
Como o COVID-19 está impactando o consumo de notícias no Brasil

Lucas Moretti

Customer Success Manager
Lucas@chartbeat.com

QUEM SOMOS

Medimos as histórias que impactam o mundo

700 veículos de comunicação

50 bilhões de pageviews por mês

70 países

6 continentes



The Washington Post

CNN

Clarín

The Atlantic

Le Monde

The Telegraph

 **UOL**

The New York Times

Analizamos **113 bilhões** de visualizações de páginas e **35 milhões** de artigos, incluindo **3,3 milhões de matérias relacionadas ao COVID-19***

A análise é baseada em dados coletados anonimamente de sites que trabalham com a Chartbeat e que permitem o uso de suas métricas para estudos.

*Articles containing the entities Coronaviru', COVID19, Covid19 and keywords '%coronavirus%' OR keywords LIKE '%Coronavirus%' OR keywords LIKE '%COVID-19%' OR keywords LIKE '%covid-19%' OR keywords LIKE '%Covid-19%' OR keywords LIKE '%novel coronavirus%' OR keywords LIKE '%corona-virus%' OR keywords LIKE '%Koronaviruss Covid-19%' OR keywords LIKE '%covid 19%' OR keywords LIKE '%COVID%' OR keywords LIKE '%koronaviruss%' OR keywords LIKE '%covid%' OR keywords LIKE '%covid19%' OR keywords LIKE '%koronavirus%' OR keywords LIKE '%corona virus%' OR keywords LIKE '%2019-nCoV%' OR keywords LIKE '%koroonaviiirus%' OR keywords LIKE '%COVID 19%' OR keywords LIKE '%Covid-19%' OR keywords LIKE '%Covid19%' OR keywords LIKE '%COVID19%' OR keywords LIKE '%nCoV%' OR keywords LIKE '%Covid 19%' OR keywords LIKE '%CORONAVIRUS%' OR keywords LIKE '%2019 nCoV%' OR keywords LIKE '%2019-nCoV ARD%' OR keywords LIKE '%SARS-CoV-2%'

Vamos investigar como o consumo dos leitores mudou:

Quanto as pessoas estão lendo?

Como eles encontram suas notícias?

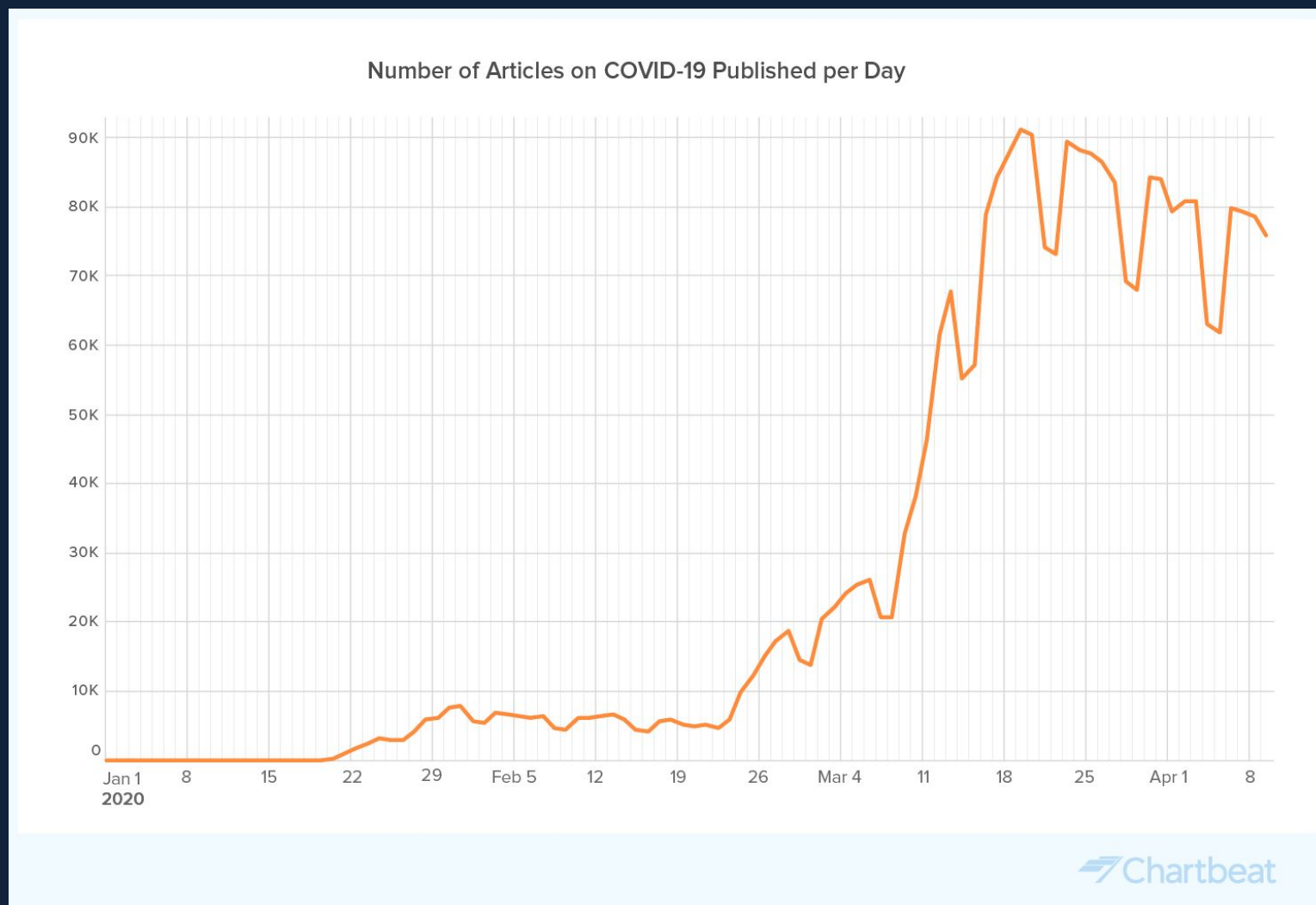
Quais são os temas com mais engajamento?

