



CBDN

# Relatório - comunicação

Temporada  
Austral  
2020/2021



# **CBDN**

**CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA  
DE DESPORTOS NA NEVE**

## Confederação filiada

---



## Apoio técnico

---

SECRETARIA ESPECIAL DO  
ESPORTE  
MINISTÉRIO DA  
CIDADANIA



COMITÊ PARALÍMPICO  
BRASILEIRO



## Parceiros

---



CASTRO BARROS  
ADVOGADOS

*Damba*  
urbanizadora



NÚCLEO DE ALTO  
RENDIMENTO  
ESPORTIVO  
DE SÃO PAULO

INSTITUTO  
VITA



THE  
NORTH  
FACE



DESTAQUES.....	5
INTERNET.....	7
REDES SOCIAIS .....	8
INSTAGRAM .....	9
FACEBOOK.....	11
YOUTUBE.....	13
SITE .....	13
ASSESSORIA DE IMPRENSA.....	14

## **DESTAQUES**

É impossível não iniciar o presente relatório pontuando o impacto da pandemia de COVID-19 no mundo, e nos esportes de neve. Com impactos sanitários e vidas perdidas aumentando, a pandemia afeta cada vez mais diferentes setores por questões de saúde e econômicas.

Os esportes de neve foram um dos segmentos mais afetados durante a presente temporada, uma vez que dependem, em grande parte, de viagens nacionais e internacionais, que foram altamente restringidas para frear a disseminação do vírus.

Todas as provas na neve previstas para a temporada austral na América do Sul foram canceladas, impactando assim, a comunicação da entidade de forma relevante, uma vez que um dos principais pilares de conteúdo da organização são as atividades esportivas dos brasileiros na neve.

Dessa forma, o conteúdo foi adaptado ao longo da temporada para manter os canais ativos e levar informação relevante para os stakeholders da entidade.

Durante esta temporada austral, o Departamento de Comunicação manteve a sua estratégia de comunicação com foco nos canais digitais, e concentrou ainda mais a distribuição do conteúdo gerado em seus canais próprios, de acordo com seu planejamento e objetivos.

Com a mudança no landscape de comunicação e as aplicações e alcance da comunicação digital em canais proprietários, a CBDN passou a focar em seus canais para atingir o objetivo de amplificar o público da CBDN para além dos já interessados por esportes de neve, focando também nos interessados em neve em geral.

As redes sociais foram as protagonistas da comunicação do período, principalmente o Instagram da Confederação – o @brasilnaneve. O canal foi criado para atingir um público mais amplo, e ao longo da temporada, uma

série de conteúdos foram testados e estão em análise para ajustar a linha de comunicação da entidade.

Ao mesmo tempo, a Confederação não deixou de lado o que estava sendo feito nos anos anteriores, com o envio de press releases para os principais veículos de comunicação do País.

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

- Crescimento de +95% no alcance dos canais da CBDN
- Visualizações do site cresceram 70% na temporada
- Produção própria de conteúdo de qualidade, inclusive fornecendo para outros canais
- Mais de 2.7 Milhões de impressões nos canais da CBDN

## 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 23 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.

Devido à pandemia de COVID-19, todos os eventos na América do Sul foram cancelados, e assim, o enfoque da temporada foram temáticas institucionais, além de matérias gerais sobre os atletas.

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

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
mai/20	Globo Esporte	Olimpíadas em 2021 e 2022 farão brasileira treinar para Jogos de Verão e Inverno ao mesmo tempo
jun/20	FIS	Brazilian Snow Sports Federation celebrates 30th anniversary year
jun/20	COB	COB lança novo livro de colorir com o Ginga praticando as modalidades de inverno
jun/20	Fala Universidades	Como se encontra a preparação das Olimpíadas de Inverno?
jul/20	Rede Nacional do Esporte	IPC atualiza ranking mundial e Cristian Ribera está no Top 5 de Para Ski Cross Country
jul/20	Esporte Jundiá	Cristian Ribera é o quinto do mundo no para ski cross country
jul/20	Olimpíada todo Dia	Cristian Ribera é o quinto do mundo no Para Ski Cross Country
jul/20	Prefeitura de Santos	Novo parque público em Santos desenvolverá atividades de cinco modalidades olímpicas
jul/20	Olimpíada todo Dia	Brasileiro Open de Ski Alpino e Snowboard 2020 é cancelado

