

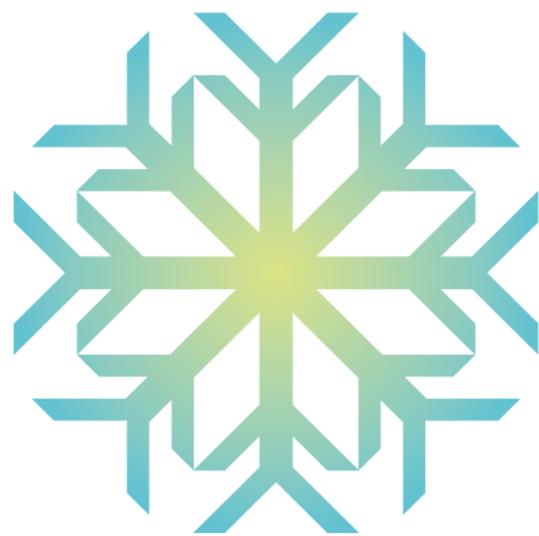


Relatório de Comunicação

# INVERNO BOREAL 2018/19



**CBDN** CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE DESPORTOS NA NEVE



**CBDN**

**Confederação Brasileira  
de Desportos na Neve**

## Filiada a:

---



## Parcerias estratégicas:

---

SECRETARIA ESPECIAL DO  
ESPORTE

MINISTÉRIO DA  
CIDADANIA



COMITÊ PARALÍMPICO  
BRASILEIRO

## Apoio:

---



CASTRO BARROS  
ADVOGADOS

*Damha*  
urbanizadora



NÚCLEO DE ALTO  
RENDIMENTO  
ESPORTIVO  
DE SÃO PAULO

INSTITUTO  
VITA



<b>DESTAQUES.....</b>	<b>5</b>
<b>TELEVISÃO.....</b>	<b>6</b>
<b>INTERNET.....</b>	<b>8</b>
<b>REDES SOCIAIS.....</b>	<b>11</b>
Instagram .....	12
Facebook.....	13
YouTube .....	16
<b>SITE.....</b>	<b>17</b>
<b>ASSESSORIA DE IMPRENSA.....</b>	<b>19</b>
Press Releases .....	20

# DESTAQUES

---

Por considerar a comunicação um dos pilares para seu desenvolvimento, a CBDN aposta no aprimoramento da produção de conteúdo e no monitoramento dos resultados de suas ações. Durante esta temporada boreal, o Departamento de Comunicação manteve a sua estratégia de comunicação com foco nos canais digitais.

Priorizou-se a produção de conteúdo próprio, para o site e redes sociais da Confederação e também para divulgação em canais externo. Essa nova estratégia está alinhada com o objetivo de ampliar o público da CBDN para além dos já interessados por esportes de neve, focando também em conteúdos de turismo e para iniciantes e aspirantes de tais modalidades.

As redes sociais foram as protagonistas da comunicação do período, principalmente o Instagram da Confederação – o @brasilnaneve. A priorização deste canal foi justificada pelo objetivo de expandir ainda mais o público, principalmente entre os mais jovens.

Ao mesmo tempo, a Confederação não deixou de lado o que estava sendo feito nos anos anteriores. Foi mantido o relacionamento estreito com os principais veículos de comunicação do País; elaboração e disseminação de informações por meio de *press releases*; e apoio da assessoria de imprensa da renomada agência In Press Porter Novelli, ajustando o conteúdo e propostas ano a ano de acordo com os dados de monitoramento e feedbacks recebidos.

Os principais destaques da comunicação da CBDN neste inverno boreal foram:

- **Crescimento de 500%** nas visitas ao Instagram da CBDN;
- Mais de **3 horas** de conteúdo jornalístico em televisão;
- Mais de **R\$ 6 Milhões** em retorno de mídia espontânea;
- **Produção própria** de conteúdo de qualidade, inclusive fornecendo para outros canais
- Mais de **750 mil impressões** nos posts no Facebook;

