

Relatório das Redes Sociais e Portal

Fevereiro de 2024

Tribuna do Norte

Resultados de fevereiro/2024

Portal	778.346 novos usuários	2.645.684 visualizações	248.000 usuários recorrentes
Instagram	932 novos seguidores	658.917 contas atingidas	144.742 visitas ao perfil
Facebook	11 novos seguidores	390.008 contas atingidas	31.459 visitas ao perfil
Twitter	877 novos seguidores	421.287 impressões	11.223 engajamentos
Youtube	500 novos inscritos	137.318 visualizações	4.194 horas de exibição

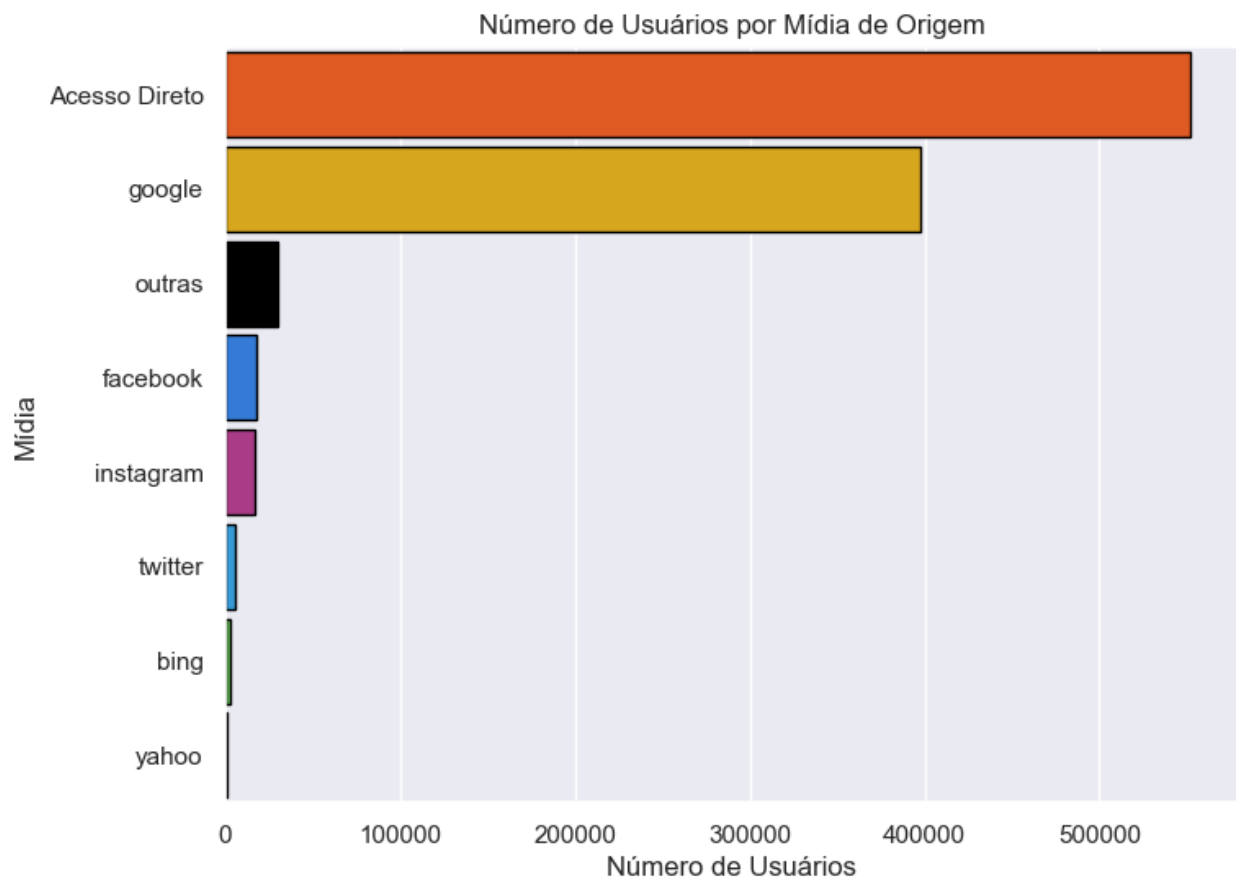
- Ao todo, a Tribuna do Norte entregou seu conteúdo para, aproximadamente, 780.666 novas contas, entre Portal, Instagram, Twitter, Facebook e YouTube.
- **Instagram**
 - Total de seguidores atual: 530.797. Total de seguidores no mês anterior: 529.865
 - Seguidores adquiridos no mês: 5.877. Deixaram de seguir: 4.945.
 - Taxa de fixação: 15,86%
- **Facebook**
 - Total de seguidores atual: 332.614. Total de seguidores no mês anterior: 332.603
 - Seguidores adquiridos no mês: 173. Deixaram de seguir: 162.
 - Taxa de fixação: 6,36%
- **Twitter**
 - Total de seguidores atual: 312.006. Total de seguidores no mês anterior: 311.129
 - Seguidores adquiridos no mês: 2.002. Deixaram de seguir: 1.125.
 - Taxa de fixação: 43,81%
- **YouTube**
 - Total de seguidores atual: 34.500. Total de seguidores no mês anterior: 34.000
 - Seguidores adquiridos no mês: 584. Deixaram de seguir: 84
 - Taxa de fixação: 85,62%

