

## **SERVIÇO DE ASSESSORIA DE IMPRENSA, MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS**

O Serviço de Assessoria de Imprensa, Marketing e Relações Públicas (SAIMRP) do Museu Paulista da USP é responsável por disseminar publicamente o Museu Paulista da USP, fomentando o relacionamento com os agentes da mídia, com o público em geral e promovendo campanhas de imagem da instituição.

Em 2016 o SAIMRP ficou sob a supervisão do Técnico para Assuntos Administrativos CESQUIM, Tiago Luis.

Neste ano, as linhas de comunicação do MP/USP centraram-se na prestação de informações sobre a situação do Edifício-Monumento e as ações para seu restauro, modernização e ampliação, por um lado, e por outro, a disseminação das atividades promovidas pelas equipes do Ipiranga e de Itu.

Neste ano devemos destacar o trabalho desenvolvido no âmbito do GT-Marca, que propôs uma leitura crítica sobre a imagem do Museu Paulista, suas nomenclaturas e identidade visual. Como resultado da SAIMRP, desenvolvemos um novo layout para o site do MP e uma nova estrutura, que foram homologadas em dezembro de 2016, porém com publicação da nova versão em janeiro de 2017.

Na parte de gestão, criamos uma organização interna para a organização dos arquivos sob a responsabilidade da SAIMRP, propondo uma lógica para a nomenclatura de arquivos de administrativos, de clipagem, imagens, textos etc. utilizados pelo setor. A referida pasta contém atualmente 53,3 gigabytes de documentos.

Desta forma, deixamos o terreno preparado para em 2017 trabalharmos o conteúdo do site com novo layout e o desenvolvimento do Manual da SAIMRP/MP.

## **ASSESSORIA DE IMPRENSA**

### **Atendimentos à imprensa**

Em 2016 realizamos 54 atendimentos diretos à imprensa (internet, jornal, rádio, revista e televisão/cinema).

