

# Relatório das Redes Sociais e Portal

Fevereiro de 2024

## Tribuna do Norte

### Resultados de janeiro/2024

Portal	0 novos usuários	0 visualizações	0 usuários recorrentes
Instagram	-529.865 novos seguidores	0 contas atingidas	151.885 visitas ao perfil
Facebook	-332.603 novos seguidores	0 contas atingidas	0 visitas ao perfil
Twitter	-311.129 novos seguidores	0 impressões	0 engajamentos
Youtube	-34.000 novos inscritos	0 visualizações	0 horas de exibição

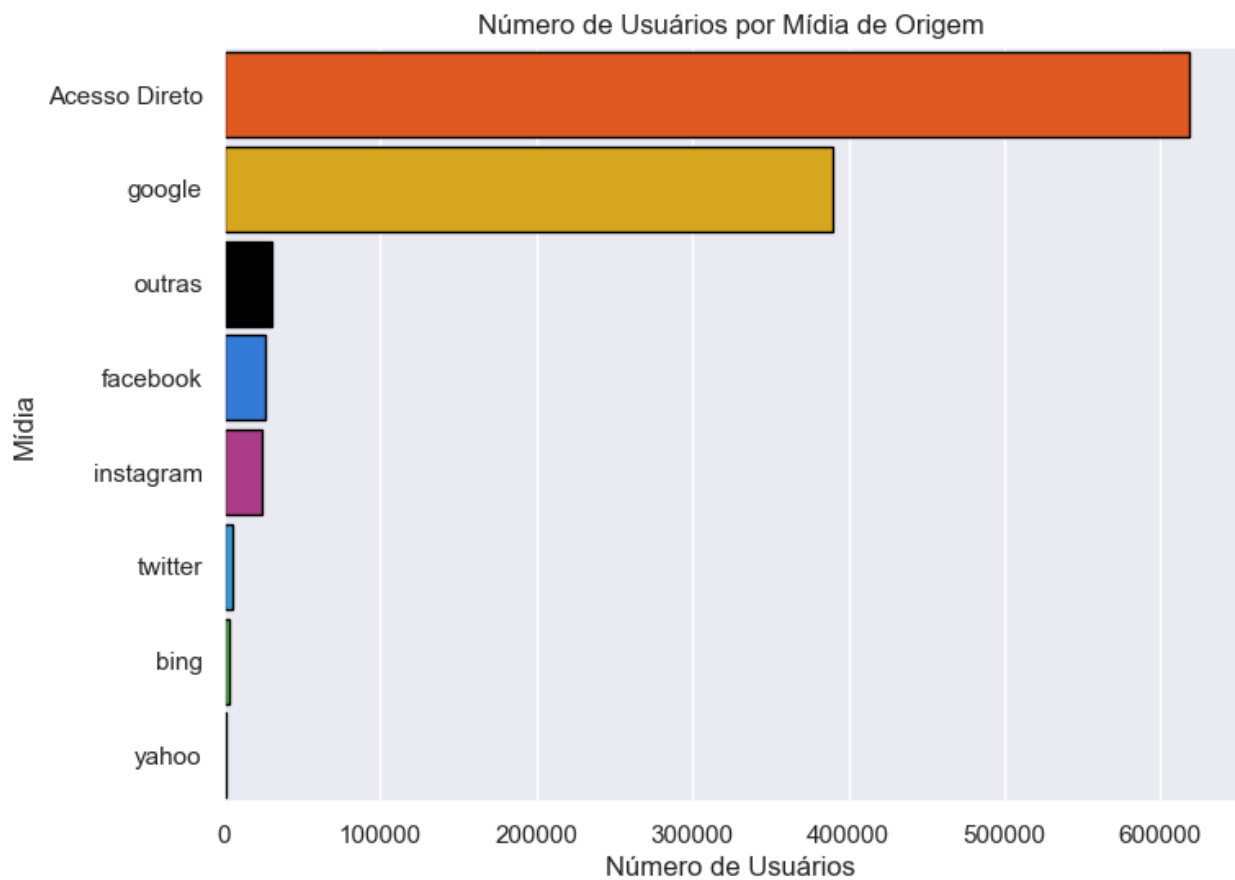
- Ao todo, a Tribuna do Norte entregou seu conteúdo para, aproximadamente, 829.760 novas contas, entre Portal, Instagram, Twitter, Facebook e YouTube.
- **Instagram**
  - Total de seguidores atual: 0. Total de seguidores no mês anterior: 529.865
  - Seguidores adquiridos no mês: -529.865. Deixaram de seguir: 0.
  - Taxa de fixação: 100,0%
- **Facebook**
  - Total de seguidores atual: 0. Total de seguidores no mês anterior: 332.603
  - Seguidores adquiridos no mês: -332.603. Deixaram de seguir: 0.
  - Taxa de fixação: 100,0%
- **Twitter**
  - Total de seguidores atual: 0. Total de seguidores no mês anterior: 311.129
  - Seguidores adquiridos no mês: -311.129. Deixaram de seguir: 0.
  - Taxa de fixação: 100,0%
- **YouTube**
  - Total de seguidores atual: 0. Total de seguidores no mês anterior: 34.000
  - Seguidores adquiridos no mês: -34.000. Deixaram de seguir: 0
  - Taxa de fixação: 100,0%

