

São Paulo, 10 de junho 2020

# A evolução das conversas nas mídias sociais sobre Gêneros Literários na Quarentena.



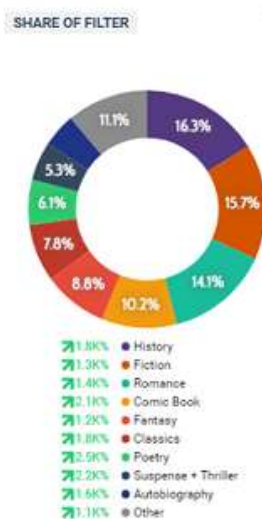
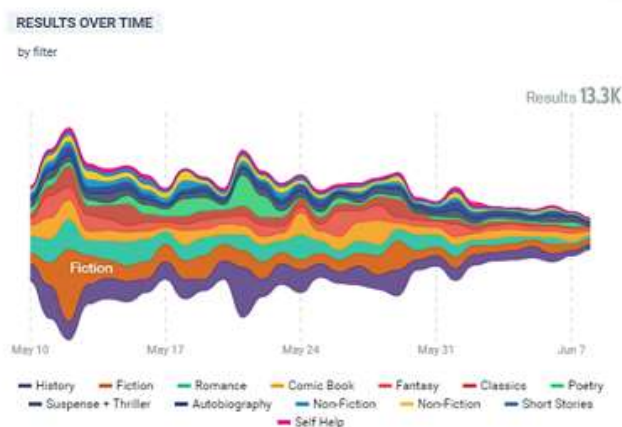
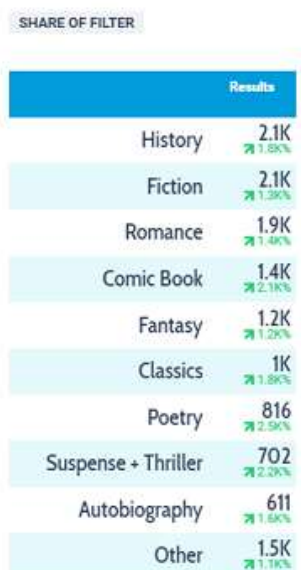
Nos dias de hoje, com mais e mais pessoas fechadas em casa, muitas adotaram a leitura como atividade e área de interesse, o que levanta a questão: que tipos de livros essas pessoas estão lendo durante a quarentena? Estão lendo livros de não ficção como forma de aprender mais sobre áreas de interesse ou lendo ficção como fuga ou fonte de entretenimento? Usando nossa **Escuta Social**, fomos capazes de dissecar as conversas e entender o mecanismo de escolha dos gêneros de livros.

Nos dados abaixo, avaliamos a interseção das conversas entre quarentena e livros. No todo, à

medida que as restrições de circulação diminuem, vemos uma redução proporcional nas conversas em torno da leitura. Contudo, os dois gêneros literários mais citados foram história e ficção, o primeiro dedicado ao aprendizado e ficção à diversão. Ao mesmo tempo, encontramos muitas discussões sobre romances, histórias em quadrinhos e fantasia, gêneros usualmente dedicados ao entretenimento.

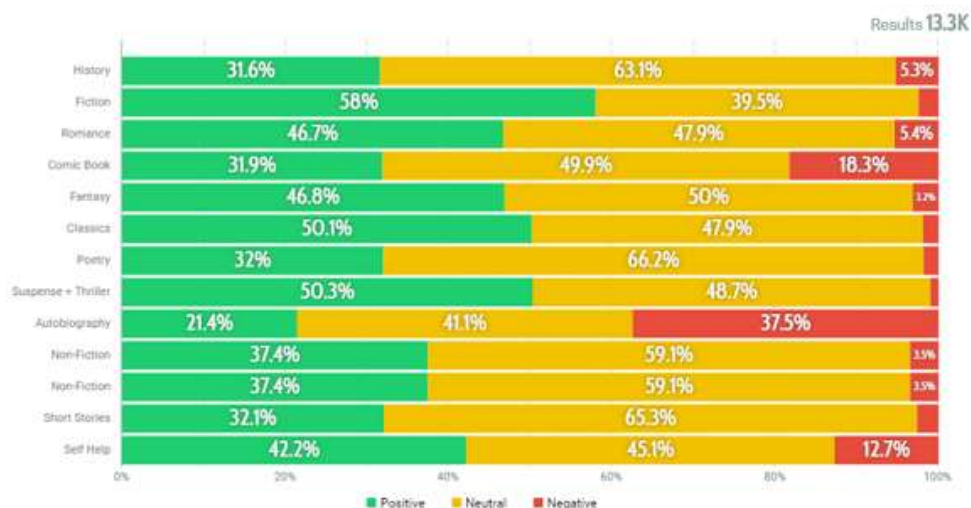
Em síntese, o sentimento em relação à maioria dos gêneros é positivo. As pessoas estão vendo a leitura como uma maneira construtiva de utilizar seu tempo, especialmente quando reclusas em casa.

## Conversas sobre gêneros literários na quarentena



## SENTIMENT

by filter



## NET SENTIMENT

Genre	Net Sentiment
Suspense + Thriller	96.11%
Classics	92.61%
Fiction	91.91%
Poetry	89.13%
Fantasy	87.37%
Short Stories	84.87%
Non-Fiction	83.07%
Non-Fiction	83.07%
Romance	79.28%
Other (avg)	0.00%

Fonte: TalkWalker

## Sobre NewsStats



A plataforma **NEWSSTATS** cria soluções multicamadas personalizadas voltadas para a gestão de comunicação dos clientes. Análises por marca, produto, setor, região, entre outros parâmetros.

Os resultados das iniciativas de comunicação corporativa são analisadas em tempo por meio de múltiplos gráficos e de índices customizados, como **ROI-C**, que mostra o valor individual de cada notícia, **IPC-C**, que identifica o resultado do cliente frente aos seus concorrentes, **IPR**, que dá o valor de reputação da companhia e mostra as variáveis que criam este valor, além de índices comparativos externos como volume de vendas ou mesmo índices setoriais.

São mais de **15 KPIs** que indicam os resultados da comunicação e ajudam descobrir oportunidades para redução de custos e riscos.

## Assista ao vídeo ilustrativo



[www.businessnews.com.br](http://www.businessnews.com.br) / [atendimento@businessnews.com.br](mailto:atendimento@businessnews.com.br) / (11) 4115-7063

A **Business News** é uma rede de distribuição de notícias, especializada na entrega de *releases* corporativos, divulgações financeiras e conteúdo.

Copyright 2016 © Business News. Todos os direitos reservados.