# TELEVISÃO

---

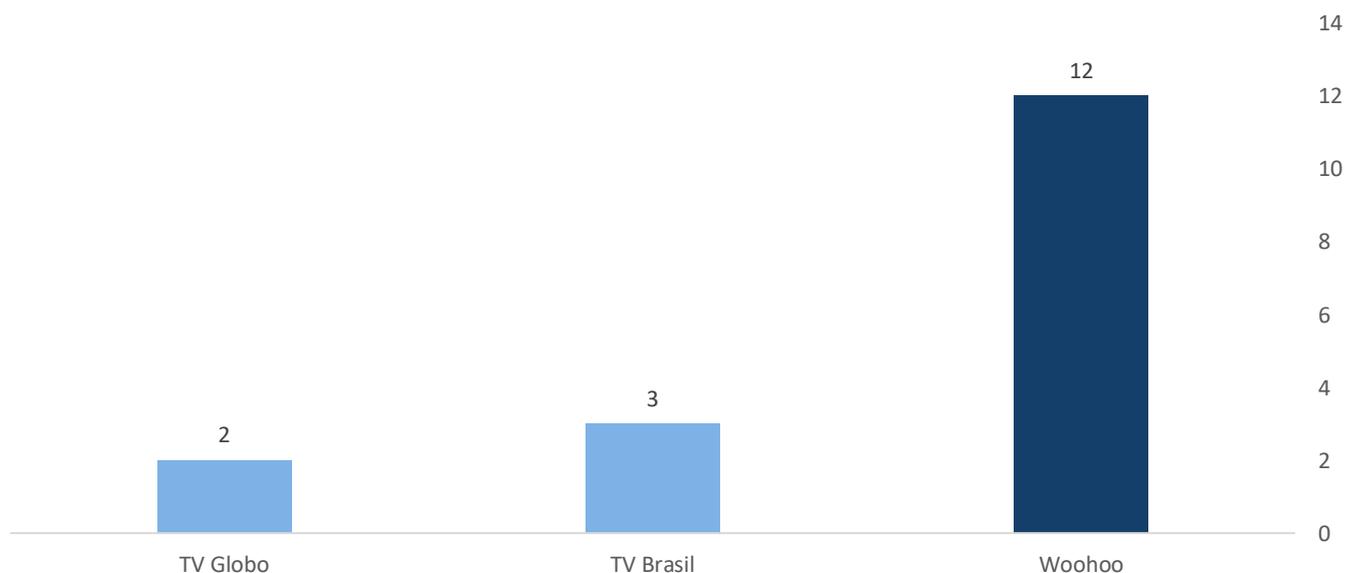
Apesar da nova estratégia de comunicação da CBDN contemplar, cada vez mais, os meios de comunicação próprios, a televisão ainda é um pilar importante para a divulgação dos esportes de neve no Brasil.

Durante a temporada, a Confederação investiu em canais de comunicação mais especializados em esportes de neve e que apresentem um público mais qualificado. O principal parceiro da CBDN neste período foi o canal Woohoo, com reportagens jornalísticas completas de diferentes modalidades de inverno.

Outro destaque foi a reportagem “Entre temperaturas extremas, o homem duelou contra fogo e gelo”, veiculada na Retrospectiva 2018 da TV Globo. O programa, de considerável audiência, trouxe lembranças dos Jogos de Inverno de PyeongChang, que ocorreu na temporada boreal anterior.

Ao todo, foram 19 exibições acumuladas em canais de TV aberta e por assinatura, somando 3 horas, 51 minutos e 54 segundos de conteúdo relacionado aos esportes de neve. Vale observar que o tempo de televisão e o número de inserções foi maior do que o do inverno austral da mesma temporada (2018/19).

Número de inserções por canal



**Gráfico 1.** Número de matérias divididas entre os canais.

Ao todo, a exposição televisiva da temporada apresentou retorno de mídia espontânea equivalente a R\$ 5.853.582,40, com destaque para a exibição da TV Globo na Retrospectiva 2018, que sozinha representou 85% do retorno de mídia espontânea.

Retorno de mídia espontânea por canal

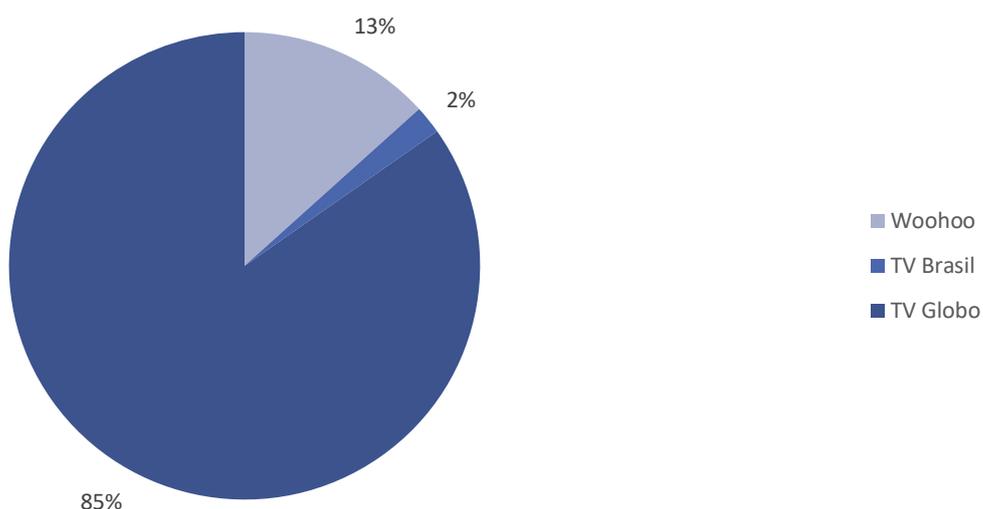


Gráfico 2. Retorno de mídia espontânea por canal.