## Análise mensal

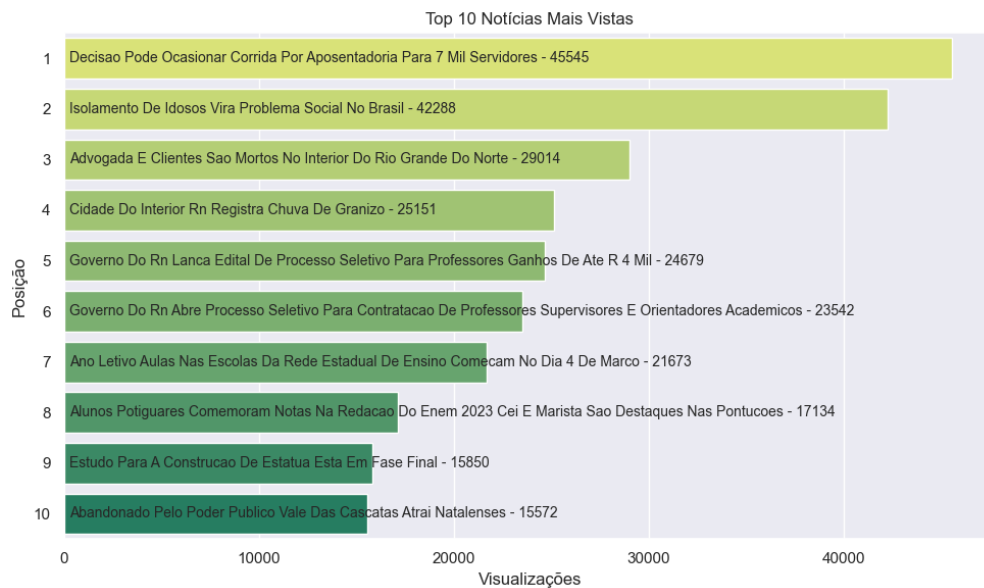
### Portal

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	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%

