESTRE DE 2020
IDBRASIL Cultura, Educação e Esporte
Organização Social de Cultura
UGE: Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

CONTRATO DE GESTÃO No. 08/2016
Referente ao: MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA

APRESENTAÇÃO

Segundo o disposto no item 21 da cláusula segunda do Contrato de Gestão nº 08/2016, apresentamos o relatório dessa Organização Social de Cultura (OS), relativo ao 1º trimestre de 2020, no qual descrevemos as ações desenvolvidas e as metas alcançadas pelo IDBrasil, no período de 1 de janeiro a 31 de março.

O trimestre foi marcado por um evento significativo. No dia 29 de janeiro de 2020, foi realizada sessão pública de recebimento e abertura das propostas relativas ao Edital de Convocação Pública para o gerenciamento do Museu da Língua Portuguesa (Resolução SC nº 26/2019, de 13 de dezembro de 2019). O IDBrasil apresentou sua proposta para continuidade da gestão do Museu e teve como concorrentes outras quatro Organizações Sociais, pretendentes à celebração do Contrato de Gestão, a saber: Associação Paulista Amigos da Arte; Instituto Odeon; POIESIS - Instituto de Apoio à Cultura, à Língua e à Literatura; e SAMAS – Associação Museu de Arte Sacra de São Paulo. Na avaliação técnica-orçamentária realizada pela equipe técnica da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM) da SEC, o IDBrasil foi classificado em primeiro lugar, com nota 9,52. Com base no Parecer Técnico emitido pela UPPM, o Secretário de Cultura e Economia Criativa declarou o IDBrasil vencedor do chamamento público, restando pendente a decisão final do Governador do Estado de São Paulo e posterior celebração do Contrato de Gestão.

O segundo evento de nota, que impactou todos os museus da pasta, foi a determinação do Governo do Estado de São Paulo da suspensão de abertura das instituições ao público por um período de 30 dias, a partir de 17 de março, em decorrência da pandemia do Coronavírus; e em seguida o decreto que estabelece a quarentena, que consistiu na restrição de atividades da população, de maneira a evitar a possível contaminação ou propagação do vírus. A partir desse momento a equipe do IDBrasil passou a trabalhar remotamente em regime de teletrabalho, mantendo, porém, presencialmente uma equipe terceirizada responsável pela segurança e limpeza do prédio, bem como funcionários próprios que zelam pelas ações de manutenção necessárias.

Dentre as ações realizadas no trimestre podemos destacar a finalização pelo Convênio da implantação do CFTV, do sistema de combate ao incêndio no prédio do

Museu, bemcomo, pelo contrato de gestão, o aumento do contingente de segurança, em função da retirada do canteiro de obras. Ainda no âmbito da gestão predial, foram mantidas as rotinas de manutenção da ala oeste do edifício, ampliadas posteriormente a todos os espaços liberados pela obra de recuperação. A obra está finalizada, com ações de revisão de itens (*checklist*) demandados pela gestora responsável pela obra.

No âmbito do Convênio de Reconstrução, a Fundação Roberto Marinho lançou no início de março o programa de atividades do Projeto Escola, Museu e Território para o semestre. Antes da suspensão das atividades pelo decreto do Governo, foram realizadas três visitas ao prédio no sábado, dia 7, para a população em geral, com a participação de 100 pessoas; e na quinta-feira, dia 12, foram desenvolvidas atividades ao longo de todo o dia, com alunos da Educação Infantil, Fundamental I e II e Ensino Médio, bem como visitas noturnas para adultos atendidos pelos serviços de assistência social e de saúde, moradores e trabalhadores do bairro e estudantes do EJA (Educação de Jovens e Adultos).

A equipe de Comunicação do IDBrasil acompanhou e divulgou as atividades do projeto no site do Museu e em suas redes sociais, assim como deu continuidade às publicações de conteúdo e relacionamento com o público nas mesmas redes.

O **Programa de Comunicação e Desenvolvimento Institucional** registrou a conquista de 5.208 novos seguidores nas redes sociais, com destaque para o desempenho do Instagram, superando ligeiramente a meta estabelecida em Contrato de Gestão. Já o site institucional registrou 26.400 novos usuários no trimestre.

METAS DE GESTÃO TÉCNICA

PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

A gestão das redes sociais do Museu da Língua Portuguesa foi mantida ao longo do trimestre com o objetivo de fidelizar o público já engajado bem como ampliá-lo, ainda que a instituição permaneça fechada à visitação pública, em fase final do trabalho de recuperação e ampliação. Nota-se uma audiência crescente no Instagram, que acumula a maior parte de novos seguidores (3.817), muito à frente do Facebook (1.057), ainda que esta ainda seja a rede com maior número de fãs do MLP. Além de editoriais que já vinham sendo explorados – expressões populares, etimologia, poesia, poesia urbana, homenagem e autores e patrimônio histórico – o perfil passou a divulgar também poesia contemporânea, com bons resultados de engajamento.

Já o site institucional teve audiência dentro da média histórica (considerando o museu fechado), à exceção do mês de março, que teve comportamento totalmente atípico: o anúncio da retomada do programa educativo Escola Museu e Território no início do mês impulsionou o número de visitas, mas houve uma diminuição de acessos na segunda quinzena do período -resultado da suspensão das atividades programas (ativadas pela Fundação Roberto Marinho) em função da pandemia de coronavírus.

Nº	Ações pactuadas	Nº	Atributo da mensuração	Mensuração	Período	Previsão Trimestral	Realizada
1	(PCDI) Canais de comunicação com os diversos segmentos de público	1.1	Meta Resultado	Número de novos seguidores nas redes sociais (<i>facebook / twitter / instagram</i> <i>youtube</i> <i>bees potify</i>)	1º tri	5.000	5.208
					2º tri	5.000	-
					3º tri	-	-
					4º tri	-	-
					META ANUAL	10.000	5.208
					ICM%	100%	52,1%
		1.2	Meta Resultado	Número de visitantes do <i>website</i>	1º tri	19.000	26.400
					2º tri	19.000	-
					3º tri	-	-
					4º tri	-	-
META ANUAL	38.000	26.400					
ICM%	100%	69,4%					

DETALHAMENTO DAS AÇÕES PACTUADAS PROGRAMA DE COMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL

Ação 1.1: Número de novos seguidores nas redes sociais

Apresentamos a seguir o detalhamento da aquisição de novos seguidores nas redes sociais do MLP no primeiro trimestre de 2020, com destaque para a excelente performance no Instagram. Ao todo, as propriedades digitais do MLP somaram, no último dia do trimestre, 166.977 seguidores.

Rede social/Número de novos seguidores	1º tri	2º tri	3º tri	4º tri	Acumulado Novos seguidores em 2020	Número de seguidores em 31/03/2020
Facebook	1.057				1.057	123.388
Twitter	317				317	3.695
Instagram	3.817				3.817	39.668
Youtube	17				17	204
Spotify	0				0	22
Total	5.208				5.208	166.977

Ação 1.2: Número de visitantes do Website

Como já dito, o mês de março teve um comportamento totalmente atípico na série histórica de visitantes únicos no website institucional, com grande boom na primeira quinzena, impulsionada pela retomada do programa educativo Escola, Museu e Território, seguido de queda de acessos em função da pandemia de coronavírus. Ainda assim, o mês registrou audiência acima da média, na soma de todo o período.

SITE	JAN	FEV	MAR	TOTAL
Usuários únicos no mês	8.282	8.035	10.083	26.400