Quanto ao tempo de exibição por canal, quem liderou foi o Woohoo, totalizando 3 horas e 36 minutos de exibições.

Tempo de exibição por canal

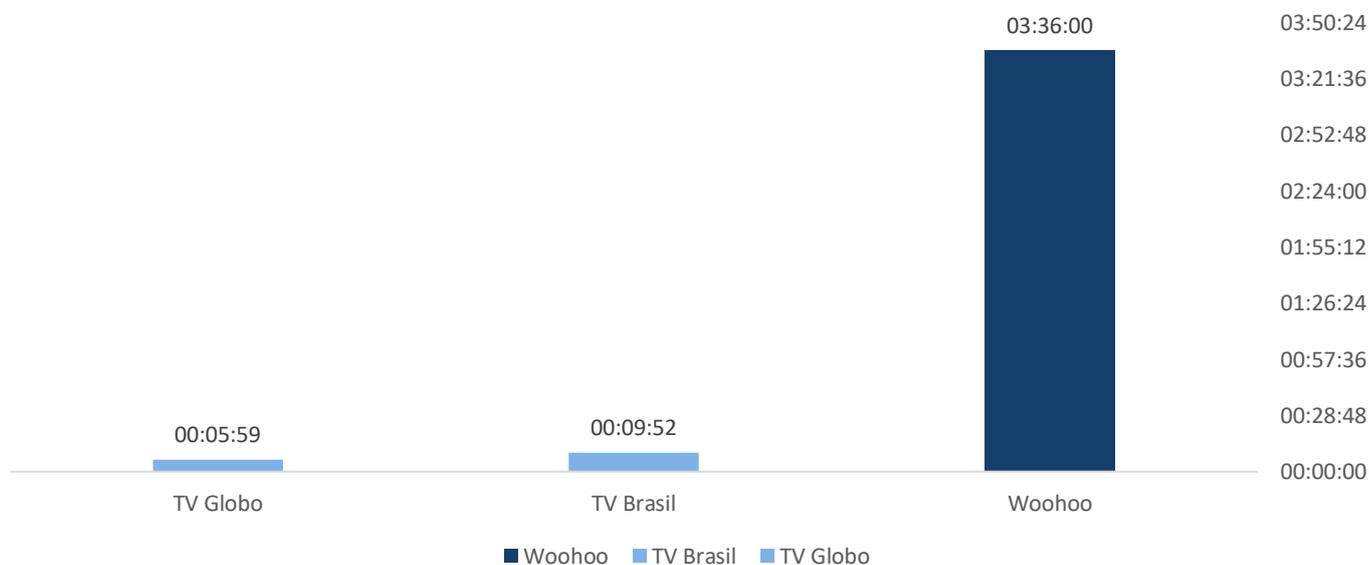


Gráfico 3. Tempo de exibição por canal.

# INTERNET

---

Os veículos de imprensa na internet também estiveram presentes como parte da estratégia de comunicação da CBDN para divulgação dos esportes de neve no Brasil. A Confederação procura sempre estreitar o relacionamento com os principais portais esportivos e sites especializados do País.

Durante a temporada, foram publicadas pelo menos 30 reportagens em portais de internet, com destaque para o Globoesporte.com, um dos principais veículos parceiros da CBDN e maior audiência dentre os portais esportivos do País (mais de 11 milhões de acessos mensais), além de outras matérias em sites especializados.

O enfoque da temporada foram as conquistas dos atletas da CBDN. A temporada boreal 2018/19 foi marcada por conquistas históricas, medalhas e quebras de recordes dos atletas da Confederação.

Destaque para a reportagem do O Estado de S. Paulo, um dos principais veículos de comunicação do país, sobre o desempenho do atleta Michel Macedo, do Ski Alpino, durante a temporada. A matéria foi publicada tanto na versão online quanto na impressa.

Nesse mesmo período, foram produzidos 11 press releases para divulgação dos atletas, eventos e resultados da temporada, que foram enviados a mailing contendo 700 jornalistas dos principais veículos do Brasil.

No total, as matérias de internet publicadas a respeito da Confederação representam retorno de mídia espontânea equivalente a R\$ 56.000,00.

Durante a temporada, organizou-se o clipping das notícias relacionadas à CBDN e seus atletas **(ANEXO 2)**. A coleta de notícias focou-se nos principais veículos de comunicação online e na web em geral, por meio de filtros de busca com palavras-chave de cada release. O resultado não representa 100% das publicações, mas é uma amostra relevante da penetração do conteúdo.