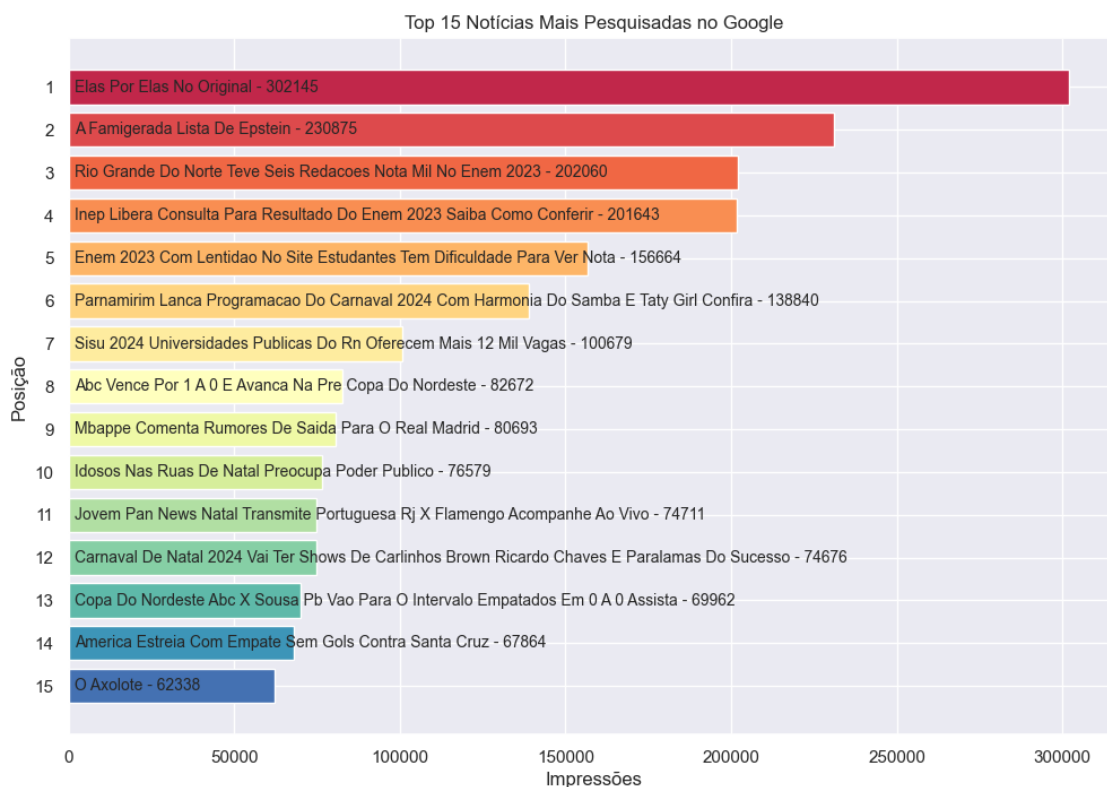
Portal: origem dos usuários



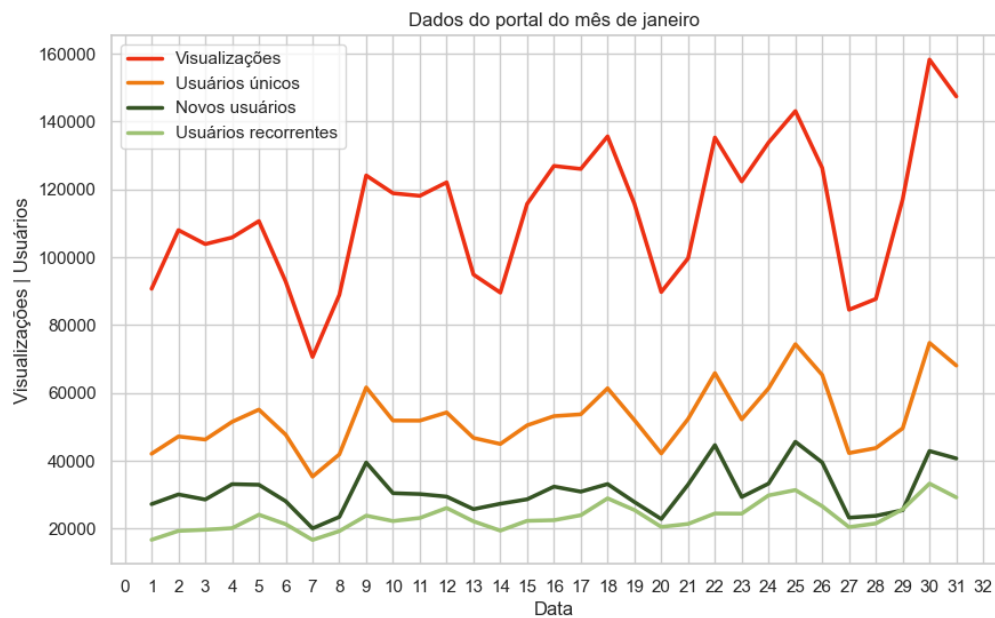
Portal: 10 notícias mais vistas



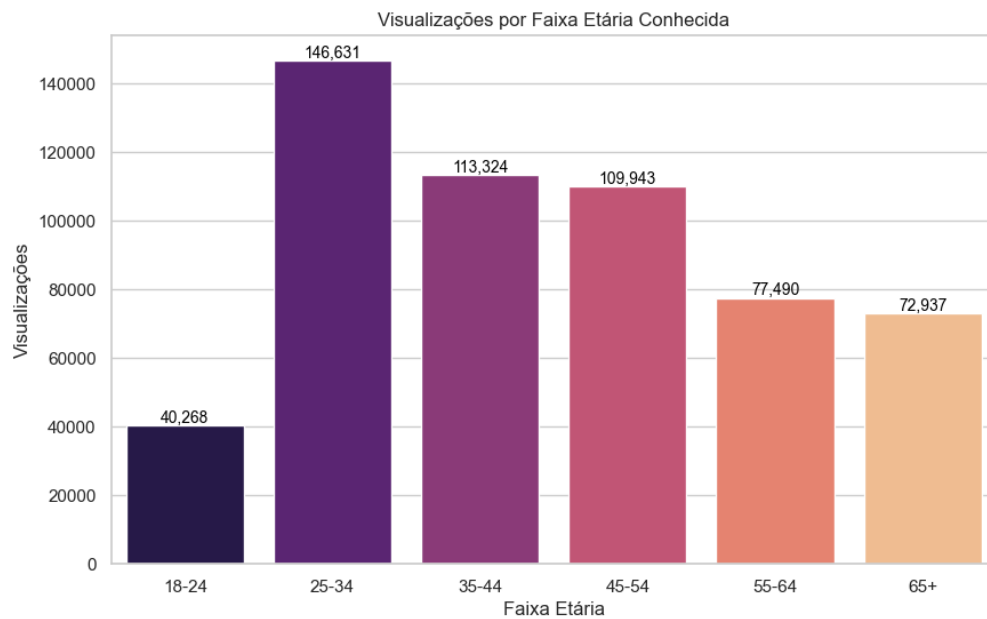
Portal: 15 notícias mais pesquisadas



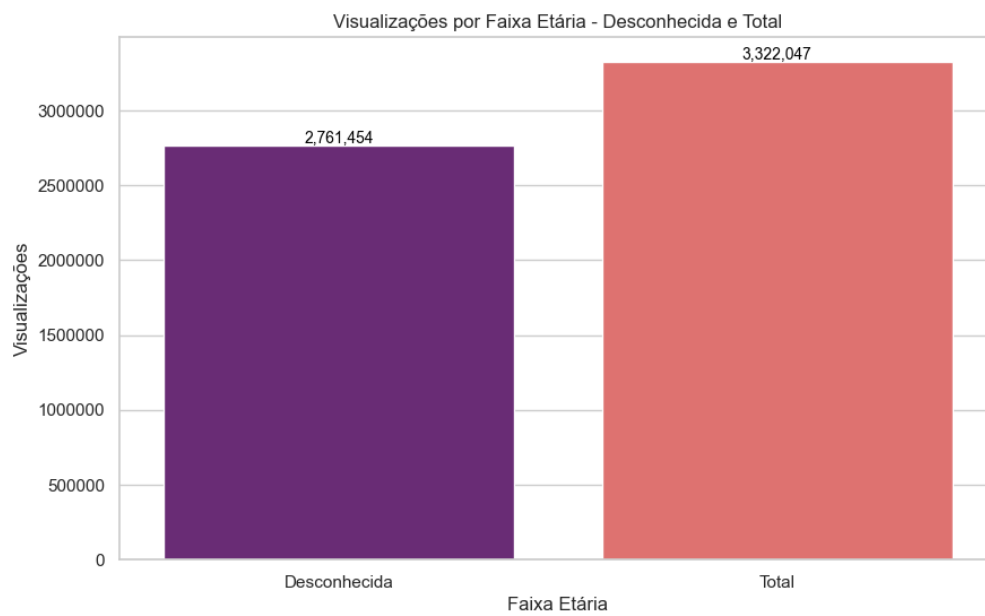
Portal: comparativo de visualizações e acessos de usuários