Tendências na cobertura e nas fontes de tráfego

TENDÊNCIAS DE TRÁFEGO

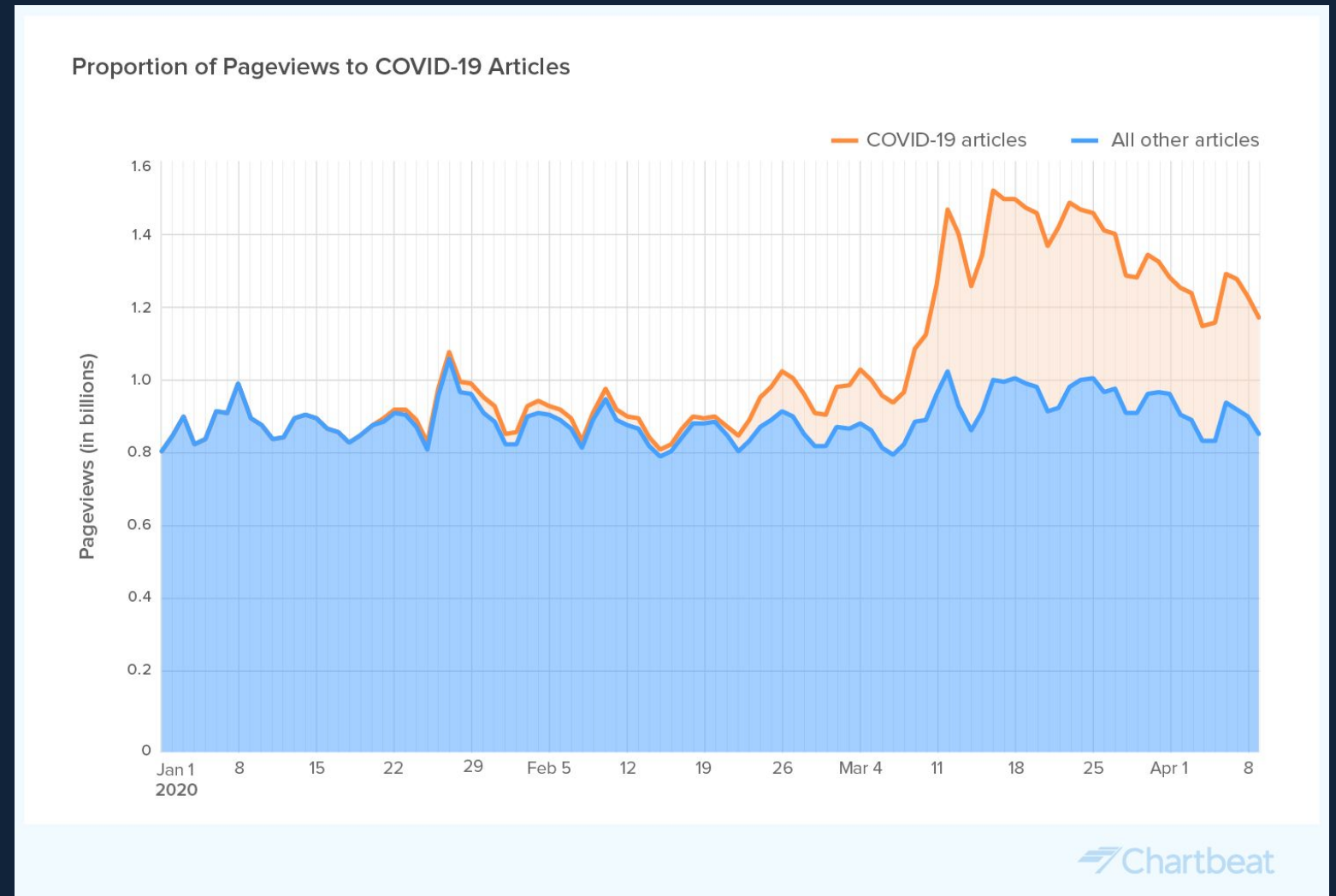
Embora a cobertura tenha caído no fim de semana, **o número total de notícias produzidas durante a semana excede 72.000 por dia.**

O número de notícias produzidas diminuiu: 5% menos matérias foram publicados em relação à semana anterior.