### Atendimentos às mídias

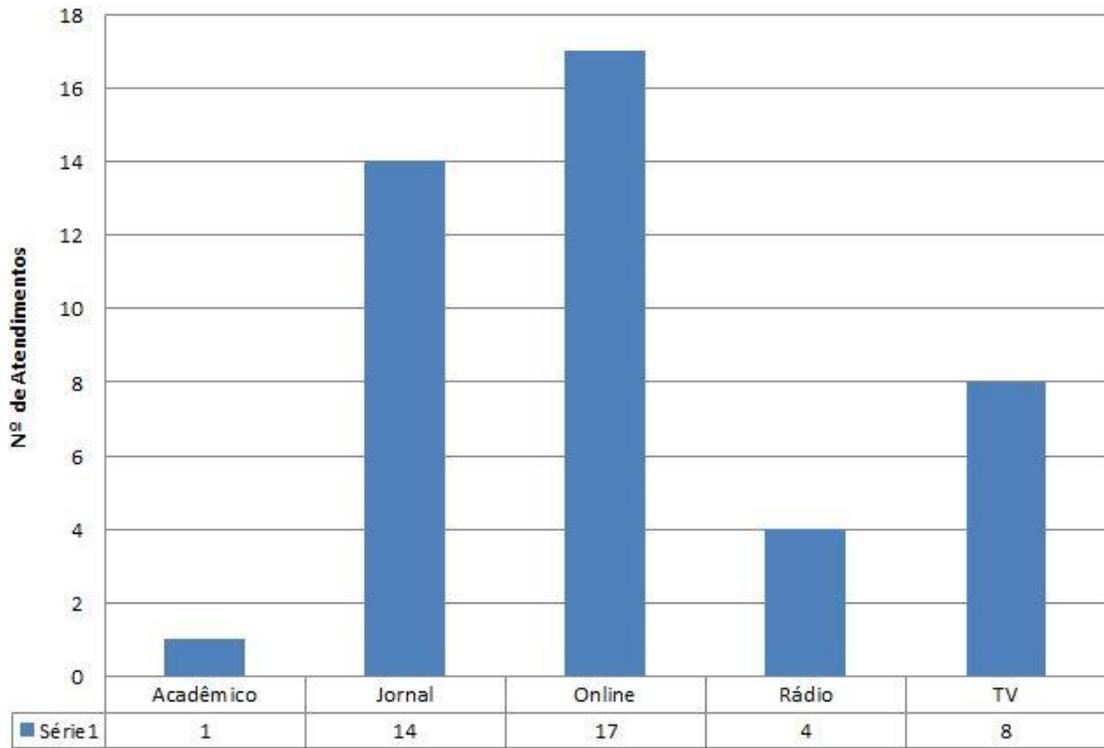


Figura 1 - Atendimentos por tipo de mídia em 2016

### Atendimentos por mês

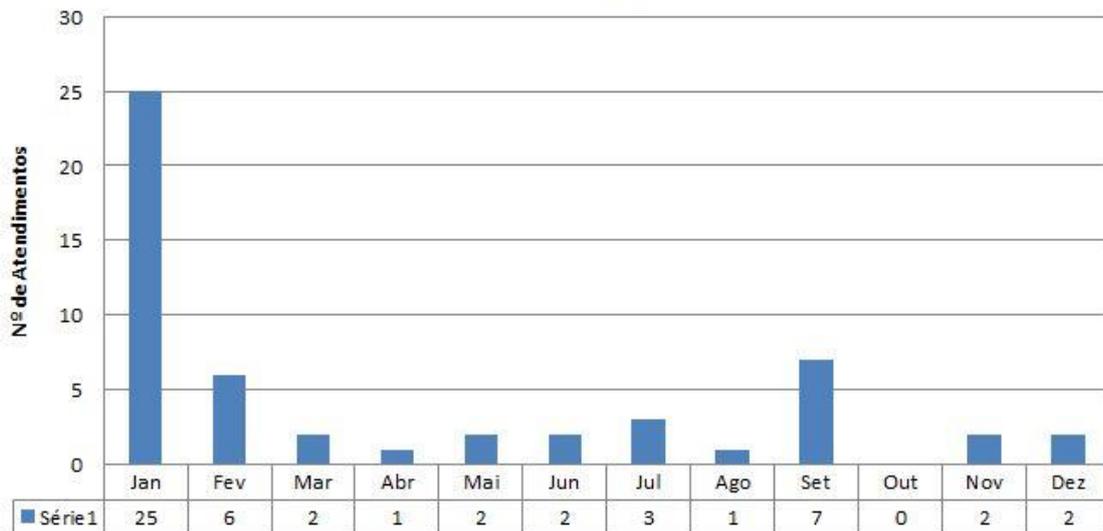


Figura 2 - Atendimentos mensais às mídias 2016

## Publicações na mídia

O levantamento de publicações sobre o Museu Paulista em 2016 obteve um total de 117 resultados, excetuando-se as publicações no próprio site do Museu Paulista, no site Eventos USP e nas mídias sociais. O total inclui as publicações relacionadas ao Museu Republicano “Convenção de Itu”. Os assuntos mais publicados foram a Semana da Independência (21), o 1º Concurso de Crônicas do MP (10) e as Eleições para a Diretoria (10) e o Dia da República (7).

Neste ano testamos o serviço de clipagem da MITI Inteligência durante dois períodos de 30 dias, de 24/08 a 22/09, para cobertura da programação da programação da Semana da Independência, e de 1º/11 a 30/11, para cobertura da programação do Dia da República, as duas datas fundamentais do calendário anual do Museu Paulista. Nas imagens abaixo é possível ver o resumo por tipo de mídia dos resultados, cuja clipagem foi enviada diariamente às contas cadastradas no serviço.