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	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%

- 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

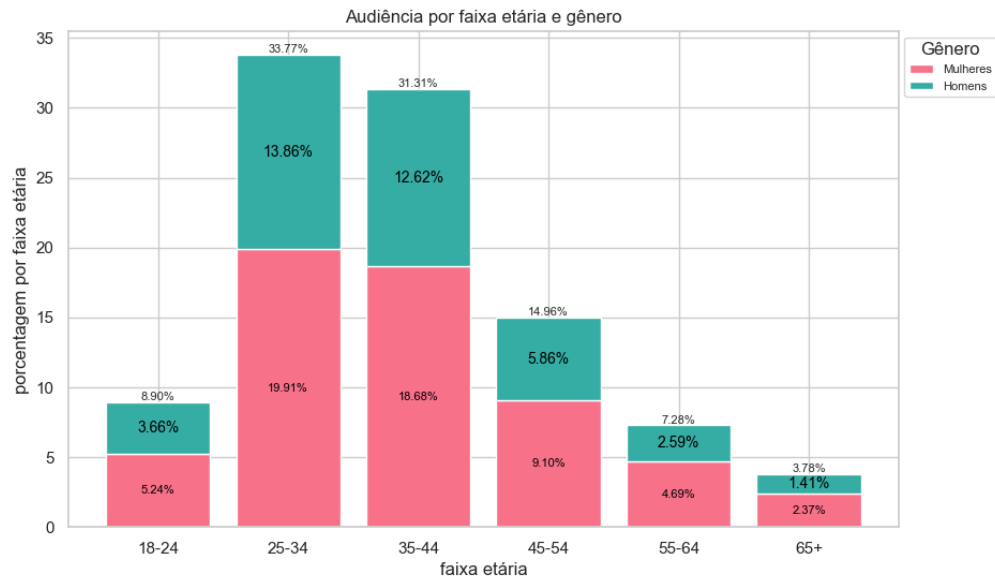
### Facebook

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	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%

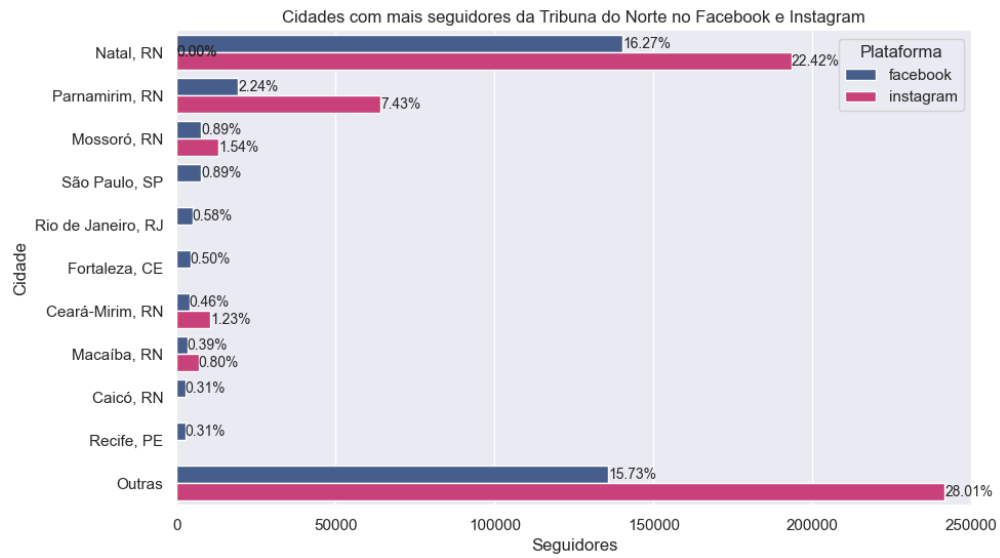
- Legenda:

- **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.