TENDÊNCIAS DE TRÁFEGO

Na semana passada, as visualizações de página relacionadas as notícias do COVID-19 caíram em 7%, alinhado ao declínio de tráfego em todo o mundo.



APROFUNDAMENTO: DADOS DO BRASIL

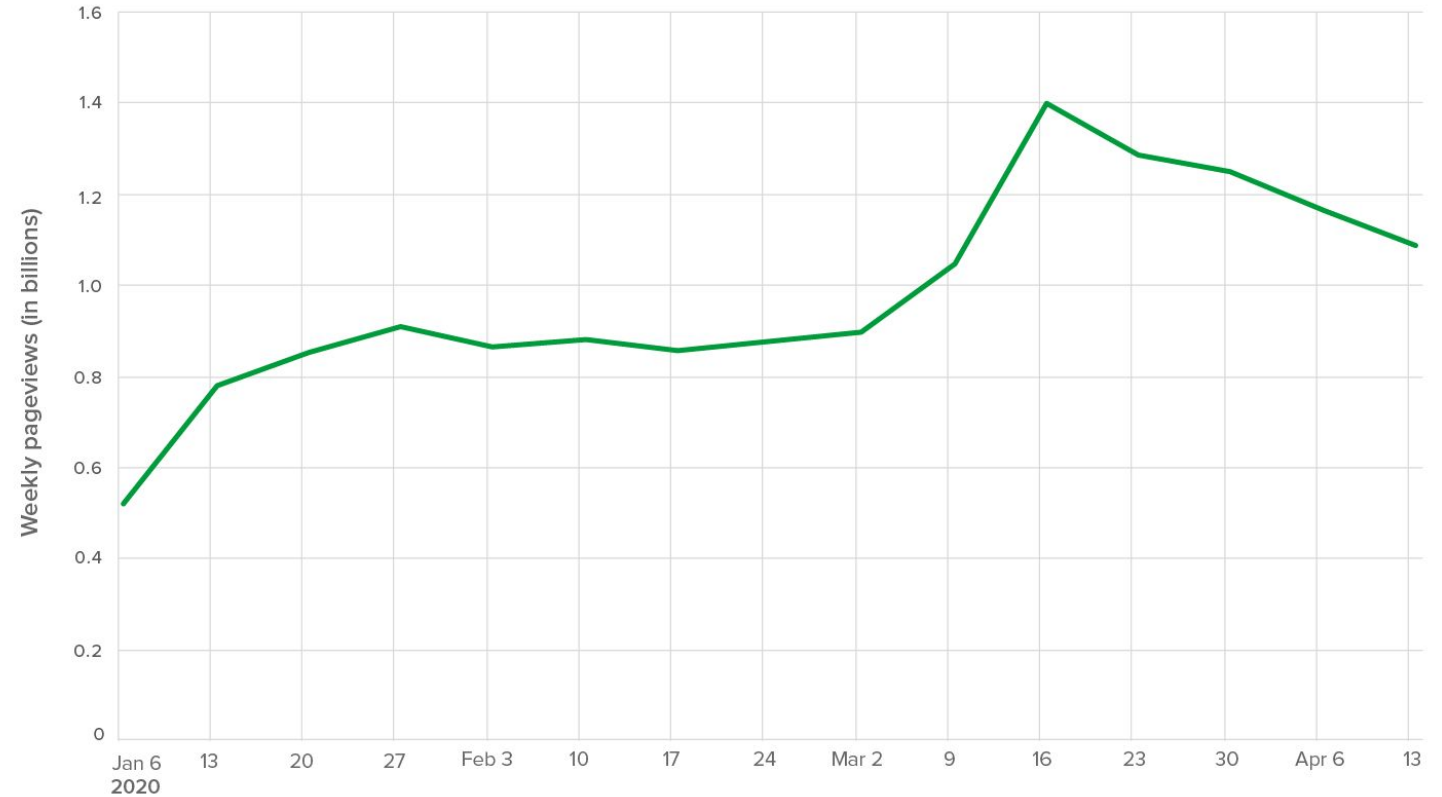
Padrões e Picos de tráfego



O tráfego no Brasil atingiu o pico na semana de 16 de março e vem diminuindo lentamente desde então.

No entanto, os níveis de tráfego permanecem notavelmente mais altos do que as médias pré-COVID: cerca de 29%.