Análise mensal

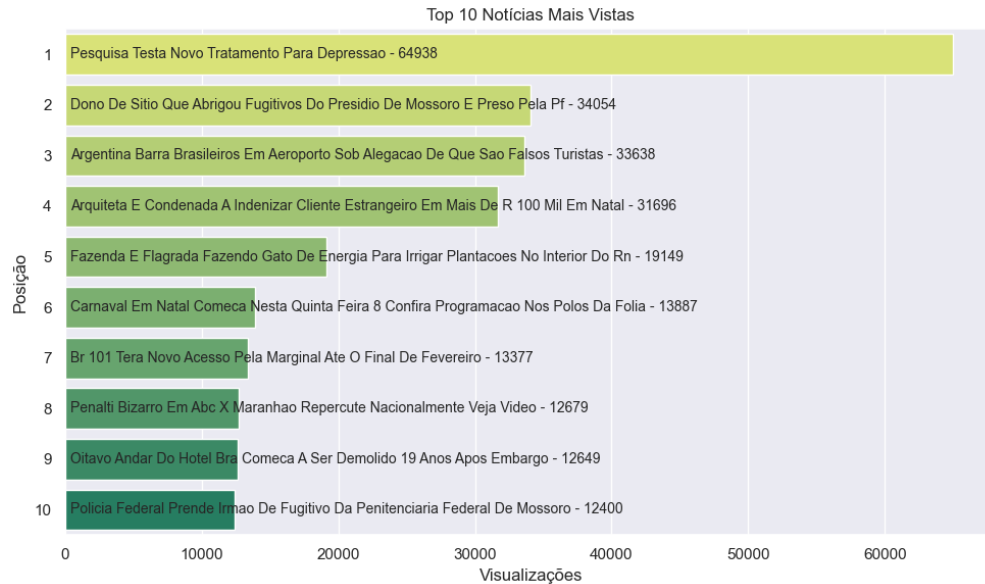
Portal

Mês	Novos usuários variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Visualizações variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Usuários recorrentes variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023
Janeiro	819 mil +2% +29%	3,5 milhões +13% -30%	279 mil -3,5% +37,4%
Fevereiro	778,3 mil -4,97% +23,61%	2,6 milhões -24,49% -8,15%	248 mil -11,11% +12,73%