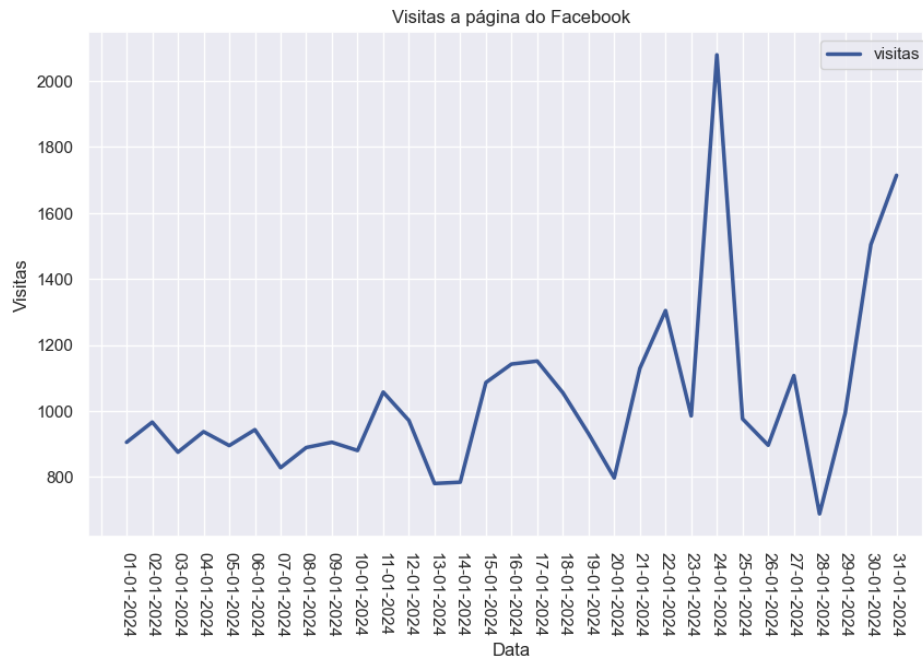
## FB e IG: audiência por sexo e faixa etária