Weekly Traffic to Sites in Brasil



APROFUNDAMENTO: DADOS DO BRASIL

O número de leitores leais segue crescendo no Brasil, superando o restante da América do Sul.

| | Brasil | América do Sul |
|----------------------------|--------|----------------|
| Lealdade dos leitores | 37.5% | 33% |
| Tempo médio de engajamento | 35s | 36.3s |
| Mobile | 63.5% | 67% |

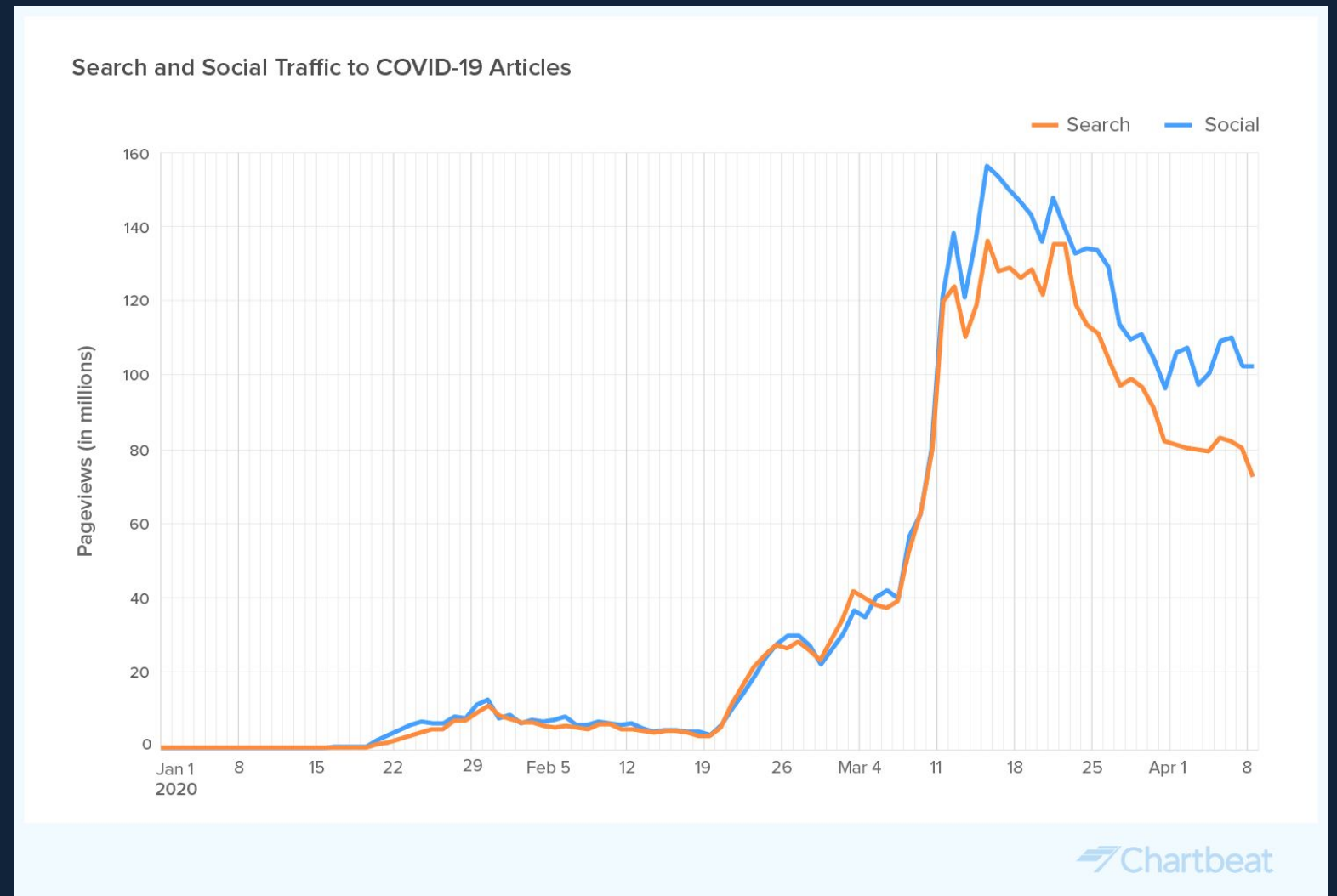


**Tendências nas
fontes de tráfego.**



TENDÊNCIAS EM FONTES DE TRÁFEGO

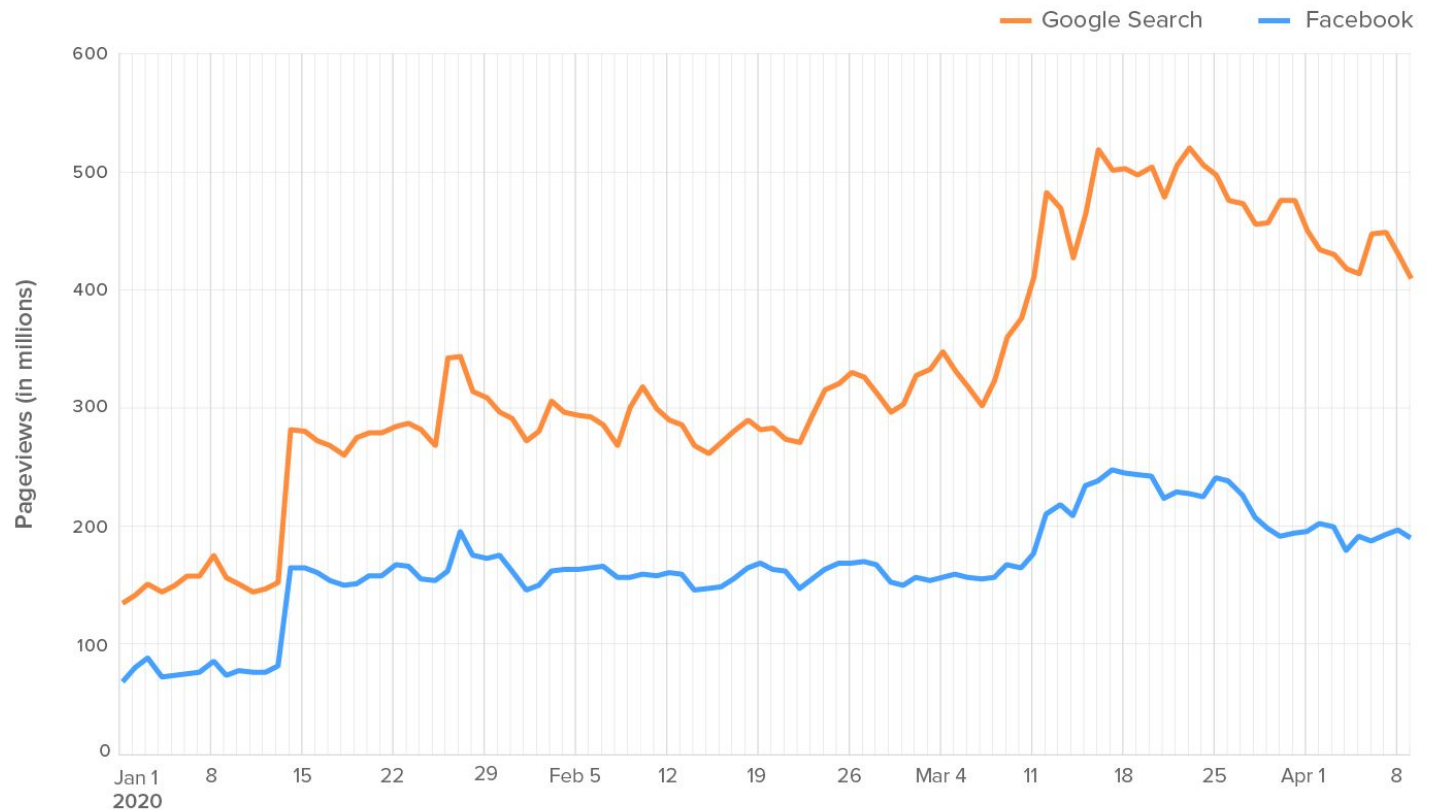
Após o pico de publicações em 16 de março, o tráfego de Search and Social diminuiu. **Porém, na última semana, o tráfego de Social se estabilizou (+1%), enquanto o Search continua caindo (-10%).**



TENDÊNCIAS EM FONTES DE TRÁFEGO

O tráfego de pesquisa do Google (-5%) e do Facebook (-2%) diminuíram na semana passada, mas ainda mostram um aumento de quase 30% em comparação com tráfego pré-crise.

Trends in Google and Facebook Traffic Across Chartbeat Network



TENDÊNCIAS EM FONTES DE TRÁFEGO

O tempo médio de engajamento no Google é 10s maior que no Facebook, o que aumenta o desafio de recirculação.



| Fonte de Tráfego | Tempo Médio de Engajamento |
|------------------|----------------------------|
| PESQUISA GOOGLE | 41s |
| FACEBOOK | 31s |

41s

PESQUISA GOOGLE

31s

FACEBOOK



TENDÊNCIAS EM FONTES DE TRÁFEGO

O Facebook aumentou o tempo total de engajamento, embora o tráfego tenha diminuído.

| Referrer | Tempo total de Engaged Time | Pageviews |
|---------------|-----------------------------|-----------|
| Google Search | -5% | -5% |
| Facebook | +4% | -2% |