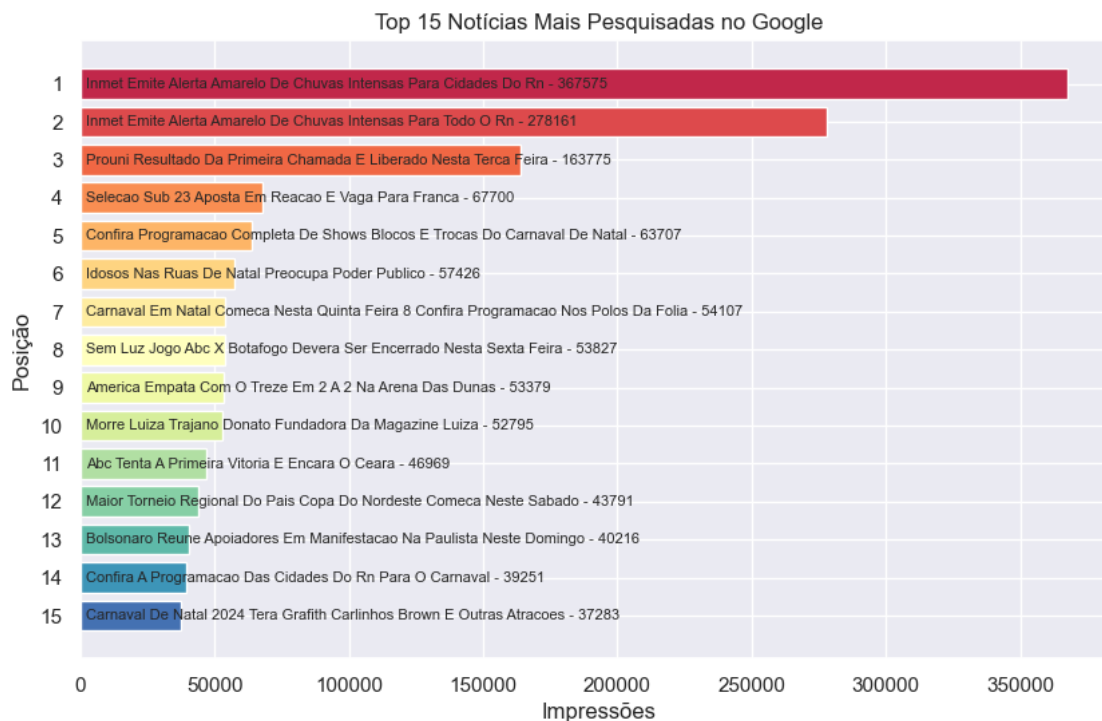
Portal: origem dos usuários



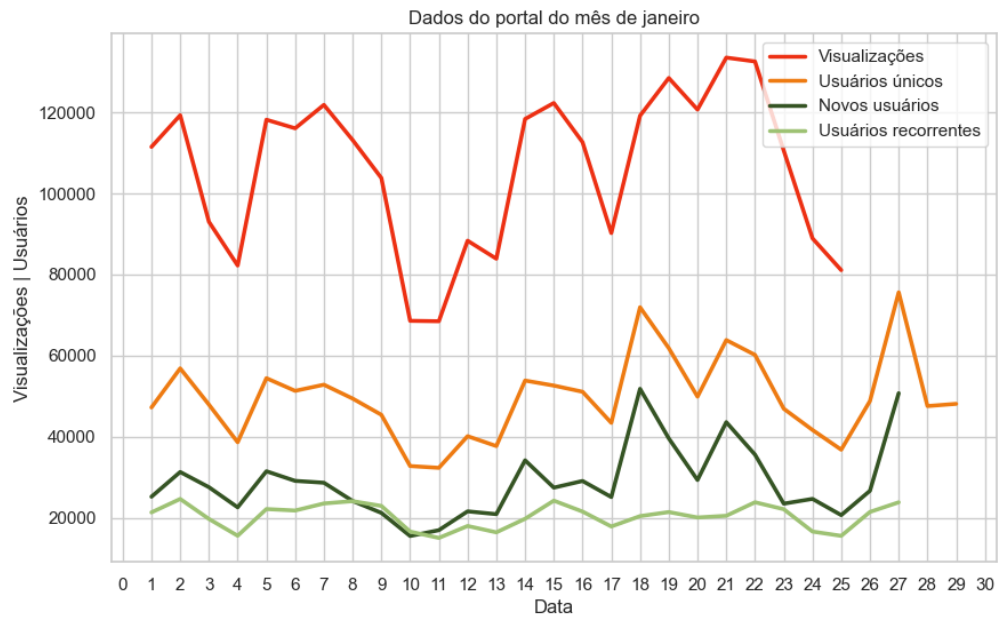
Portal: 10 notícias mais vistas



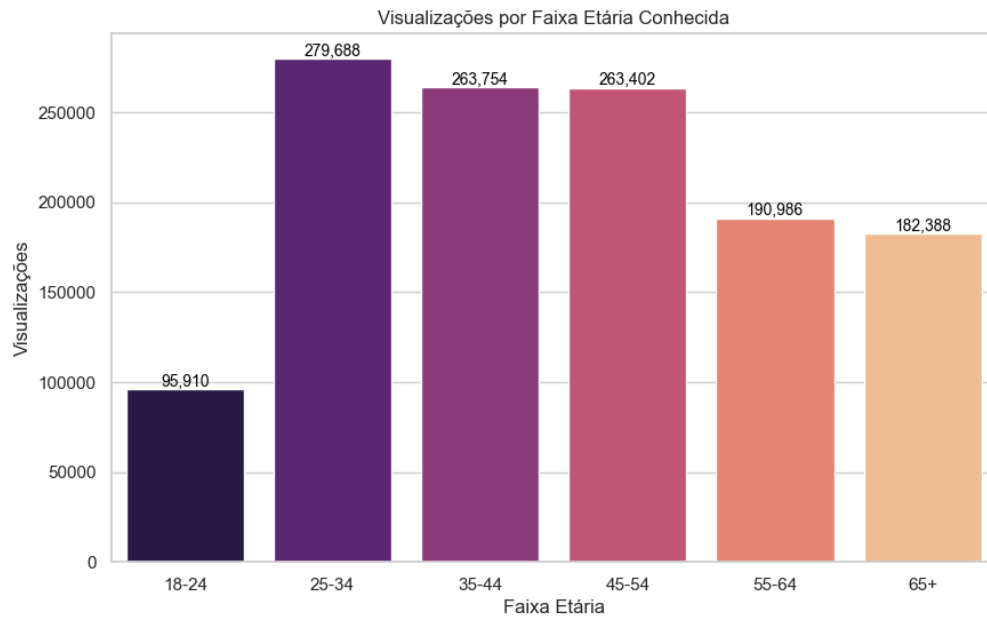
Portal: 15 notícias mais pesquisadas



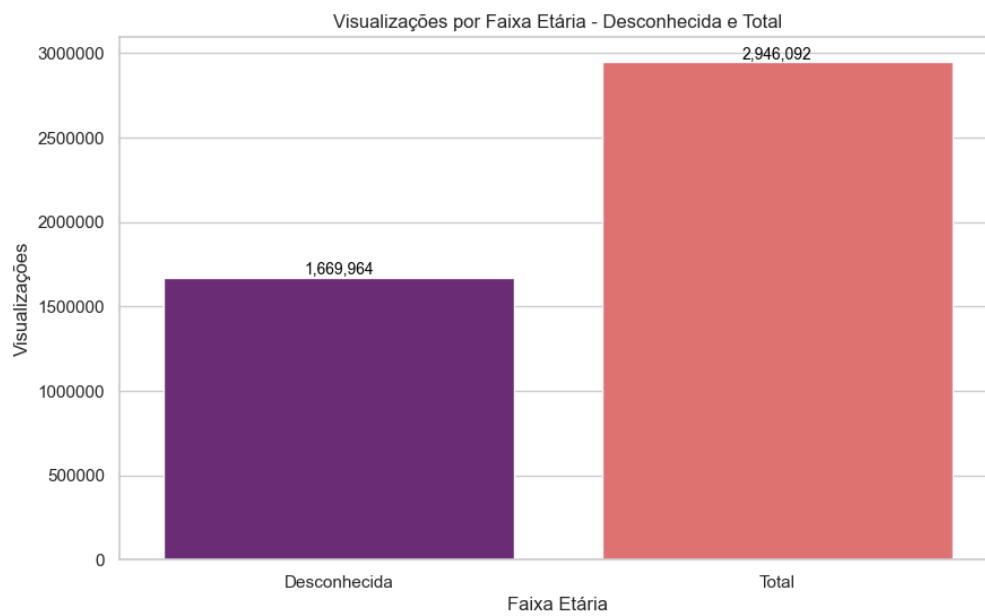
Portal: comparativo de visualizações e acessos de usuários



Portal: visualizações por faixa etária



Portal: visualizações por faixa etária (desconhecida e total)



Análise mensal

Instagram

Mês	Novos seguidores variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Alcance variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Visitas variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023
Janeiro	6,7 mil +21,8% +440,3%	542 mil -7% -19%	152 mil +17,2% -26,2%
Fevereiro	5,8 mil -16,09% -32,69%	658,9 mil +21,56% +2,53%	144,7 mil -4,7% -40,96%

- Legenda:

- **Alcance:** Essa métrica calcula o alcance da distribuição orgânica ou paga do seu conteúdo do Instagram e/ou Facebook, incluindo publicações e stories que foram turbinados. Também pode ser interpretada como a quantidade de contas atingidas;
- **Visitas:** número de vezes que usuários visitaram seu perfil.