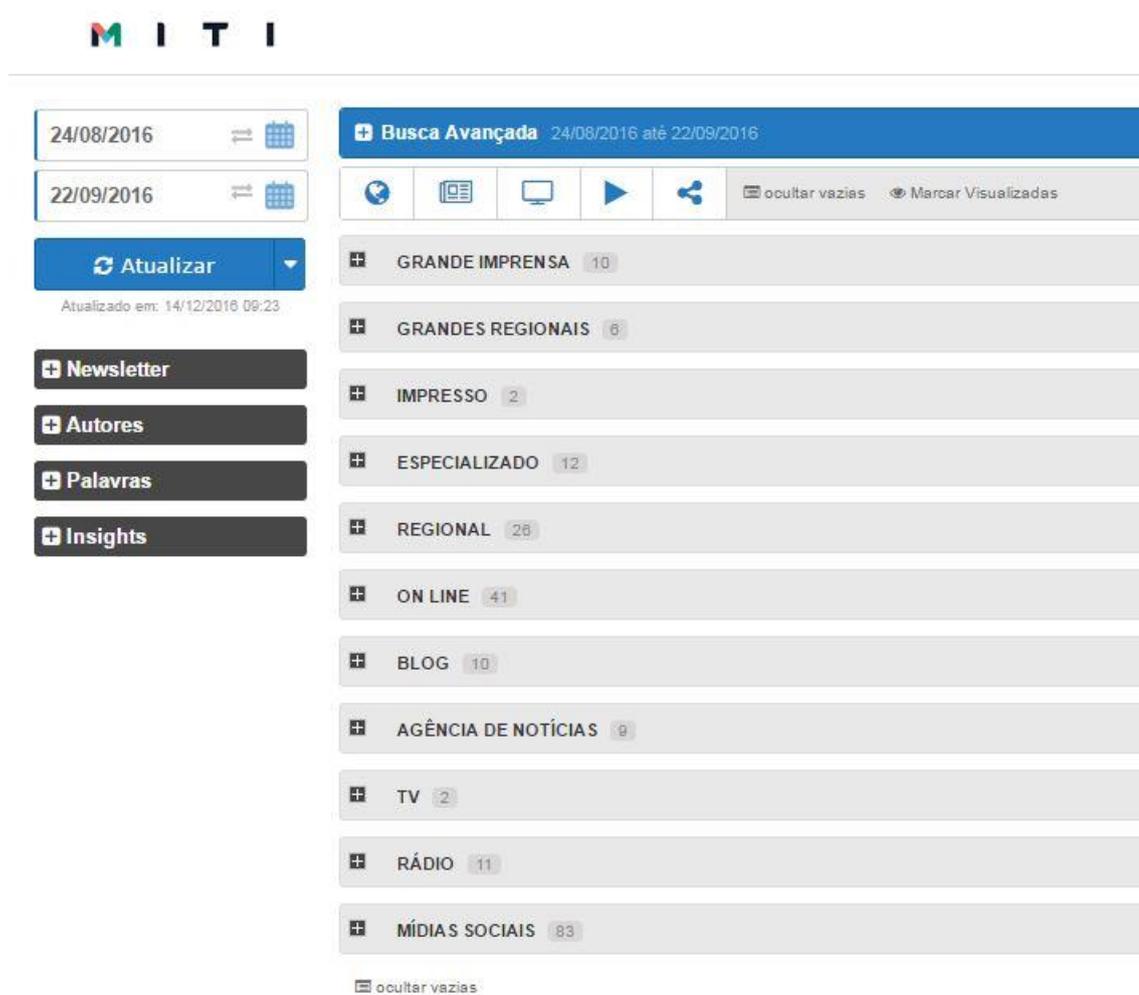


Figura 3 - Clipagem da Semana da Independência por tipo de mídia

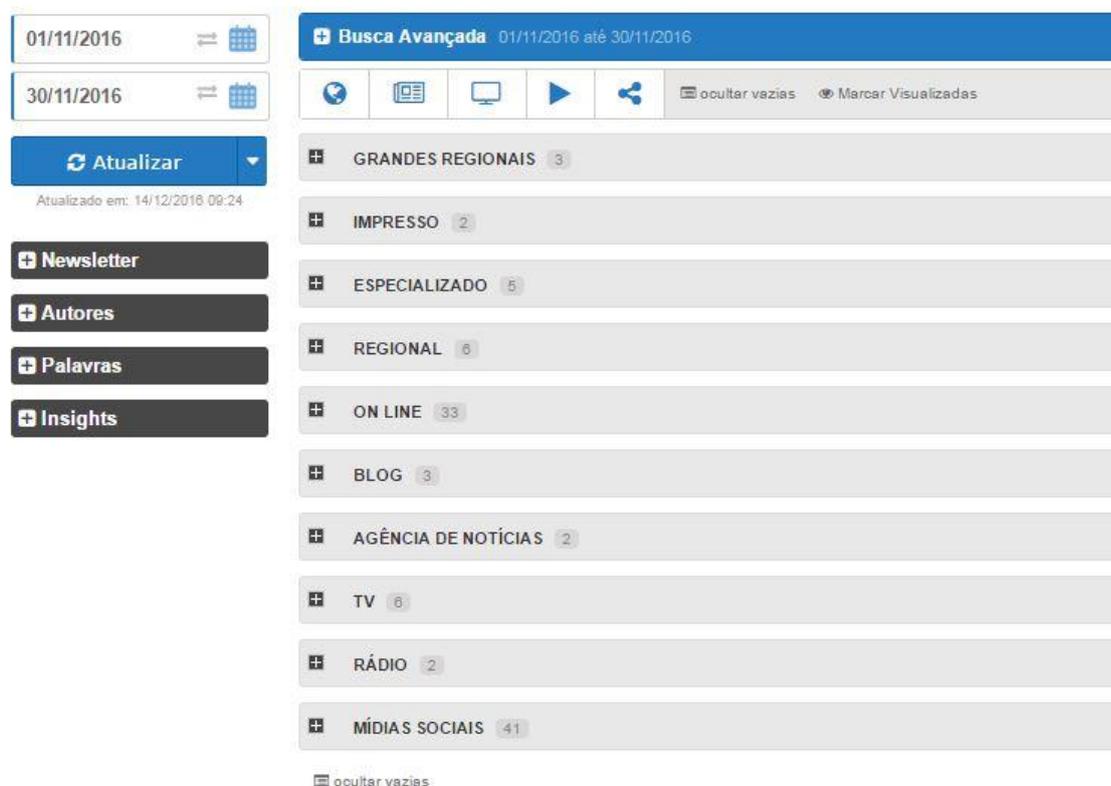


Figura 4 - Clipagem do Dia da República por tipo de mídia

*Imprensa*

44 publicações em jornais impressos

4 publicações em revistas

*TV*

16 inserções em programas televisivos

*Rádio*

7 inserções em rádios

*Eletrônica*

41 publicações em Portais de Notícias (mais de mil acessos diários)

10 publicações em agências especializadas (museus e científicos)

6 publicações em Blogs (até mil acessos diários)

	Atendimentos	Publicações	Total
Mídia Impressa	14	48	62
Mídia Televisiva	8	16	24
Mídia Radiofônica	4	7	11
Mídia Online	17	57	74
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>128</b>	<b>171</b>

**Tabela 1 - Atendimentos à mídia e publicações em 2016**

## MARKETING

### Redes Sociais

Trabalhamos em 2017 com as redes Facebook (Museu Paulista e apoio a Museu Republicano), Twitter, Google+ e Youtube.

*Facebook – 14.249 seguidores em 31/12 (aumento líquido de 2.308 no ano)*



**Figura 5 - Curtidas na fanpage do Museu Paulista no Facebook 2016**

Interessante notar que apesar do pico de curtidas na página do MP ter ocorrido no período de janeiro, o alcance das publicações e o engajamento (reações, compartilhamentos e comentários nas publicações) alcançaram seus picos no período da Semana da Independência.