DATA	PORTAL	TÍTULO DA PUBLICAÇÃO
18/11/2018	Brasil Zero Grau	#Resumão Cross-Country - Jovens ganham mais espaço no Brasil
23/11/2018	Brasil Zero Grau	Victor Santos e Bruna Moura conquistam Circuito de Rollerski
11/12/2018	Rede Nacional do Esporte	Prêmio Paralímpicos 2018 será entregue nesta quarta, em São Paulo
12/12/2018	The North Face	Rollerski: descubra os detalhes do "ski com rodinhas"
12/12/2018	Globo Esporte	Brasileiros conquistam medalhas inéditas para o país na Copa do Mundo de esqui
12/12/2018	CPB	Brasil conquista medalhas inéditas na Copa do Mundo de Esqui Cross-Country
12/12/2018	Terra	Brasil leva medalhas inéditas na Copa de para-ski cross country
12/12/2018	Lance!	Brasil leva medalhas inéditas na Copa de para-ski cross country
13/12/2018	Brazil Zero Grau	Cristian Ribera conquista prata no Esqui Cross-Country Paralímpico
14/12/2018	Globo.com   Globoplay	Cristian Ribera conquista medalha de prata na Copa do Mundo de esqui cross-country
24/12/2018	Olimpíada Todo Dia	10 momentos marcantes das Olimpíadas de Inverno 2018
03/01/2019	Snowaddicted	CBDN Anuncia O Campeonato Brasileiro De Esqui E Snowboard 2019   Inscrições Abertas
08/01/2019	Torcedores.com	Cristian Ribera concorre ao prêmio atleta do mês, pelo Comitê Paralímpico das Américas
09/01/2019	Brasil Zero Grau	Jaqueline Mourão encerra disputa no Nacional de cross-country dos EUA
30/01/2019	Prefeitura de Caraguatatuba	Rollerski ou esqui com rodas integra novo esporte para pessoas com deficiência em Caraguatatuba
20/02/2019	Globo Esporte	Feito histórico! Michel Macedo e Jaqueline Mourão são destaques no esporte de neve brasileiro
20/02/2019	Esporte Alternativo	Michel Macedo conquista melhor resultado do Ski Alpino do Brasil
27/03/2019	Esporte Alternativo	Com Brasileiro de Rollerski, esporte de neve prova seu desenvolvimento
27/03/2019	O Hoje	Esporte de neve evolui no território nacional
01/04/2019	Globo Esporte	No snowboard, brasileiro conquista vaga nos Jogos Olímpicos da Juventude
01/04/2019	Amazonas	Noah Bethonico conquista vaga para o Brasil nos Jogos Olímpicos da Juventude
01/04/2019	Brasil News	Noah Bethonico conquista vaga para o Brasil nos Jogos Olímpicos da Juventude
02/04/2019	Torcedores.com	Snowboard: brasileiro de 15 anos conquista vaga nos Jogos Olímpicos da Juventude de 2020
04/04/2019	Surto Olímpico	Snowboarder brasileiro Noah Bethonico conquista vaga em Lausanne 2020
05/04/2019	Estadão	Bons resultados fazem Michel Macedo sonhar alto no esqui alpino

**Tabela 1.** Descritivo das matérias de internet publicadas nos principais portais na temporada boreal 2018/19.

É importante notar o aumento da divulgação do esporte paralímpico, o qual representou 36% dos materiais divulgados na internet. Isso está alinhado com as estratégias técnico-esportivas da CBDN de incentivar e aumentar a prática do esporte paralímpico de neve no Brasil.



**Gráfico 4.** Segmentação de matérias publicadas em sites por temas

# REDES SOCIAIS

---

Dando sequência à estratégia iniciada no inverno austral desta temporada, o uso e o monitoramento das redes sociais foram prioridade da estratégia de comunicação da CBDN nesta temporada. Isso se deu principalmente para atrair o perfil jovem dos usuários de redes sociais e, por consequência, ampliar o público da Confederação.