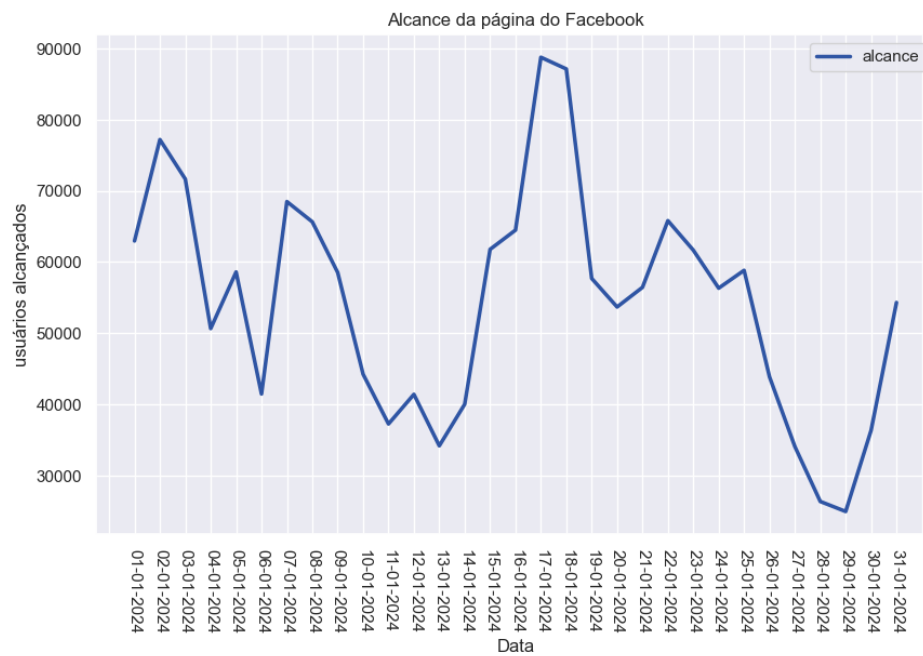
## FB e IG: audiência por cidades



FB: visitas ao longo do mês

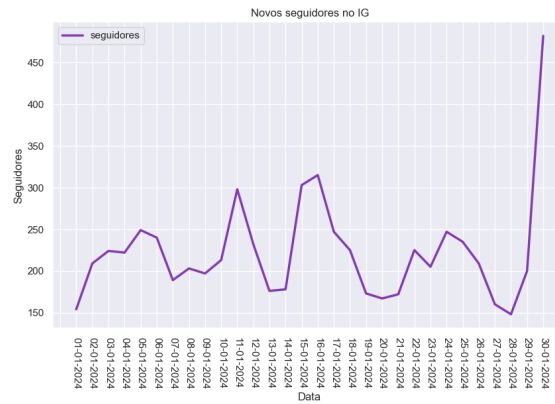


FB: alcance ao longo do mês

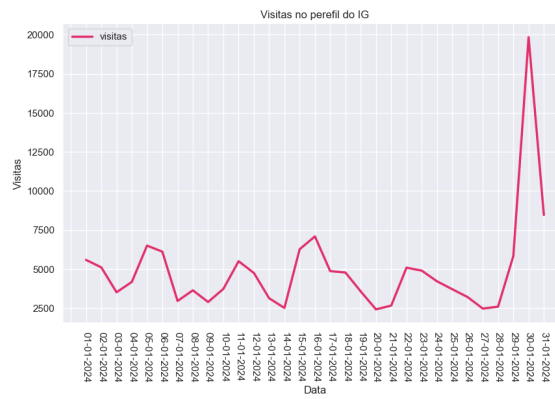




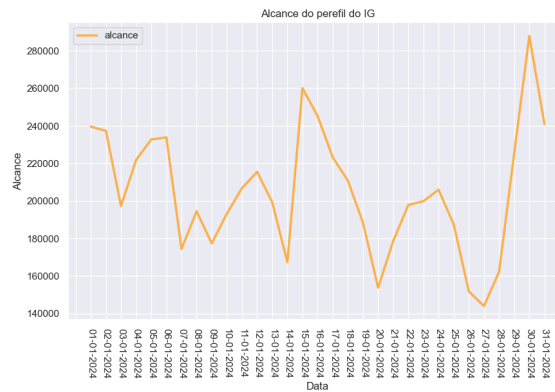
IG: ganho de seguidores ao longo do mês



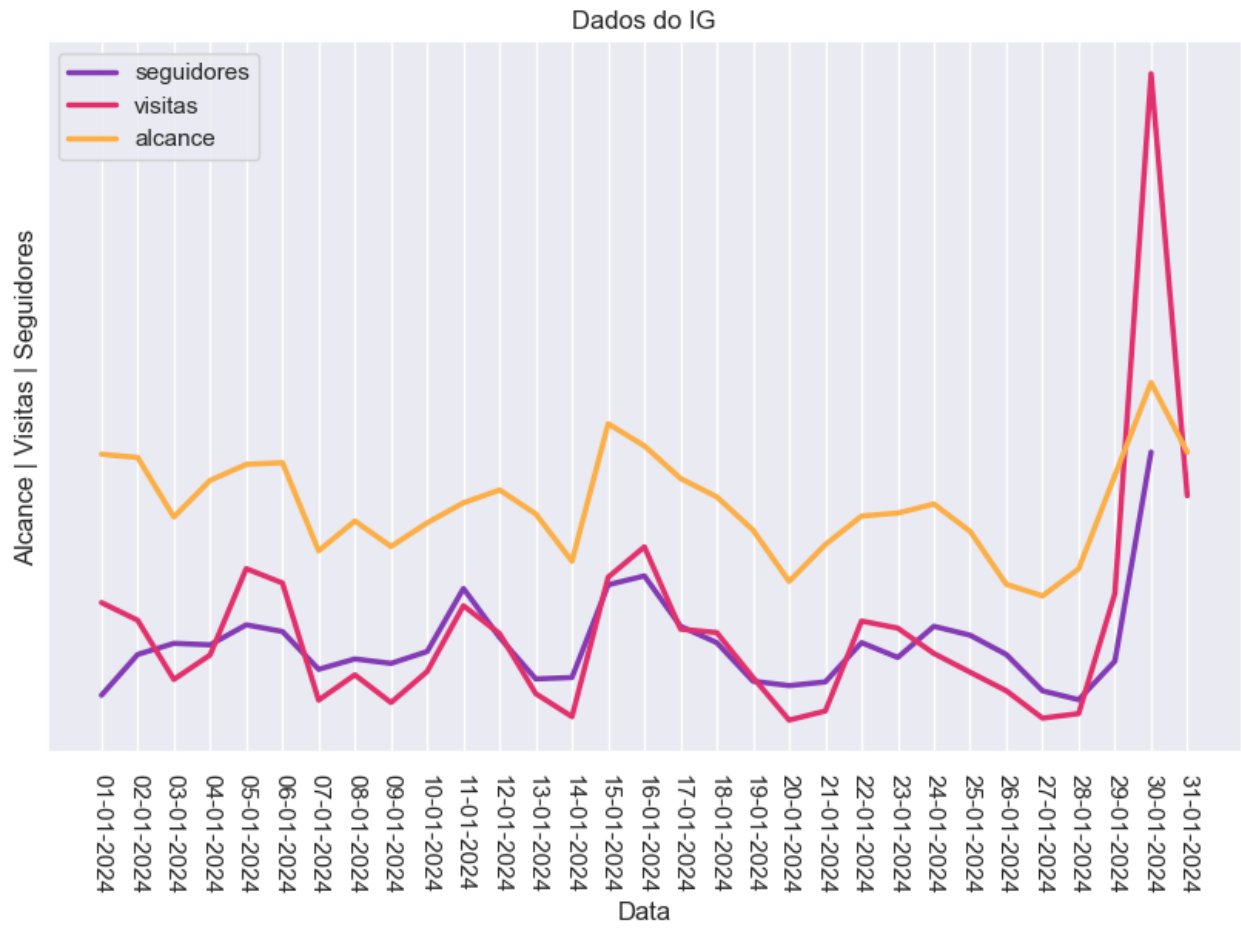
IG: visitas ao perfil ao longo do mês



IG: alcance do perfil ao longo do mês



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



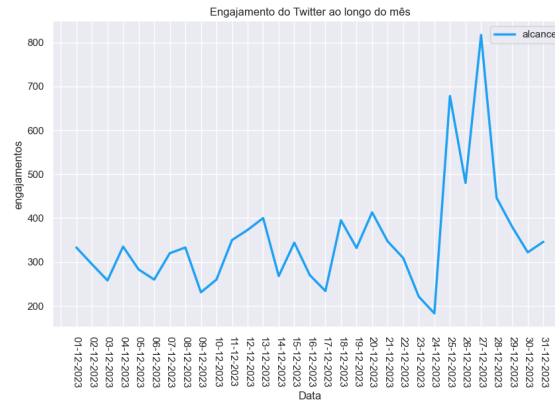
## Análise mensal

### Twitter

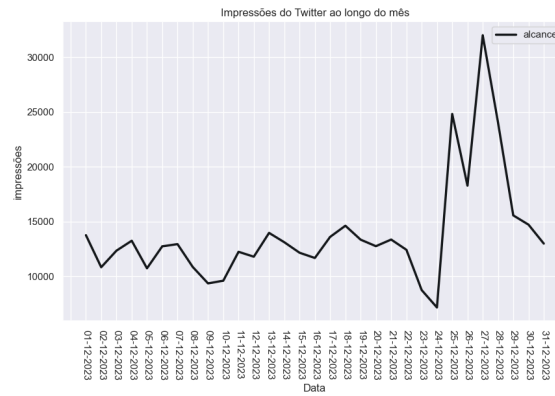
Mês	Novos seguidores variação em relação ao mês anterior   mesmo mês em 2023	Impressões variação em relação ao mês anterior   mesmo mês em 2023	Engajamentos variação em relação ao mês anterior   mesmo mês em 2023