Análise mensal

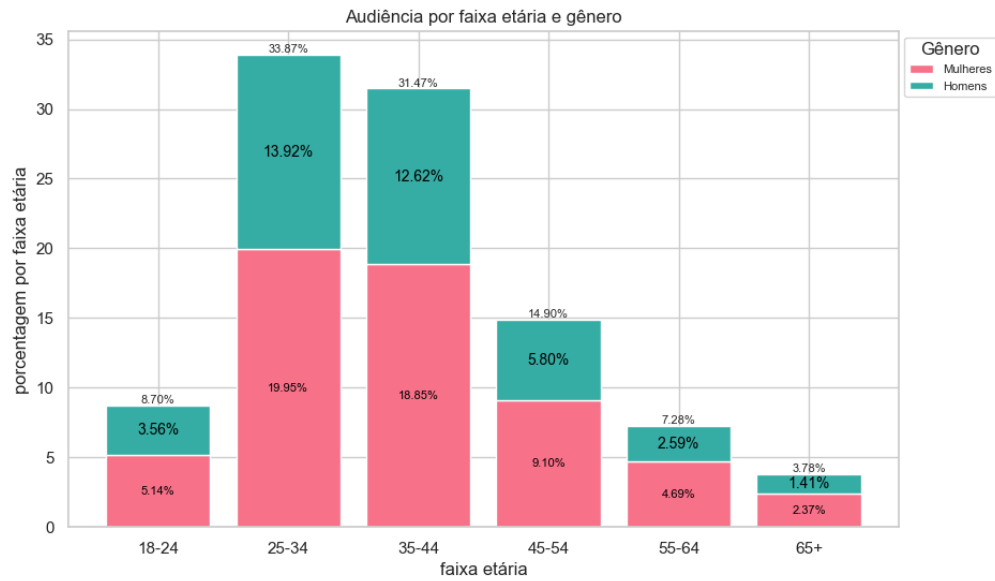
Facebook

Mês	Novos seguidores variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Alcance variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Visitas variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023
Janeiro	628 +38% +20%	468 mil -5% -7,5%	32 mil +9,6% +4,2%
Fevereiro	389 -38,06% -2,99%	390 mil -93,28% -93,16%	31,4 mil -2,16% +28,8%

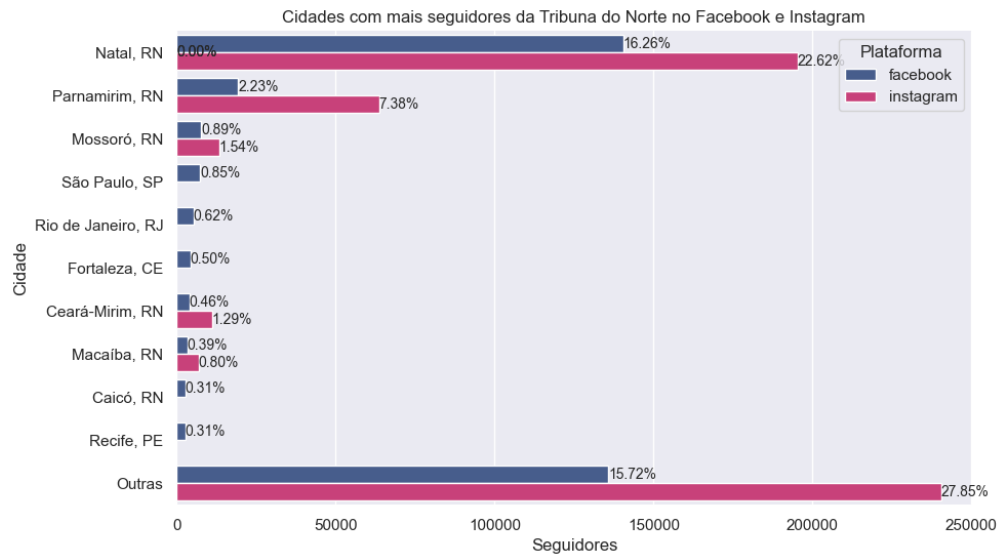
- Legenda:

- **Alcance:** Essa métrica calcula o alcance da distribuição orgânica ou paga do seu conteúdo do Instagram e/ou Facebook, incluindo publicações e stories que foram turbinados. Também pode ser interpretada como a quantidade de contas atingidas;
- **Visitas:** número de vezes que usuários visitaram seu perfil.

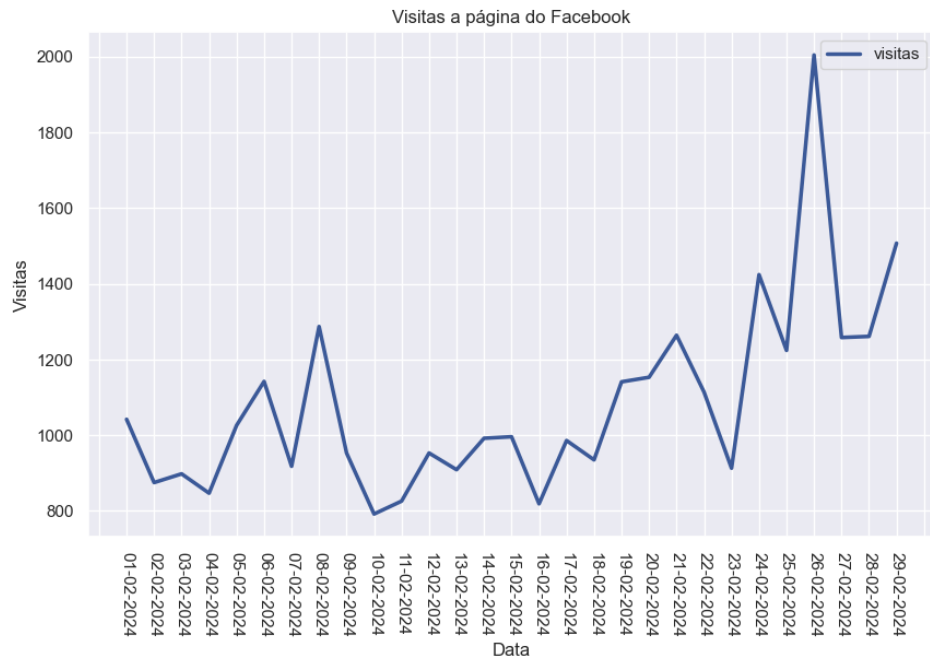
FB e IG: audiência por sexo e faixa etária