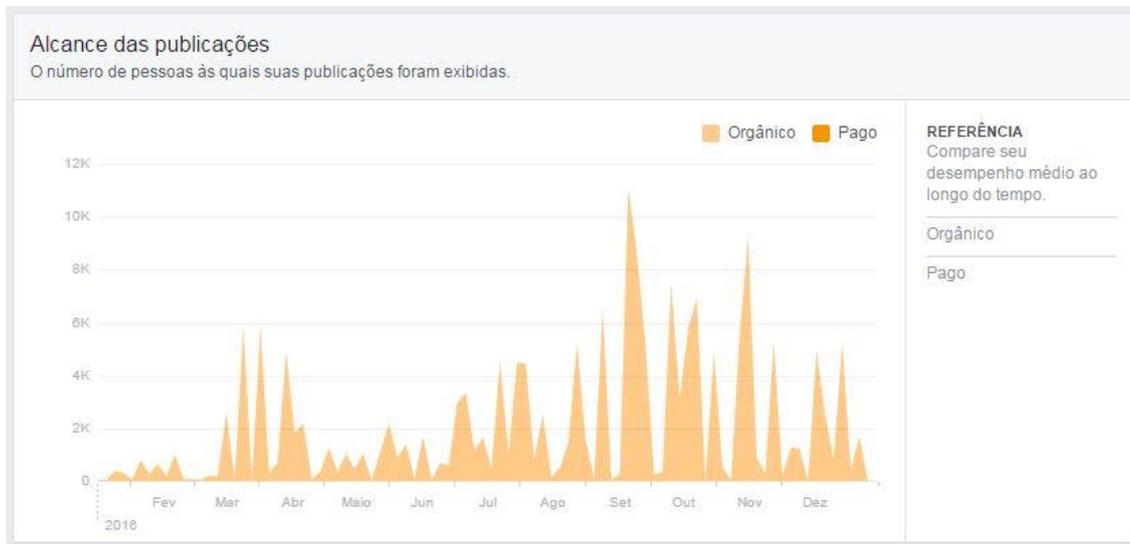


Figura 6 – Visualizações das publicações do Facebook do Museu Paulista 2016

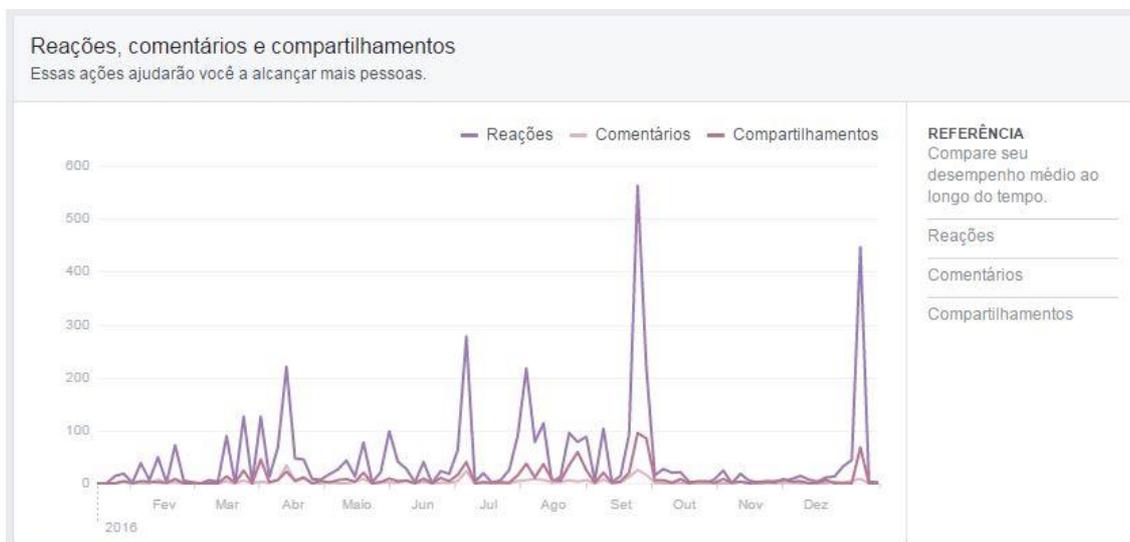


Figura 7 - Engajamento dos usuários no Facebook do Museu Paulista 2016

A análise das figuras acima permite verificar que o número de seguidores manteve uma tendência de cerca de 190 curtidas/mês (6,35 por dia), porém um pouco mais com leve tendência de queda no 2º semestre. Por sua vez, o alcance das publicações obteve um volume maior no 2º semestre, chegando a alcançar 11 mil visualizações em um único dia. Em relação ao envolvimento, é interessante notar a

participação durante a Semana de Museus (mar/abr), no 7 de setembro e no encerramento do ano.