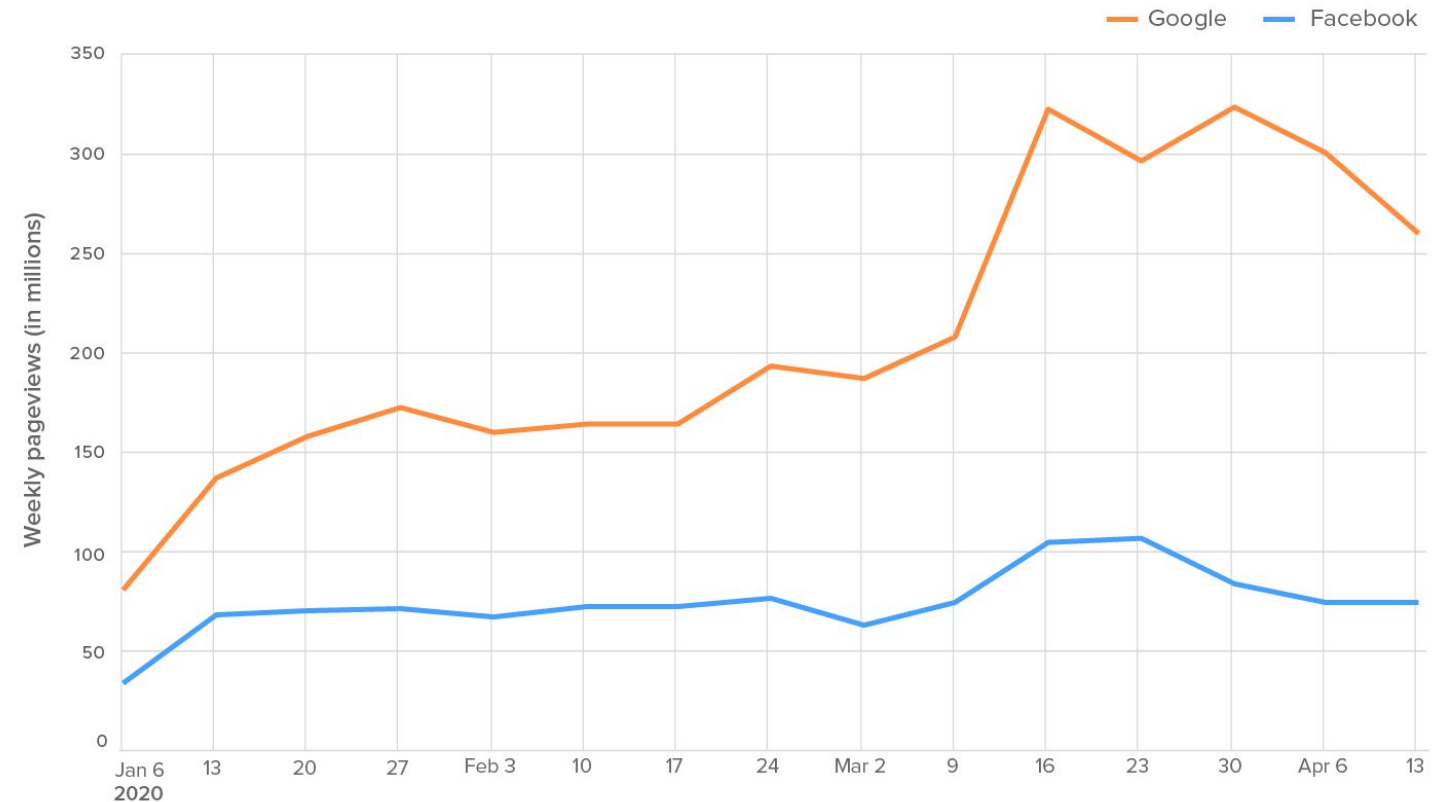
APROFUNDAMENTO: DADOS DO BRASIL

Padrões de Search e Social



O tráfego do Google cresceu muito mais rápido no Brasil do que no restante do mundo e permanece consideravelmente maior que o tráfego do Facebook.

Weekly Google and Facebook Traffic to Sites in Brasil



APROFUNDAMENTO: DADOS DO BRASIL

Devido ao crescimento por conta do Coronavírus, **o Google hoje é a maior fonte de tráfego externo no Brasil.**

| | Crescimento | % de tráfego |
|----------|-------------|--------------|
| Google | +74% | 25.3% |
| Facebook | +7% | 6.7% |
| Twitter | +36% | 0.5% |