Janeiro	2,9 mil +81,3%   +75,8%	455,8 mil +6%   -59%	13,2 mil +22,2%   -26,7%
Fevereiro	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%	('0', 0) -100,0%   -100,0%

- 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.

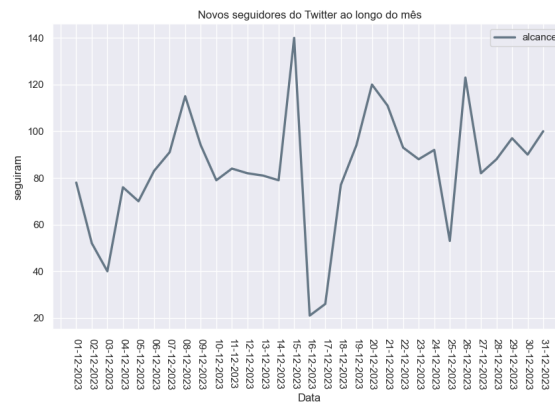
TW: engajamento do twitter



TW: impressões do twitter



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

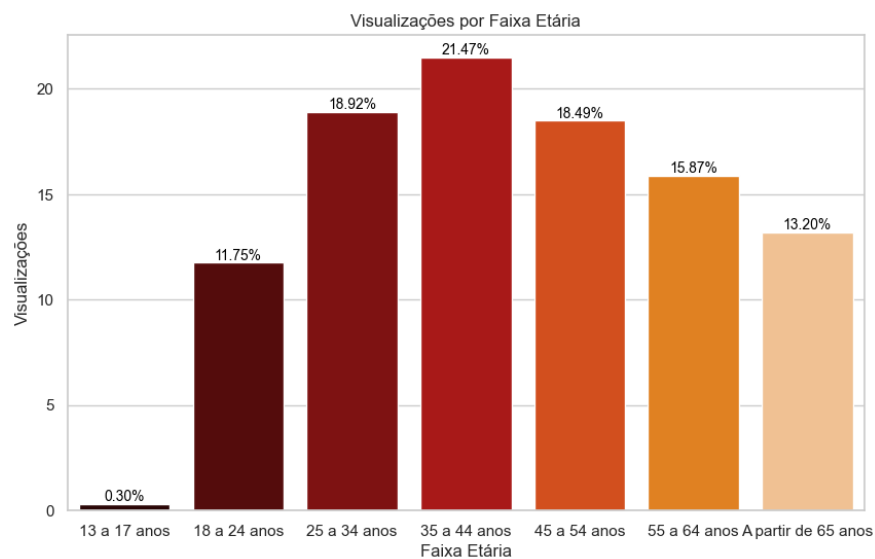


## Análise mensal

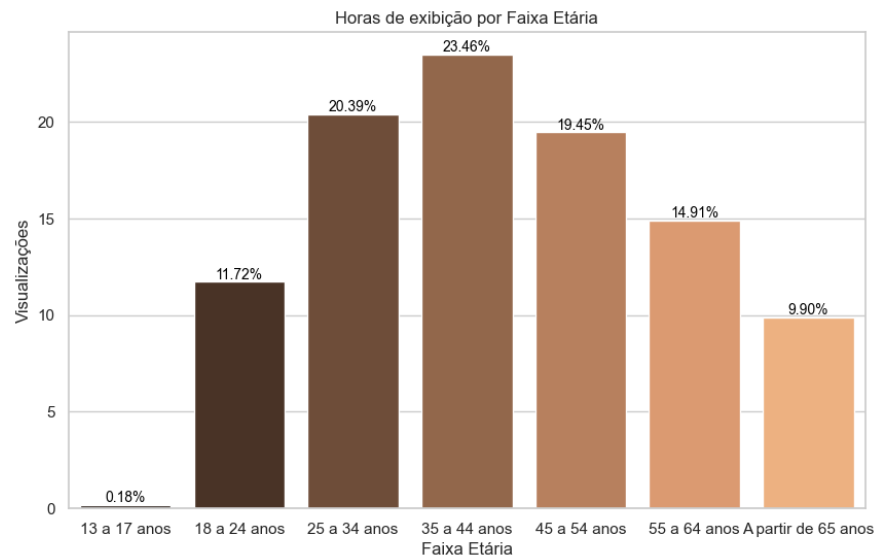
### YouTube

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	(0, 0) -100,0%   -100,0%	(0, 0) -100,0%   -100,0%	(0, 0) -100,0%   -100,0%