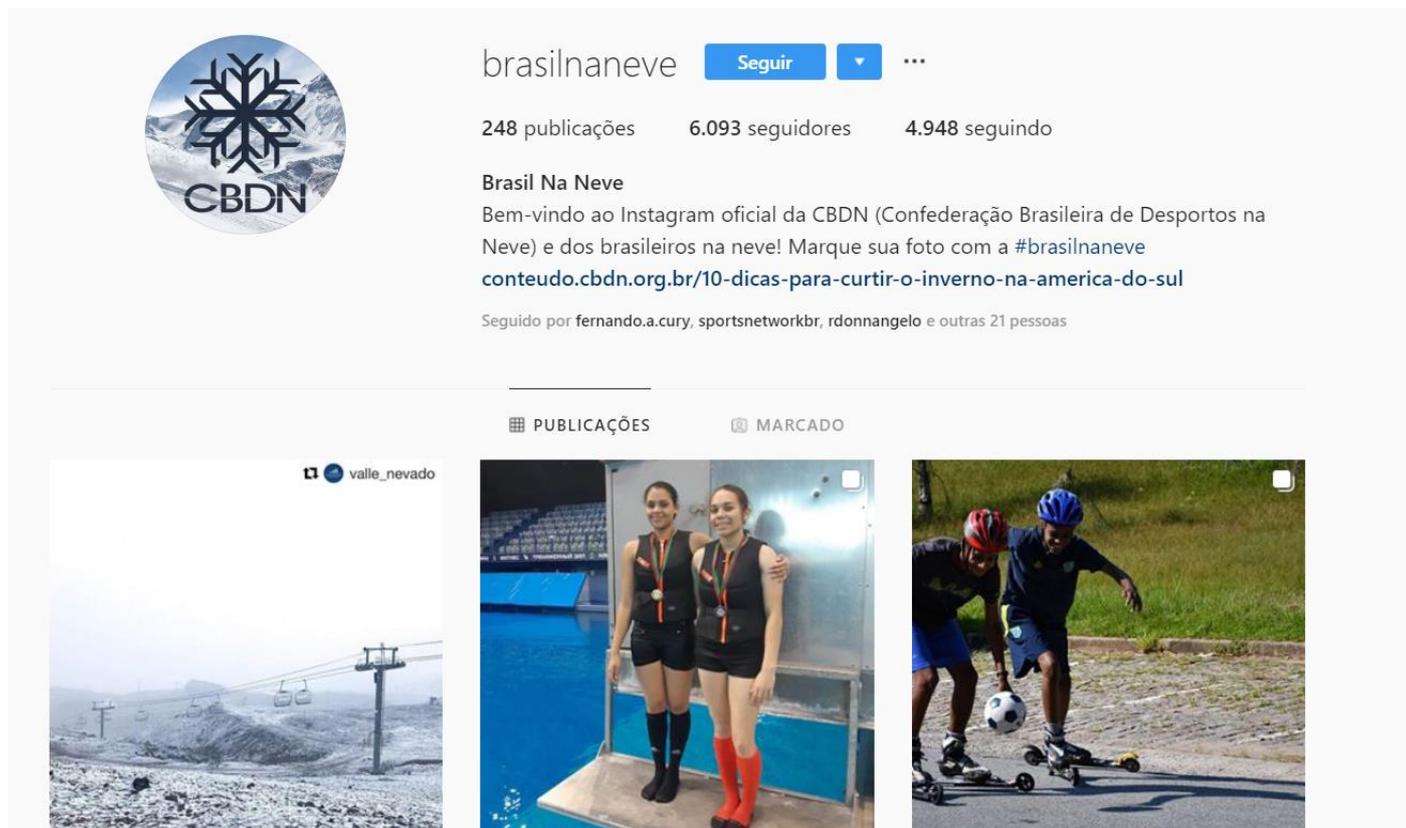
Entre as redes sociais da CBDN, o destaque foi para o canal de Instagram da CBDN – o @brasilnaneve. Criado durante o inverno austral desta temporada, o Instagram apresentou um crescimento sólido e expressivo nesta temporada boreal.

A página no Facebook ainda se mantém sendo um importante canal de divulgação de conteúdo, principalmente das publicações do site oficial da CBDN.

É importante ressaltar que a Confederação optou por se utilizar de menos canais digitais, mas, ao mesmo tempo, aumentar a produção de conteúdo em cada um deles, de forma integrada para disseminar a informação de forma ágil e permitir interatividade entre a CBDN e seu público.

Além disso, um modelo de monitoramento através de indexadores indica a relevância de cada tipo de conteúdo postado nestas redes sociais, com o intuito de melhorar a comunicação direta e entender melhor o público alvo.

# Instagram



Criado no fim de janeiro de 2018, o Instagram da CBDN, o @brasilnaneve, teve um crescimento expressivo e orgânico durante a temporada boreal. Faz parte da estratégia de comunicação da Confederação criar conteúdos e focar esforços nesta rede social, com o intuito de alcançar um público mais jovem e com alto potencial de consumo de esportes de neve e turismo de inverno. Ao final da temporada, o canal no instagram apresentou 5.805 seguidores e os números de alcance e engajamento do período impressionam. Foram 238.896 impressões acumuladas (um crescimento de 1798% de abril a outubro de 2018). O alcance, por sua vez, cresceu 1387% e somou 131.613.

**Figura 1.** Números do Instagram acumulados durante a temporada boreal



Entre as publicações que mais repercutiram com o público, nota-se pelo nosso estudo de monitoramento e análise de métricas que as histórias e conquistas dos atletas da Confederação são

os conteúdos que mais engajam o público. O principal destaque foi para a postagem sobre a atleta Isabella Springer, do Ski Alpino.