*Twitter – 23.904 seguidores em 31/12 (6.892 novos no ano)*

O dado mais interessante extraído da análise do Twitter neste ano foi o grande incremento no número de seguidores. Se em relação ao ano anterior o Facebook teve um pequeno decréscimo nas novas curtidas, no Twitter a curva de crescimento triplicou no período.

Com a ação da Semana dos Museus, focada no Twitter, conseguimos alcançar 71,5 mil impressões em apenas dois meses. Também em setembro alcançamos a marca dos 30 mil mensais. O Twitter demonstrou ser a rede social mais eficaz para a disseminação de conteúdos.

JAN 2016 RESUMO		FEB 2016 RESUMO		MAR 2016 RESUMO	
Tweets	8	Tweets	10	Tweets	24
Impressões do Tweet	8.720	Impressões do Tweet	7.411	Impressões do Tweet	39,5 mil
Visitas ao perfil	648	Visitas ao perfil	381	Visitas ao perfil	1.028
Menções	19	Menções	8	Menções	26
Novos seguidores	-	Novos seguidores	-	Novos seguidores	-
APR 2016 RESUMO		MAY 2016 RESUMO		JUN 2016 RESUMO	
Tweets	13	Tweets	8	Tweets	11
Impressões do Tweet	32 mil	Impressões do Tweet	23 mil	Impressões do Tweet	13,5 mil
Visitas ao perfil	557	Visitas ao perfil	600	Visitas ao perfil	529
Menções	21	Menções	10	Menções	3
Novos seguidores	-	Novos seguidores	-	Novos seguidores	-
JUL 2016 RESUMO		AUG 2016 RESUMO		SEP 2016 RESUMO	
Tweets	16	Tweets	15	Tweets	30
Impressões do Tweet	14,7 mil	Impressões do Tweet	12,9 mil	Impressões do Tweet	31,1 mil
Visitas ao perfil	524	Visitas ao perfil	416	Visitas ao perfil	436
Menções	8	Menções	11	Menções	10
Novos seguidores	77	Novos seguidores	103	Novos seguidores	68
OCT 2016 RESUMO		NOV 2016 RESUMO		DEC 2016 RESUMO	
Tweets	10	Tweets	7	Tweets	5
Impressões do Tweet	14,8 mil	Impressões do Tweet	13,4 mil	Impressões do Tweet	9.048
Visitas ao perfil	359	Visitas ao perfil	275	Visitas ao perfil	352
Menções	10	Menções	5	Menções	8
Novos seguidores	74	Novos seguidores	95	Novos seguidores	52

**Figura 8 - Resumo mensal das ações no Twitter do Museu Paulista 2016**

## Google+

O Google+ continua sendo uma rede social de baixíssima influência. Temos 43 seguidores da página (32 a mais que em 2015), mais 186 seguidores de painéis. O investimento nesta mídia se justifica pela otimização gerada no serviço de buscas do Google a partir das publicações feitas na plataforma, gerando bons resultados no SEO (Search Engineering Optimization) para os links publicados nesta rede.

A principal ação neste canal foi a criação de quatro painéis (coleções), a saber: *Museu Paulista por Museu Paulista* (publicações próprias), *Museu Paulista na Mídia*, *Museu Paulista na USP* (publicações da USP sobre o MP) e *Museum Week 2016*.