jul/20	CPB	Aline Rocha e Jaqueline Mourão são as atrações da Live Tamo Junto sobre esportes na neve
jul/20	Surto Olímpico	Atletas de inverno, Aline Rocha e Jaqueline Mourão descobrem como suas histórias são parecidas
jul/20	Agência Brasil	Coluna - Pequim é loço ali
jul/20	Adibra	Acessibilidade e inclusão são itens essenciais para o bom funcionamento dos parques de diversões
jul/20	Agência Brasil	Maratonista paralímpica revê planejamento e prioriza Jogos de Inverno
ago/20	TV Brasil Esporte	Conheça a modalidade esportiva RollerSki
ago/20	Novo Esporte	Confira três filmes com esportes na neve
ago/20	Olimpiada todo Dia	Agenda de lives esportivas da semana: 24 a 30 de agosto
set/20	Cinema para Sempre	Coluna Esporte no Cinema: Snowboard
out/20	CPB	Atletas de esportes de neve se adaptam a treinos no Brasil durante a pandemia
out/20	CBDG	Presidente Da CBDG, Matheus Figueiredo É Reeleito Para O Conselho De Administração Do COB
out/20	COB	COB elege novos integrantes do Conselho de Administração e membro independente do Conselho de Ética
out/20	Lance!	Paulo Wanderley é reeleito presidente do COB em pleito histórico
out/20	Ulisses Giraldi	Mirlene Picin conquistou a medalha de bronze na prova de 5km no estilo clássico

## **REDES SOCIAIS**

Dando sequência à estratégia desse ciclo, o uso e o monitoramento das redes sociais foram prioridade estratégica 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. Adicionalmente, o reforço de conteúdo contribui para o posicionamento dos canais próprios da entidade como referência nos temas relacionados à neve.

Entre as redes sociais da CBDN, o destaque foi para o canal de Instagram da CBDN – o @brasilnaneve. Criado na temporada 2018/2019, o instagram apresentou um crescimento sólido e expressivo nesta temporada, e cada vez mais se posiciona conforme planejado na estratégia de comunicação da entidade.

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

Um dos pilares da estratégia de redes sociais da entidade foi a concentração da comunicação em um número menor de canais, de forma a entregar conteúdo com relevância e frequência adequados.

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. Faz parte da estratégia de comunicação da Confederação criar conteúdo 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 7.082 seguidores e os números de alcance e engajamento do período impressionam. Foram 462.864 impressões acumuladas (um crescimento de 70% sobre a temporada Austral 2019). O alcance, por sua vez, mais que dobrou, cresceu 163% quando comparado com a temporada austral anterior, somando 393.284 pessoas.



Figura 1. Números do Instagram acumulados durante a temporada boreal

Entre as publicações que mais repercutiram com o público, destacaram-se conteúdos relacionados ao status dos resorts de neve na América do Sul, que levaram informação relevante sobre a condição de neve e abertura das montanhas Sul-americanas. Nas temporadas anteriores, postagens sobre as conquistas dos atletas se colocaram constantemente entre as mais

engajadoras e de maior alcance, mas que devido ao cancelamento das competições na América do Sul, acabaram não reportadas.

O principal destaque foi a campanha sobre o início da paixão pela neve, convidando as pessoas a relatarem com quantos anos estiveram na neve pela primeira vez.

Criado em	Post	Tipo	Alcance	Resultados
28/04/2020	Toda Paixão pela neve tem um começo	Vídeo	Impressões: 87.018 Alcance: 75.540	Engajamento: 212 Curtida: 193 Comentário: 4 Salvo: 9 Visualizações: 41.486
24/04/2020	Previsão de reabertura dos resorts	Imagem	Impressões: 74.483 Alcance: 44.430	Engajamento: 4.711 Curtida: 4492 Comentário: 34 Salvo: 69
04/06/2020	E não é que a neve chegou no Sul?	Vídeo	Impressões: 55.842 Alcance: 51.178	Engajamento: 1.106 Curtida: 975 Comentário: 21 Salvo: 24 Visualizações: 23.825
13/06/2020	Cadê minhas férias na neve?	Vídeo	Impressões: 45.678 Alcance: 32.978	Engajamento: 370 Curtida: 275 Comentário: 14 Salvo: 22 Visualizações: 22.202
23/06/2020	#tbt Brasileiro Open	Vídeo	Impressões: 33.613 Alcance: 29.125	Engajamento: 101 Curtida: 93 Comentário: 1 Salvo: 3 Visualizações: 12.894

Figura 2. Top 5 postagens no instagram com maiores métricas de engajamento durante a temporada austral 2020/21.