As cidades em quais o canal apresentou maior alcance foram, em ordem: São Paulo, Rio de Janeiro e Santiago - Chile. Confira a tabela de alcance demográfico:

### CIDADES COM MAIOR ALCANCE

Cidades	Alcance
São Paulo, São Paulo (estado)	859
Rio De Janeiro, Rio De Janeiro (estado)	357
Santiago, Santiago Metropolitan Region	147
Brasília, Federal District	101
Belo Horizonte, Minas Gerais	86
Curitiba, Paraná	85
Fortaleza, Ceará	80

Figura 2: tabela com métricas das cidades com maior alcance nesta temporada.

## Facebook



Figura 3. Reprodução da capa da fan page da CBDN no Facebook.

O Facebook é uma das principais ferramentas utilizadas na estratégia da Confederação, que mantém sua *fan page* desde 2010, e, atualmente, registra 6.182 fãs.

Na temporada boreal, realizou-se um total de 102 postagens, entre fotos, textos, vídeos e links, que reverteram em um total acumulado de 766.797 impressões. Foram 12.560 histórias criadas a partir das postagens da Confederação e a página alcançou um total de pessoas – aproximadamente 20% a mais que da última temporada austral (518.445 pessoas).

A cidade com maior alcance foi São Paulo (74.879), seguida do Rio de Janeiro, que teve 39.001 de métrica de alcance. Em terceiro lugar, ficou São Carlos com 15.796 pessoas alcançadas.

### CIDADES COM MAIOR ALCANCE

Cidades com maior alcance	Alcance
São Paulo, SP, Brazil	74.879
Rio de Janeiro, RJ, Brazil	39.001
São Carlos, SP, Brazil	15.796
Porto Alegre, RS, Brazil	13.868
Jundiaí, SP, Brazil	13.311
Belo Horizonte, MG, Brazil	10.125
Curitiba, PR, Brazil	9.445

**Tabela 2.** O ranking de cidades com maior alcance do Facebook.

Os posts no Facebook focaram em conteúdos comportamentais, nos atletas e em resultados esportivos. O destaque de engajamento do público foi a Copa do Mundo de Vuokatti: das cinco postagens que apresentaram o melhor desempenho da temporada, três eram sobre a competição.

Além disso, o ebook com dicas de resorts da América do Norte, elaborado pela Confederação em parceria com especialistas do esporte de inverno brasileiro, também mostrou notável engajamento.

Os posts na página também acumularam curtidas, comentários e compartilhamentos que indicam o nível de engajamento dos fãs com os conteúdos postados. Durante a temporada, as postagens somaram 8.663 reações, 288 comentários e 534 compartilhamentos, além de terem gerado 7.841 cliques dos usuários do Facebook.



**Figura 4.** Métricas detalhadas das postagens do Facebook durante a temporada austral.

Além disso, os posts que obtiveram melhor desempenho foram os compartilhamentos de links: foram 43 postagens desta categoria que acumularam um total de 75.321 pessoas alcançadas. Em segundo lugar, foram as fotos que em 47 posts somaram 55.324 de alcance. Por fim, houve 11 postagens de vídeos que alcançaram 22.527 pessoas.

Apesar de, em números brutos, os vídeos não ocuparem a primeira colocação, vale ressaltar que esse tipo de conteúdo foi o com a melhor relação entre alcance e número de postagem deste período.

### PERFORMANCE POR TIPO DE POSTAGEM

Tipo	Postagens	Alcance	Reações	Consumo
link	43	75.321	3.392	2.618
status	1	213	3	6
Foto	47	55.324	4.170	3.900
Vídeo (Melhor tipo deste período!)	11	22.527	1.098	1.317
Oferta	0	0	0	0

Tabela 3. Métricas por tipos de postagem.