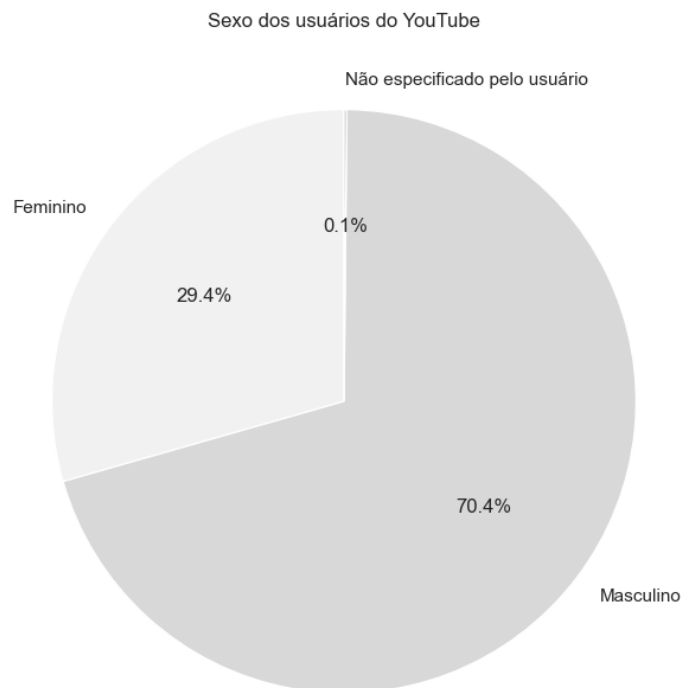
YouTube: visualizações por faixa etária



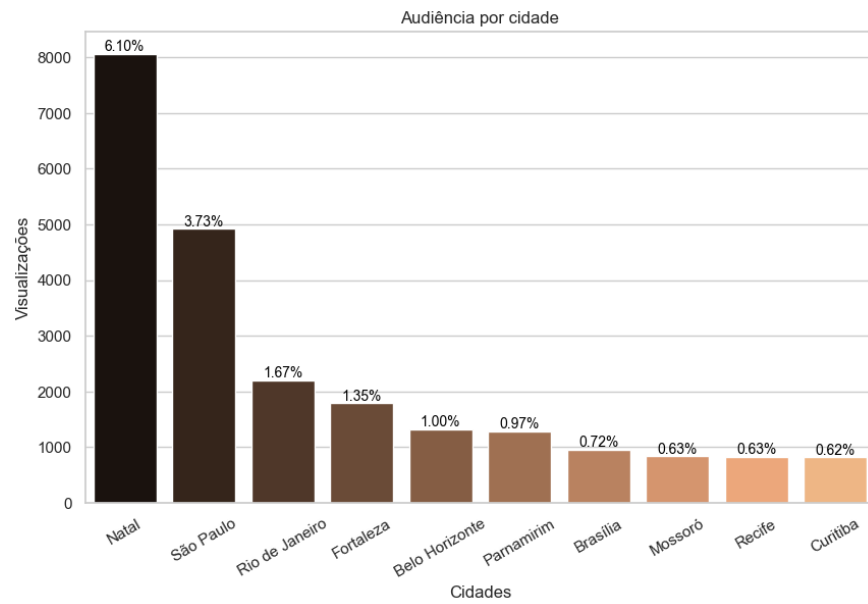
## YouTube: horas de exibição por faixa etária



## 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).
- Calculos de porcentagem:

- **Variação:**  $\frac{Mês\ Atual - Mês\ Anterior}{|Mês\ Anterior|} * 100$ .

O cálculo é feito dessa forma pois quero saber qual a diferença, em porcentagem, do valor atual em relação ao anterior, seja esse valor anterior o do mês passado ou o do mesmo mês no ano passado. Em outras palavras, quero saber o quanto o valor do mês atual cresceu ou diminuiu em relação ao outro.

Caso a variação do mês atual com o anterior seja de +10,6%, além da constatação óbvia de que é um número 10,6% maior, também quer dizer que essa porcentagem equivale a 10,6% do valor do mês anterior. Ou seja, se somarmos o valor equivalente a essa porcentagem ao mês anterior o resultado será o valor do mês atual (ou pelo menos algo MUITO próximo).

Por exemplo: se no mês atual o portal teve 957 novos seguidores e o anterior 586, isso quer dizer que o mês atual teve aumento de, aproximadamente, 63,33%. E sabendo que 63,33% de 586 é, aproximadamente, 371, podemos provar que  $957 - 371 = 586$  ou que  $586 + 371 = 957$ .

- **Taxa de fixação:**  $\frac{Total\ de\ novos\ seg.\ no\ mês - Total\ de\ seg.\ perdidos\ no\ mês}{Total\ de\ novos\ seg.\ no\ mês} * 100$ .

Nesse cálculo eu quero saber quantos por cento do total de seguidores ganhos continuaram seguindo a rede social em questão.

É importante observar que as pessoas que deixaram de seguir não fazem parte apenas dos mesmos que seguiram durante o mês analisado (caso o cálculo ou o texto passem essa impressão), ou apenas dos usuários que já seguiam antes. E saber de qual grupo faz parte a pessoa que deixou de seguir é um dado que não é possível de se obter.