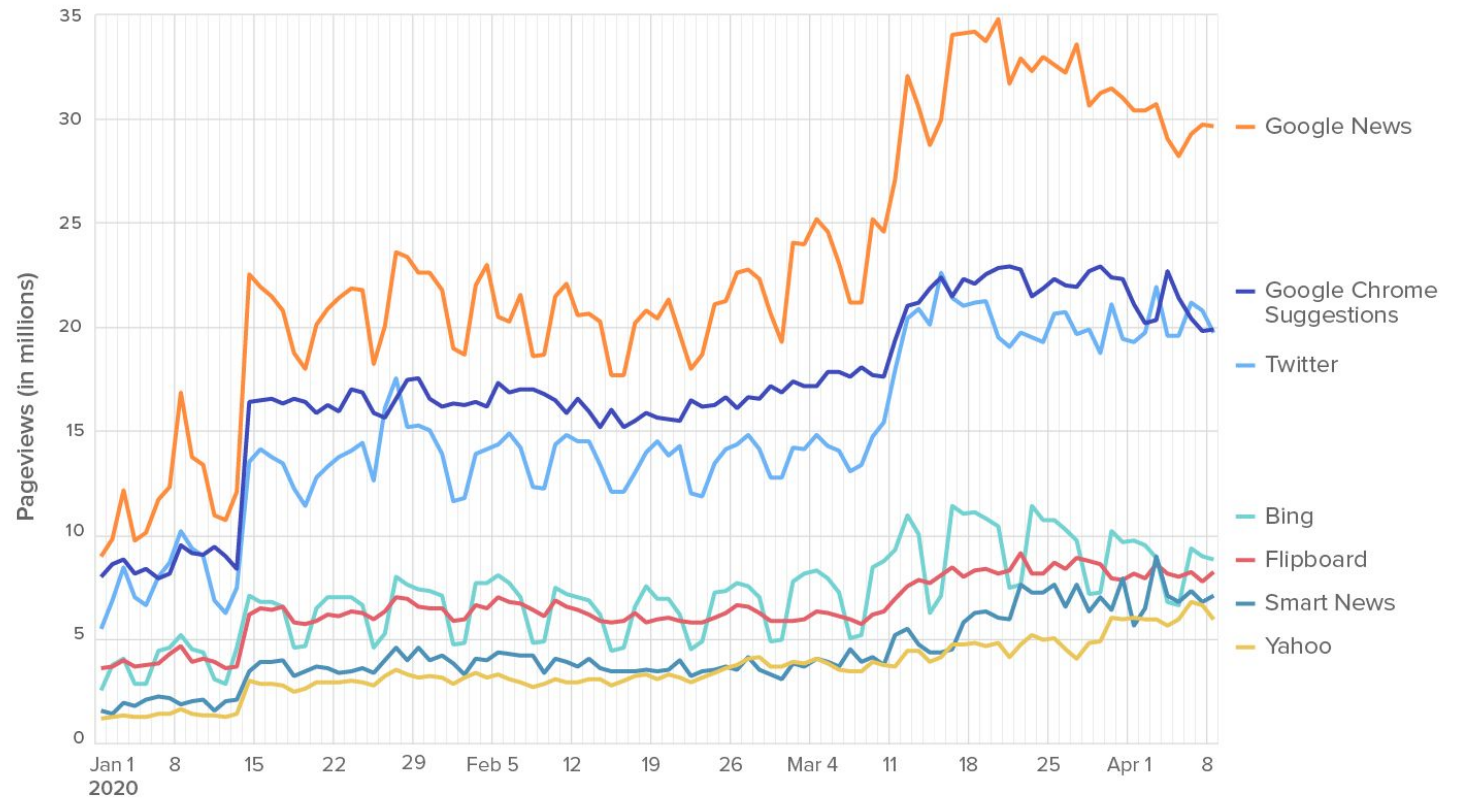


TENDÊNCIAS EM FONTES DE TRÁFEGO

O Twitter superou as Sugestões do Google Chrome e é a quarta maior fonte de tráfego externo:

1. Google News
2. Twitter
3. Google Chrome Sugestions
4. Bing
5. Flipboard
6. Smart News
7. Yahoo

Referrer Trends Across the Chartbeat Network



TENDÊNCIAS EM FONTES DE TRÁFEGO

A maioria das fontes externas de tráfego caiu desde 16 de março, mas o Smart News e o Yahoo cresceram na última semana.

| Referrer | Week-over-week Change |
|---------------------------|-----------------------|
| SmartNews | +6% |
| Yahoo | +6% |
| Twitter | 0% |
| Flipboard | 0% |
| Google News | -6% |
| Google Chrome Suggestions | -7% |
| Bing | -9% |