## YouTube

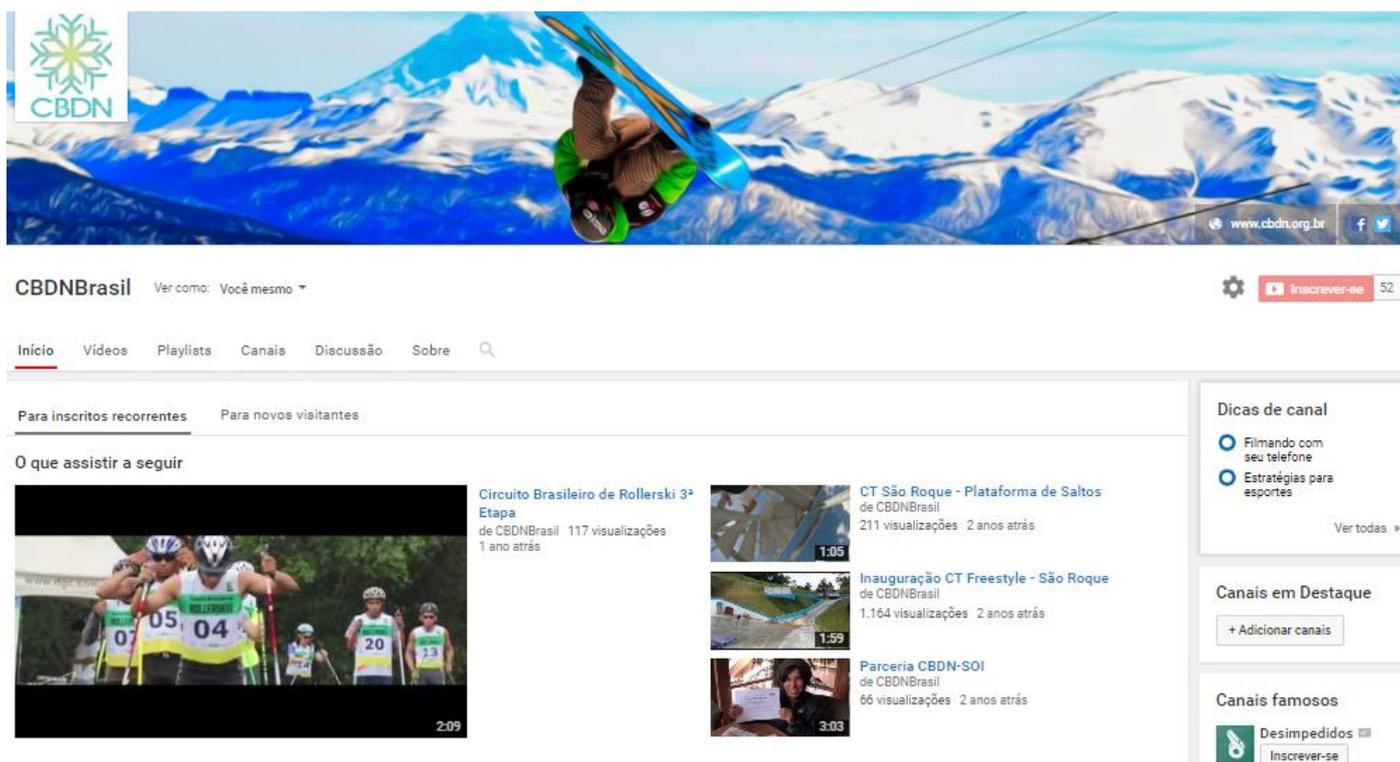


Figura 5. Reprodução do canal CBDNBrasil no YouTube.

No YouTube, o canal da Confederação contabiliza até hoje 34.071 visualizações. No período da temporada, o canal teve 1.084 visualizações e 14 novos inscritos, totalizando 85 inscritos.