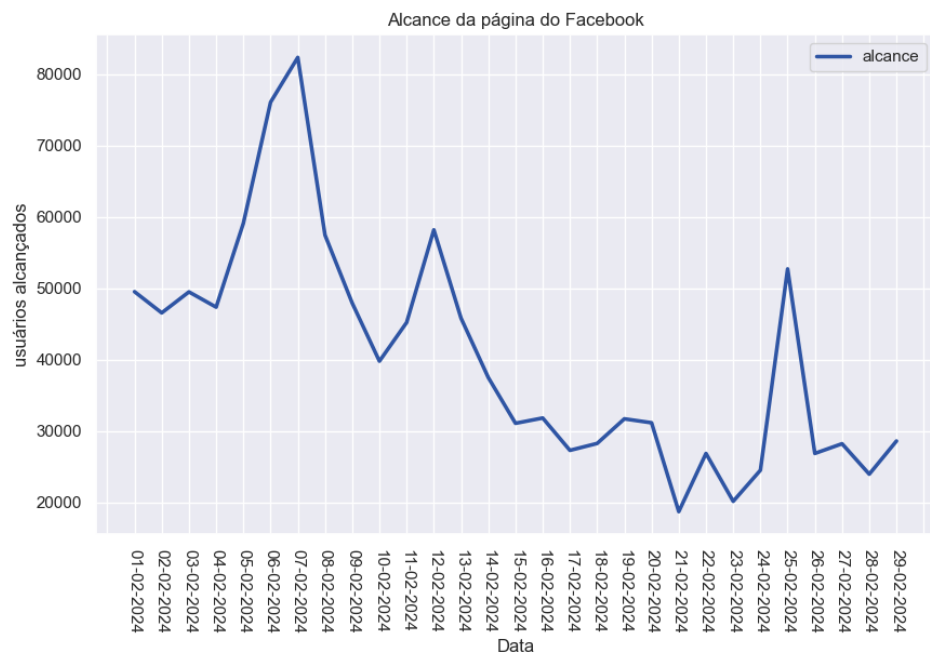
FB e IG: audiência por cidades



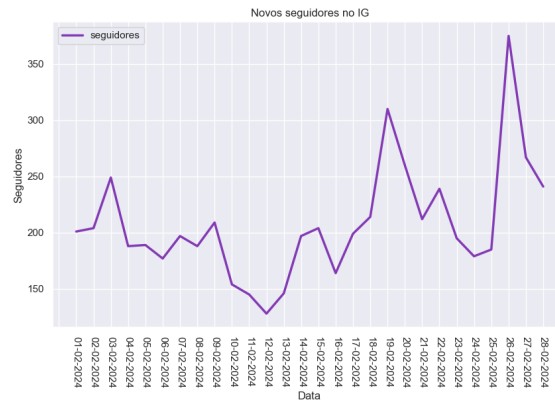
FB: visitas ao longo do mês



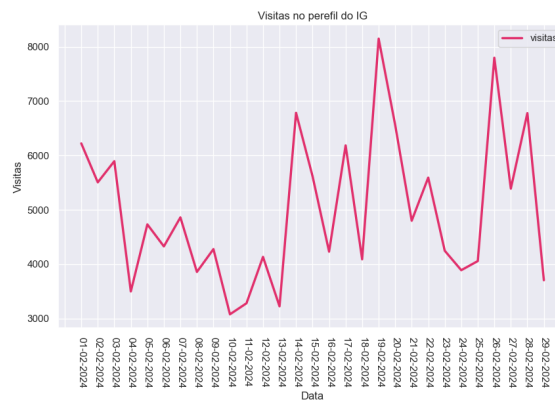
FB: alcance ao longo do mês



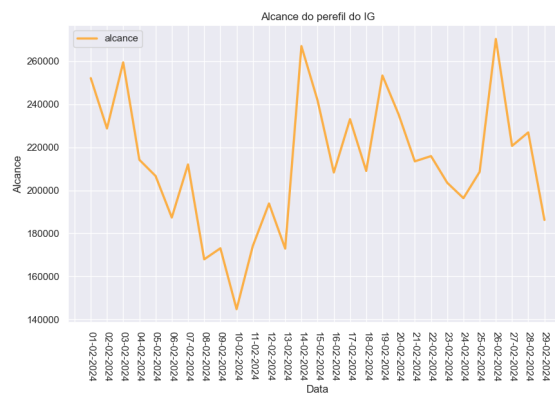
IG: ganho de seguidores ao longo do mês



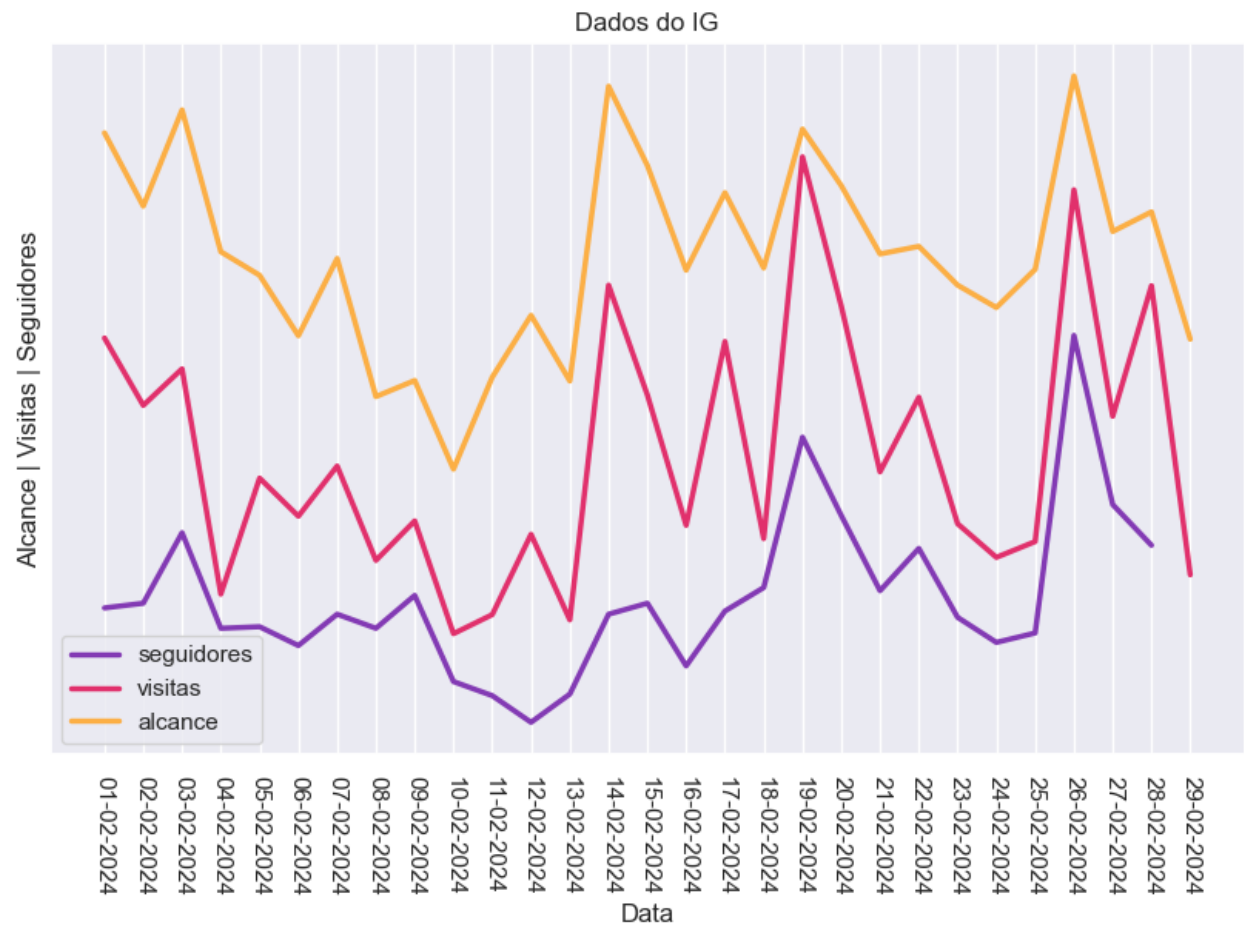
IG: visitas ao perfil ao longo do mês



IG: alcance do perfil ao longo do mês



IG: comparativo de seguidores, visitas e alcance. (Obs.: dados fora de escala para uma melhor visualização)



Análise mensal

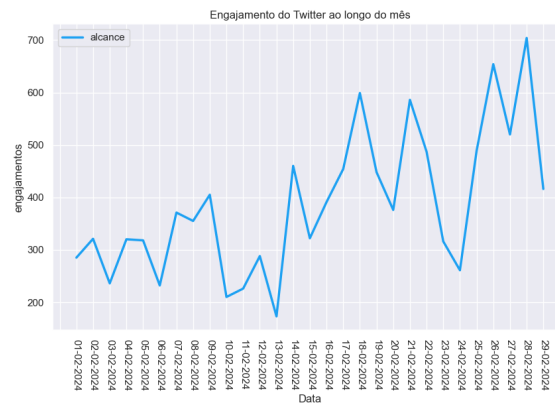
Twitter

Mês	Novos seguidores variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Impressões variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Engajamentos variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023