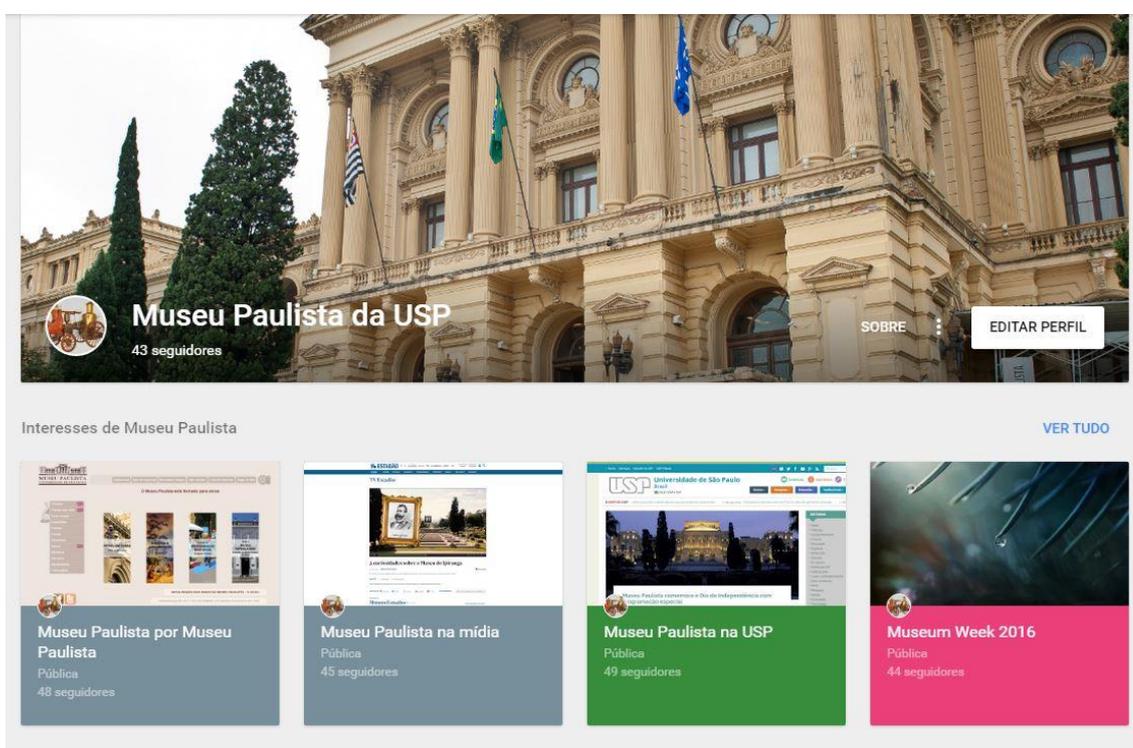


Figura 9 - Perfil e coleções do Museu Paulista no Google+ 2016

## Youtube

O canal do Youtube do Museu Paulista também é de baixíssimo alcance em relação às mídias consolidadas (Twitter e Facebook). É um canal estático com a função de marcar presença nesta rede, que é a mais usada em termos globais. Tivemos 951 visualizações em nossa página, porém, há diversos vídeos de terceiros nas playlists criadas (*World Museums*, *Museu Paulista da USP* e *Acervos da Universidade de São Paulo*) que não entram nesta contagem. Apenas 9 pessoas subscreveram o canal até o momento.

O benefício de estar inscrito nesta rede é a possibilidade de utilizarmos vídeos em nosso site, uma vez que ele pode ser alocado no Youtube e inserido no corpo do conteúdo publicado em nosso site.

Museu Paulista da USP

Channel description

Uploads Public

- Tocha Olímpica no Museu do Ipiranga (168 views · 6 months ago)
- Poses do 19 (627 views · 10 months ago)
- Edifício Monumento - Espetáculo de Luz e Som II (20 views · 1 year ago)
- Edifício Monumento - Espetáculo de Luz e Som I (87 views · 1 year ago)
- A Florada - Sala da exposição na Art Gallery of Ontario (38 views · 1 year ago)
- Museu Paulista da USP - Serviço de Fotografia (15 views · 2 years ago)

Created playlists Public

- World Museums (3 VIDEOS)
- Museu Paulista da USP (22 VIDEOS)
- Acervos da Universidade de São Paulo (5 VIDEOS)

Subscriptions

- CORAL USP (Subscribed)
- TVUSPonline (Subscribed)
- USP International Cooperation... (Subscribed)
- USP - Centro de Divulgação... (Subscribed)
- PRG USP (Subscribed)
- IOMI (Subscribed)
- Escola do Futuro USP (Subscribed)
- Pró-Reitoria de Pós-Graduação... (Subscribed)
- AUN TV - USP (Subscribed)
- AUSPIN (Subscribed)