**YOUTUBE**  
CBDNBrasil

34.071  
VISUALIZAÇÕES DO CANAL

85  
INSCRIÇÕES DO CANAL

62  
VÍDEOS DO CANAL

12:47:00  
TOTAL DE TEMPO ASSISTIDO

1.084  
VISUALIZAÇÕES

14  
NOVOS INSCRITOS

2  
INSCRIÇÕES PERDIDAS

14  
CURTIDAS

1  
NÃO CURTIRAM

42  
COMPARTILHAMENTOS

0  
COMENTÁRIOS

10.085,18%  
MÉDIA % DE VÍDEO ASSISTIDO

02:28:33  
MÉDIA DE DURAÇÃO DE UMA VISUALIZAÇÃO

## SITE

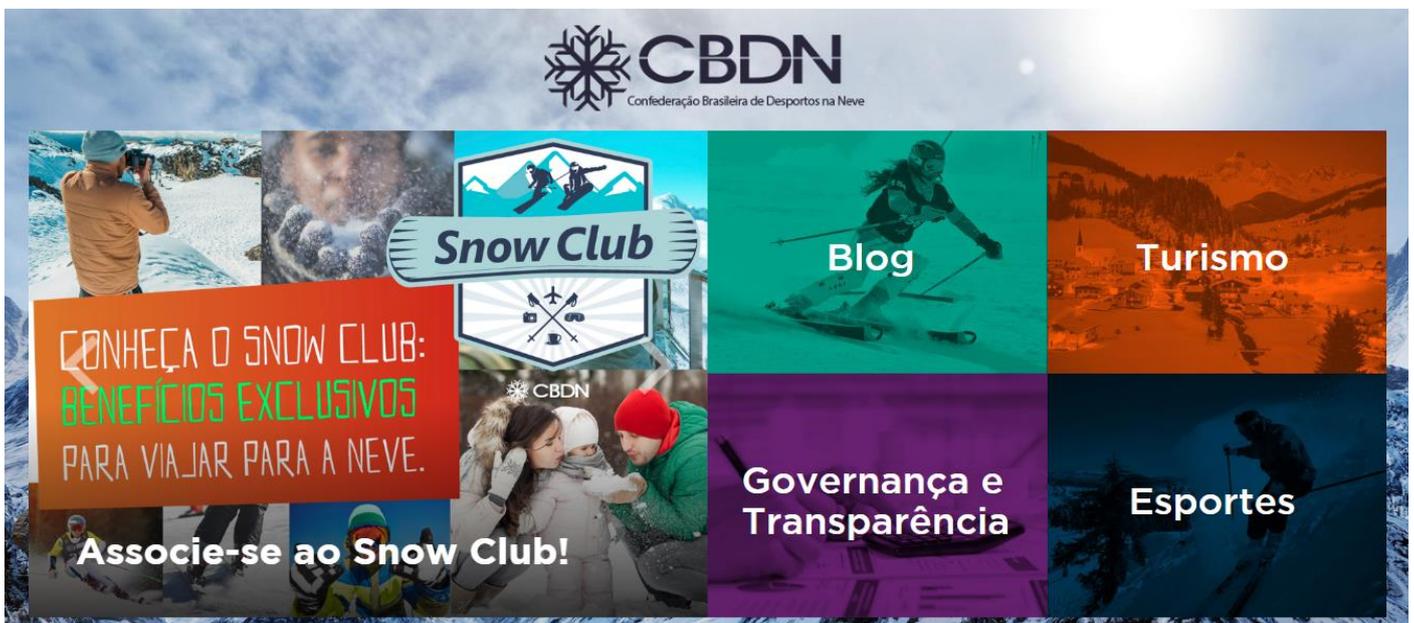


Figura 6. Reprodução da *home page* do site da CBDN.

O site [www.cbdn.org.br](http://www.cbdn.org.br) concentra todas as informações e notícias sobre a CBDN e os esportes de neve no Brasil. Regularmente, a página é atualizada com notícias e outros conteúdos relevantes, incluindo 100% dos press releases produzidos.

Nesta temporada, a produção de conteúdo próprio para o site foi a principal prioridade da Confederação para a divulgação dos esportes de neve. Além disso, a criação de conteúdos ligados a turismo de inverno também foi uma das novidades propostas pela nova estratégia de comunicação.

Esse passo se deu, principalmente, com o intuito de amplificar o público da CBDN e atingir cada vez mais brasileiros com interesses em viagens e esportes de neve.

Por meio dos dados de monitoramento obtidos, foi possível quantificar a atividade do site e extrair algumas métricas para análise. Os principais pontos de avaliação são:

- acessos diários;
- usuários únicos e recorrentes;
- origem do acesso; e
- comportamento dos visitantes durante a navegação;

Seguindo a estratégia de comunicação de focar esforços na produção de conteúdo próprio, o site da Confederação foi o canal líder da divulgação dos esportes de neve. Seguem os números acumulados desta temporada boreal:

**Imagem 1.** Métricas gerais do site ao longo da temporada.



A maior parte dos acessos ao site é realizada por visitantes novos, responsáveis por 86.2% do total.



**Imagem 2.** Divisão entre visitas novas e visitas de retorno ao site da CBDN.

Distribuídos entre os 5 continentes do mundo, os usuários estão concentrados, principalmente, no Brasil, com 6.754 usuários. Na sequência, os Estados Unidos figuraram no segundo lugar e a França no terceiro. No período, o site foi acessado de 66 países diferentes.

País	Usuários	Porcentagem do Usuários
1.  Brazil	6.754	85,08%
2.  United States	500	6,30%
3.  Portugal	83	1,05%
4.  Canada	58	0,73%
5.  Switzerland	53	0,67%
6.  India	53	0,67%
7.  Austria	48	0,60%
8.  Argentina	38	0,48%
9.  France	37	0,47%
10.  United Kingdom	35	0,44%

**Gráfico 5.** Divisão mundial dos usuários do site da CBDN | Top 10 países.

## ASSESSORIA DE IMPRENSA

Um dos pilares da CBDN na busca de maior projeção midiática é o relacionamento com os variados veículos de comunicação. O envio de *press releases*, especialmente para mídia impressa e de web, é um método eficiente de difundir os esportes de neve, sem deixar de lado sugestão de pautas especiais e entrevistas para TVs, rádios e revistas. A Confederação conta continuamente com apoio da renomada agência In Press Media Guide, que atua de forma consultiva e ativamente na concretização de pautas especiais nos principais veículos do País.

## Press Releases

Durante a temporada, foram elaborados 11 press releases (**ANEXO 2**), que foram enviados para variados meios de comunicação. A CBDN utiliza um mailing que conta com 700 jornalistas, além de mais de 1.000 outros interessados, que recebem as informações desses materiais. O conteúdo é moldado de acordo com os destinatários e distribuído pela agência In Press Media Guide, além de hospedado no site da Confederação em forma de notícia.