Janeiro	2,9 mil +81,3% +75,8%	455,8 mil +6% -59%	13,2 mil +22,2% -26,7%
Fevereiro	2 mil -30,17% +131,98%	421,3 mil -7,57% -27,16%	11,2 mil -14,89% +1,21%

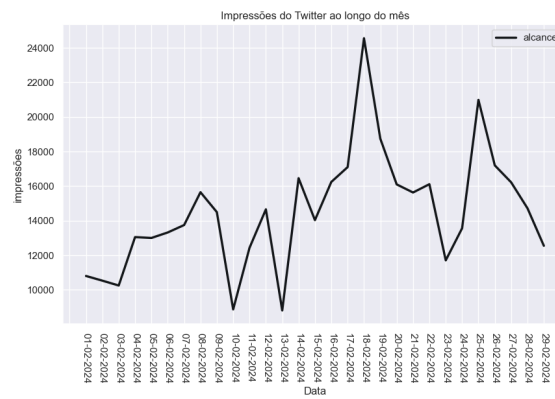
- Legenda:

- **Impressões:** número de vezes que os usuários viram o(s) Tweet(s);
- **Engajamentos:** número total de vezes que um usuário interagiu com o(s) Tweet(s). Isso inclui todos os cliques em qualquer lugar no Tweet como: hashtags, links, avatar, nome de usuário e expansão do Tweet, Retweets, respostas e favoritos.

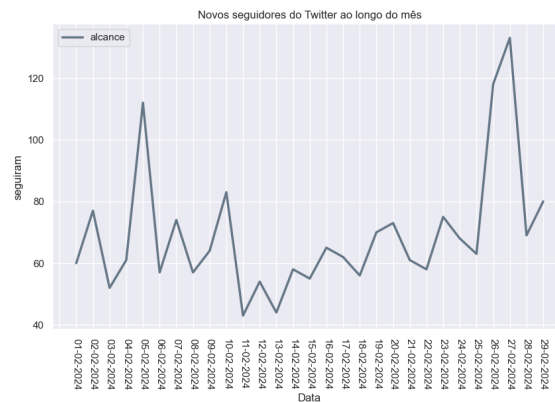
TW: engajamento do twitter



TW: impressões do twitter



TW: ganho de seguidores no twitter ao longo do mês. (Esses dados levam em consideração apenas os ganhos)