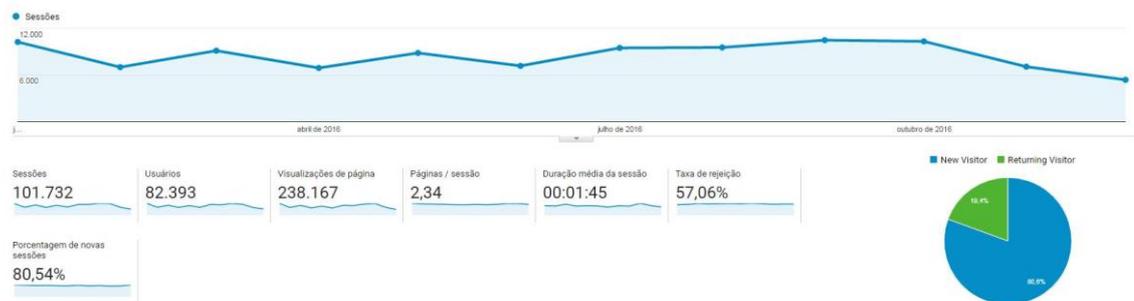
Figura 10 - Vídeos e playlists no Canal do Museu Paulista no Youtube 2016

## Site

No âmbito do GT-Marca, o SAIMRP coordenou a renovação do site do Museu Paulista, tendo realizado a arquitetura informacional e intermediado o desenvolvimento do layout. O site remodelado tem sua publicação em janeiro de 2017, porém todo o processo de homologação foi realizado no segundo semestre de 2016.

### Site do Museu Paulista

Foram realizadas 38 chamadas ao longo do ano e 7 eventos a partir do segundo semestre. Conseguimos incrementar os conteúdos inserindo vídeos, imagens e álbuns fotográficos. As notícias publicadas eram sempre replicadas nas redes sociais.



**Figura 11 - Estatísticas do site do Museu Paulista 2016**

## Campanhas

Trabalhamos o conceito de campanha para as ações estratégicas de comunicação relacionadas aos acontecimentos mais importantes de nosso calendário de eventos. Em 2016 realizamos a Semana da Independência e o Dia da República, que representam as duas datas mais significativas para cada um de nossos museus.

Foram publicados e divulgados releases com as respectivas programações divulgados no site, mailing, redes sociais e Sala de Imprensa da USP. Tanto no Ipiranga (Independência) quanto em Itu (República) tivemos ampla cobertura das mídias locais, da USP e da grande mídia, incluindo presença nos telejornais (SBT, Bom-dia São Paulo, Jornal da Gazeta etc).

## **RELAÇÕES PÚBLICAS**

Procuramos intensificar também nosso relacionamento com a população local e com a comunidade museológica. Além da participação no Conselho Gestor do Parque da Independência, fizemos um acordo com a publicação “Ipiranga com Estilo” para divulgação de textos sobre o Edifício-Monumento, publicado em abril de 2016.

### **Cargos e Comissões: Conselho Gestor do Parque da Independência**

O supervisor CESQUIM, Tiago Luis, Supervisor Técnico do SAIMRP MP continuou as atividades de representante do Museu Paulista da USP no Conselho Gestor do Parque da Independência. Foram realizadas 10 reuniões no período de fevereiro a dezembro, e enviadas memórias aos funcionários do Museu Paulista.

É importante destacar o pedido encaminhado pelo Conselho Gestor para revitalização da proteção no entorno do Edifício-Monumento, que foi atendido e teve como consequência a criação da série de exposições em painéis “Estamos Aqui!”.

**CESQUIM, Tiago Luis.** Supervisor Técnico de Serviço do Serviço de Assessoria de Imprensa, Marketing e Relações Públicas, desde agosto de 2015

**CESQUIM, Tiago Luis.** Membro do Conselho Gestor do Parque da Independência, desde novembro de 2015.

**CESQUIM, Tiago Luis.** Membro do Grupo de Trabalho Marca do Museu Paulista da USP, desde julho de 2016.

**CESQUIM, Tiago Luis.** Membro do Grupo de Trabalho sobre Fundações, desde julho de 2016.