Os stories de maior destaque também foram relacionados aos projetos de Lei de Incentivo ao Esporte aprovados pela CBDN, a participação do atleta André Cintra na Assembleia da CBDN e viagens de neve, incluindo texto da jornalista Flávia Vitorino, parceira da CBDN que esteve no Brasileiro Open de Ski e Snowboard em 2019, competindo no Snowboard.



Figura 3: tabela com os principais stories da temporada.

## FACEBOOK



Figura 4. 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 6.453 fãs.

Na temporada austral, realizou-se um total de 95 postagens, entre fotos, textos, vídeos e links, que reverteram em um total acumulado de 2.201.668

impressões, um aumento de 133% sobre a temporada austral anterior. As histórias criadas a partir das postagens da Confederação alcançaram um total de 1.393.952 pessoas, 80% mais que a temporada austral anterior (774.731 pessoas).

Com a realidade de cancelamentos de competições na temporada, o conteúdo no canal teve de ser ajustado, passando do foco de conteúdos comportamentais de atletas e resultados esportivos para campanhas de informação sobre resorts e engajamento em conteúdos ligados ao interesse na neve. O destaque de engajamento do público foi a campanha de Bingo na Neve que convidou as pessoas a escolherem comportamentos na neve pontuados e tentar chegar no total preestabelecido.

Criado em	Post	Tipo	Alcance	Resultados
28/04/2020	Bingo na Neve	Imagem	Total: 187.742	Engajamento: 715 Comentários: 18 Compartilhamentos: 8
24/04/2020	Escolha 3 coisas que não podem faltar para sua próxima viagem na neve	Imagem	Total: 83.434	Engajamento: 165 Comentários: 13 Compartilhamentos: 0
04/06/2020	#tbt Da nossa participação histórica nos Jogos Olímpicos da Juventude 2020	Imagem	Total: 1.098	Engajamento: 66 Comentários: 1 Compartilhamentos: 0
13/06/2020	Por trás de grandes resultados e performances esportivas, há sempre uma dedicada equipe. Nesta temporada, a CBDN tem a honra de homenagear Leandro Ribela como Treinador do Ano	Imagem	Total: 963	Engajamento: 104 Comentários: 8 Compartilhamentos: 1
23/06/2020	Dia Olímpico	Imagem	Total: 937	Engajamento: 100 Comentários: 2 Compartilhamentos: 4

Tabela 5. Top 5 postagens que mais engajaram na página do Facebook.

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 17.849 em engajamento total, reações, comentários, compartilhamentos e cliques, 19% maior que a temporada Austral anterior.

## YOUTUBE



Figura 6. Reprodução do canal CBDNBrasil no YouTube.

No YouTube, o canal da Confederação contabiliza até hoje 37.801 visualizações. No período da temporada, o canal teve 1570 visualizações e 16 novos inscritos, totalizando 125 inscritos.

## SITE



Figura 7. Reprodução da *home page* do site da CBDN.

Na temporada boreal passada, o site da CBDN foi completamente reformulado e relançado visando organizar os conteúdos de forma mais objetiva e melhorar a velocidade e SEO da página. Além disso, o portal Brasil na Neve foi lançado como um desdobramento do canal de Instagram, com foco nos assuntos relacionados ao turismo e prática de atividades na neve em geral.

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, além das informações institucionais e de governança da entidade.

Assim, os dois portais se complementam de forma harmônica e facilitam a navegação de acordo com o tema de interesse do internauta.

Os resultados da temporada austral foram bastante positivos, chegando a 68.068 visualizações, um crescimento de mais de 100% frente a temporada austral anteriores que totalizou 33.227 visualizações.

## **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.

### Press Releases

Durante a temporada, foram elaborados 27 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 4.000 outros interessados, que recebem as informações desses materiais.



CBDN

Rua Urussul, 300, Cj 102  
Itaim Bibi, São Paulo (SP)  
CEP 04542050

[www.cbdn.org.br](http://www.cbdn.org.br)  
@brasilnaneve