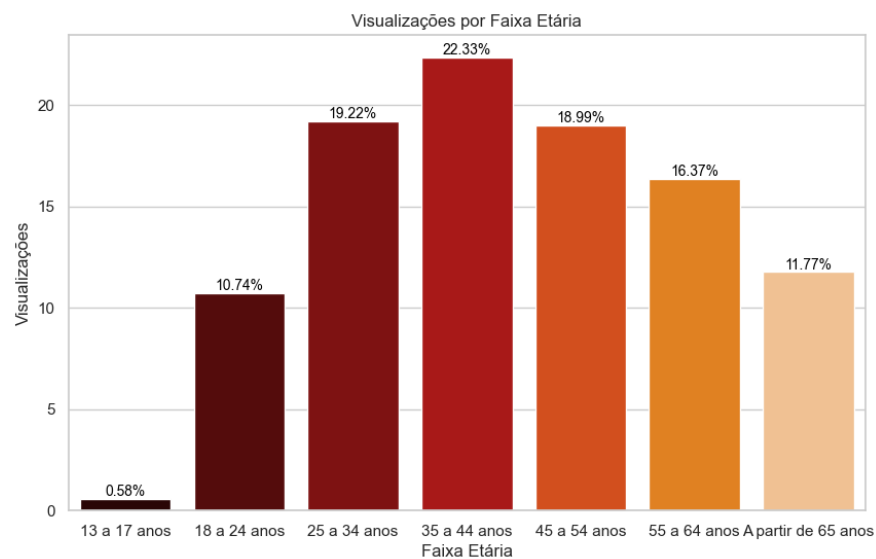


Análise mensal

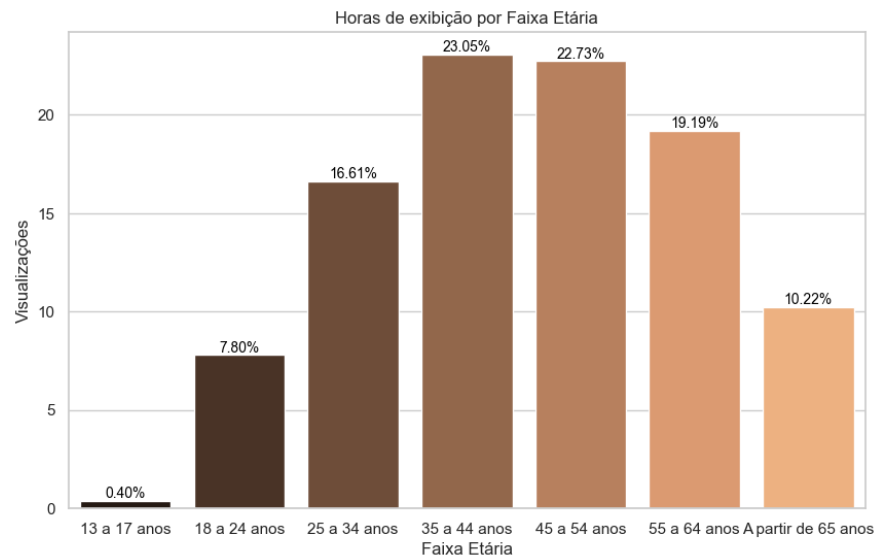
YouTube

Mês	Novos inscritos variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Visualizações variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023	Horas de exibição variação em relação ao mês anterior mesmo mês em 2023
Janeiro	484 +95,2% +389%	132 mil +95,3% +288%	2,3 mil +48% +172,2%
Fevereiro	614 +47,95% +176,58%	137,3 mil +3,73% +89,65%	4,2 mil +79,31% +196,31%

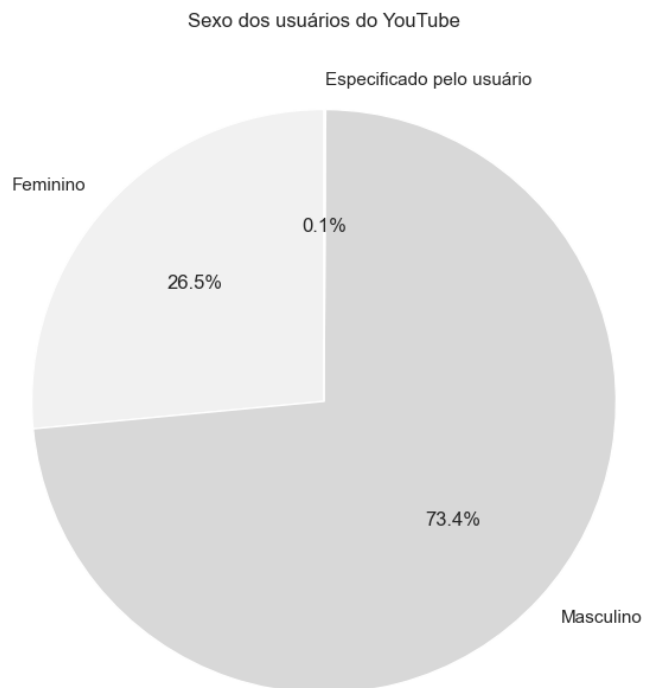
YouTube: visualizações por faixa etária



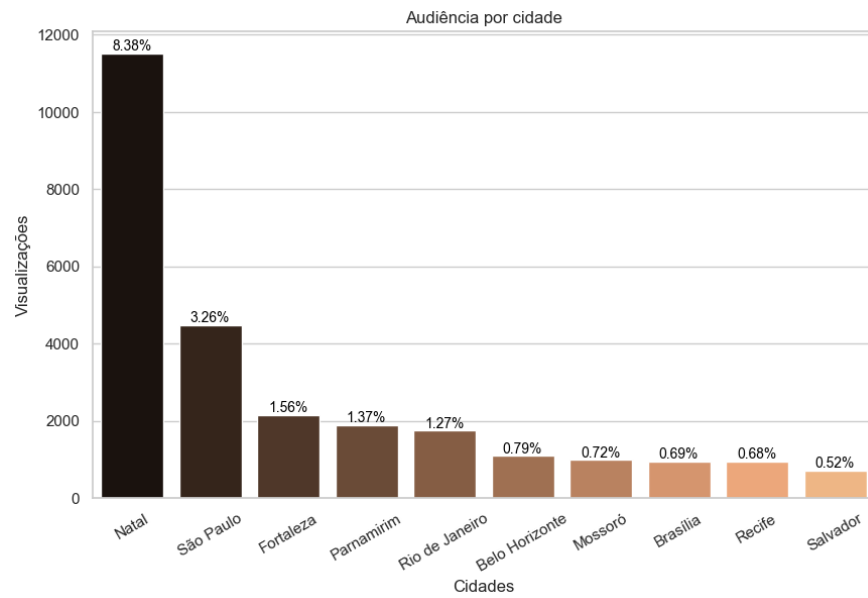
YouTube: horas de exibição por faixa etária