Tendências de engajamento e conteúdo

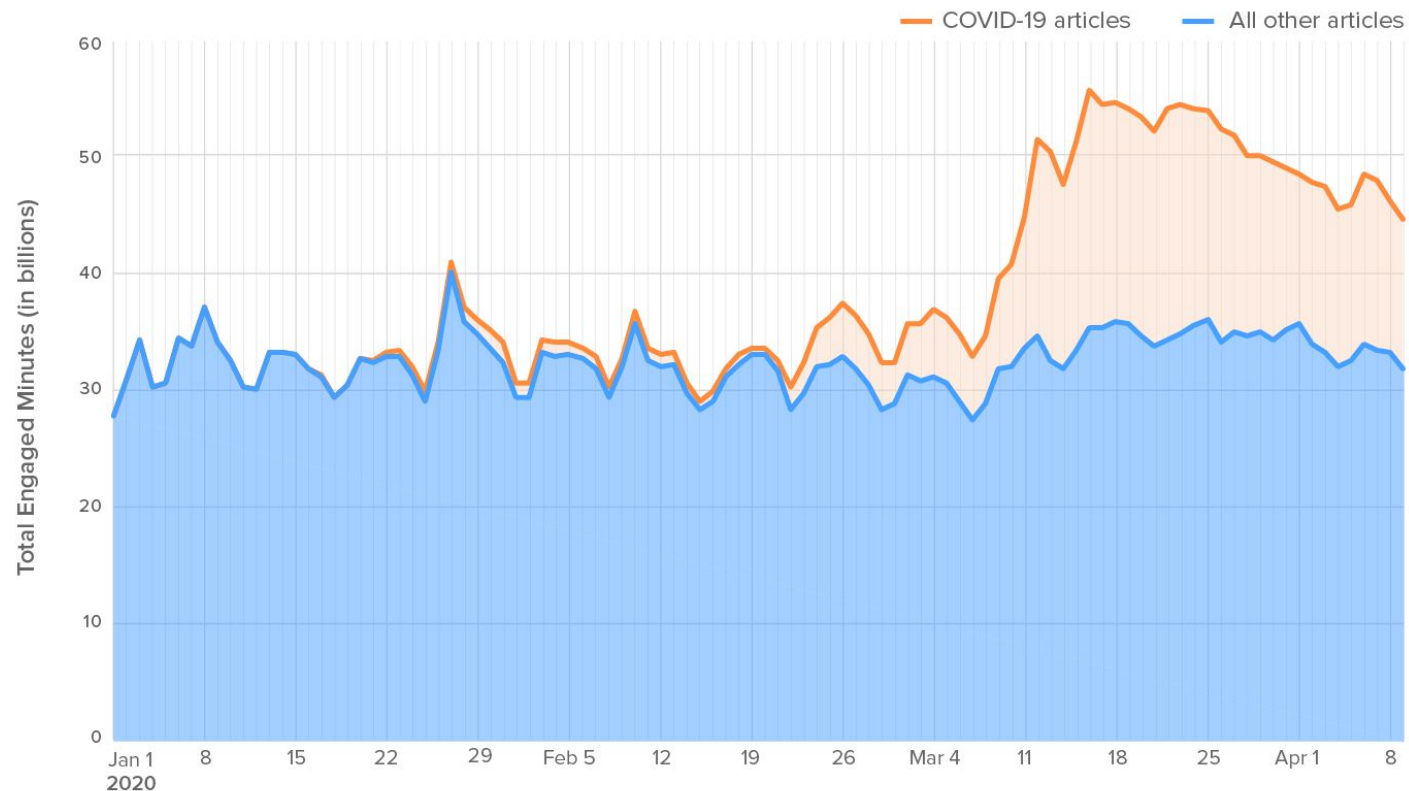


TENDENCIAS DE ENGAJAMENTO

Notícias relacionadas ao COVID-19 contabilizaram **29% do tempo total de engajamento.**

Estamos vendo uma mudança no interesse dos leitores para outros temas.

Proportion of Total Engaged Time Spent on COVID-19 Articles



TENDÊNCIAS DE ENGAJAMENTO

Notícias sobre o COVID-19 mostram que o **tempo médio de engajamento é maior** do que as notícias relacionadas a outros temas.



40s

NOTÍCIAS RELACIONADAS AO COVID-19



35s

NOTÍCIAS SOBRE OUTROS TEMAS

TENDÊNCIAS DE CONTEÚDO

Quase metade do engajamento das 100 principais notícias vieram de blogs em tempo real.

| Tipo de notícia | % do Top 100 | % de engajamento | Maior fonte de tráfego |
|----------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------------|
| Notícia | 49% | 35% | Diversos |
| Blog em tempo real | 39% | 45% | Internal |
| Infográfico | 8% | 12% | Search |
| Notícias com formato longo | 4% | 7% | Social |



Estudos mostram que os leitores consomem em diferentes plataformas:

Homepage

- Atualidades e últimas notícias
- Blogs em tempo real

Search

- Conteúdo factual
- Informação de vida cotidiana
- Interativo & infográficos

Social

- Histórias Humanas
- Conteúdo emotivo
- Social apps

Notícias mais populares não-relacionadas ao Coronavírus:

Notícias

- **Líderes políticos**
Jair Bolsonaro, Mandetta, Moro, Ministério da Saúde
- **Economia**
Auxílio emergencial, Caixa (formatos interativos)

Esportes

- **Futebol**
Ronaldinho Gaucho, Seleção Brasileira, Copa do Mundo

Entretenimento

- **Bastidores da TV**
Jornal Nacional, Record e SBT
- **Entretenimento**
Big Brother, Lives

Conclusões



CONCLUSÕES

1. A cobertura e o tráfego começaram a diminuir, principalmente em países fortemente afetados pelo vírus.
2. Na maioria dos países, o tráfego começou a aumentar quando ocorreram 5 casos de COVID-19 e atingiu o pico em cerca de 500 casos de pacientes confirmados.
3. Há uma oportunidade para produzir mais notícias em formatos de blog ao vivo. Os poucos exemplos no Brasil geraram alto engajamento.
4. É hora de avaliar padrões, colaborar e alterar estratégias e conteúdo. E o Google é a plataforma para olhar: Search, News e GCS.
5. O conteúdo do COVID-19 continua gerando alto engajamento, mas o interesse em outros assuntos está aumentando.



Obrigado.

Lucas Moretti

Customer Success Manager



chartbeat.com