YouTube: sexo do público



YouTube: visualizações por cidade



- Funcionamento dos algoritmos:
 - **Facebook:** O algoritmo do Facebook prioriza os conteúdos que geram mais interações, como curtidas, comentários e compartilhamentos. Ele também considera o grau de relacionamento entre os usuários e as contas que eles seguem, mostrando mais publicações de amigos e familiares do que de páginas. Além disso, o Facebook leva em conta a relevância e a atualidade dos conteúdos, dando mais destaque para as notícias e os assuntos do momento;
 - **Instagram:** O algoritmo do Instagram também se baseia no engajamento, no relacionamento e na temporalidade dos conteúdos. Ele mostra primeiro as postagens e as histórias das contas com as quais o usuário mais interage, seja por meio de curtidas, comentários, mensagens diretas ou buscas. Ele também valoriza os conteúdos mais recentes e mais relevantes para o usuário, de acordo com os seus interesses e hábitos;
 - **Twitter:** O algoritmo do Twitter tem duas formas de exibir os conteúdos: o modo cronológico e o modo destacado. No modo cronológico, o usuário vê os tweets mais recentes em ordem de publicação. No modo destacado, o usuário vê os tweets mais relevantes para ele, de acordo com o seu perfil, as suas interações e os assuntos do momento. O Twitter também mostra os tweets mais populares e mais comentados na seção “O que está acontecendo”;
 - **YouTube:** O algoritmo do YouTube tem como objetivo aumentar o tempo de permanência dos usuários na plataforma, recomendando os vídeos que eles têm mais chances de assistir e se engajar. Para isso, ele considera fatores como o histórico de visualização, as preferências, as inscrições, a localização e o feedback dos usuários. Ele também leva em conta a qualidade e a relevância dos vídeos, analisando aspectos como o título, descrição, tags, miniaturas e os metadados.

Observações

- Sessões:

- Por padrão, a sessão é encerrada após 30 minutos de inatividade, mas é possível ajustar esse limite para que ela dure de alguns segundos a várias horas.

O Google Analytics começa a contar a partir do momento em que um usuário acessa seu site. Se depois de 30 minutos este usuário não fizer uma interação, a sessão é finalizada. No entanto, toda vez que ocorre uma interação com um elemento (como um evento, interação de rede social ou uma nova página), o Google Analytics reinicia o tempo de vencimento adicionando 30 minutos a partir do momento da interação. Um único usuário pode abrir várias sessões. Essas sessões podem ocorrer no mesmo dia ou em vários dias, semanas ou meses. Assim que uma sessão termina, existe a oportunidade de iniciar uma nova sessão. Há dois métodos para o encerramento de uma sessão:

Um único usuário pode abrir várias sessões. Essas sessões podem ocorrer no mesmo dia ou em vários dias, semanas ou meses. Assim que uma sessão termina, existe a oportunidade de iniciar uma nova sessão. Há dois métodos para o encerramento de uma sessão:

- Vencimento por tempo:
 - Depois de 30 minutos de inatividade;
 - À meia-noite.
 - Mudança de campanha::
 - Se um usuário entra por uma campanha, sai e depois volta para outra. (Fecha o site e entra novamente, por exemplo).
- Seguidores:

É possível observar que o número de novos seguidores ou inscritos adquiridos nos mês pode diferir um pouco na primeira tabela, na descrição dela e em cada uma das tabelas seguintes das respectivas redes sociais.

Nas tabelas de cada rede social está a quantidade total de usuários que seguiram ao logo do mês analisado, mas nesse caso é o dado que foi informado diretamente pela rede social em questão. Chamaremos esse dado de "follows" e os que deixaram de seguir de "unfollows", para uma melhor identificação.

Na primeira tabela do relatório está o número referente a quantidade de seguidores que realmente continuaram seguindo a(o) página/perfil/canal ao final do mês. Logo abaixo, o dado "Seguidores adquiridos no mês:" é a quantidade total de usuários que seguiram ao logo do mês analisado. Nesses dois casos os valores são obtidos através da quantidade total de seguidores no mês atual e anterior e quantos usuários deixaram de seguir no mês atual.

Por exemplo: se subtrairmos a quantidade total de seguidores do mês atual pela anterior e somarmos isso a quantos deixaram de seguir (atual - anterior + unfollow), teremos a quantidade total de "Seguidores adquiridos no mês:". Esse valor seria o mesmo dado de seguidores adquiridos que está nas tabelas de cada rede social (follows). E a quantidade de usuários que continuaram seguindo a página seria apenas a diferença do total de seguidores do mês atual e anterior (atual - anterior), que deveria dar no mesmo de subtrair "follows" por "unfollows" (follows - unfollows). Para que fique mais claro, a diferença entre "follows" e "unfollows" somada a quantidade total de seguidores do mês anterior deveria ser igual a quantidade total do mês atual (follows - unfollows + total seg. anterior = total seg. atual).

Todos esses dados são fornecidos pelas próprias plataformas, mas eles podem acabar sendo um pouco diferentes para sua respectiva rede social.

- Top15 notícias mais pesquisadas: as impressões são referentes a quantidade de vezes que uma pesquisa sobre determinado assunto foi realizada e foi possível visualizar o link da notícia no portal do TN entre os resultados.