



Impacto na América Latina

Índice

Introdução	02
Elevando o jornalismo de qualidade	05
Evoluindo modelos de negócio	11
Inovando nas redações	17
Engajamento com a comunidade jornalística	22

Introdução

A indústria de notícias na América Latina enfrenta muitos dos mesmos desafios que vemos em todo o mundo: a necessidade de novos modelos sustentáveis no digital, o enfrentamento da desinformação e o uso de novas tecnologias para elevar a qualidade do conteúdo jornalístico. Desde que a Iniciativa Google de Notícias (GNI) foi lançada, tivemos o privilégio de trabalhar com 1.190 organizações para encarar esses desafios.

Mas há mais a fazer. A pandemia mostrou que o jornalismo de qualidade é essencial para o bom funcionamento das sociedades latino-americanas. Agradecemos nossos parceiros até o momento e esperamos seguir colaborando diante dos complexos desafios à frente, reforçando o futuro do jornalismo de qualidade na região.



Sobre este relatório

As informações do Relatório de Impacto refletem os gastos totais para programas da GNI, bem como os compromissos para o Fundo de Auxílio Emergencial do Jornalismo e os compromissos de educação midiática do Google.org, em US\$ de março de 2018 a junho de 2020. Os valores em outras moedas são convertidos em US\$ quando o trabalho é executado. Excluem-se despesas gerais de Marketing, Relações Públicas e viagens, bem como folha de pagamento, benefícios e remuneração para funcionários em tempo integral e temporários do Google envolvidos na programação. O gasto é atribuído pela área de foco com base no objetivo principal de cada projeto.

O número de veículos parceiros apoiados reflete o total de organizações de notícias, associações de indústria, instituições acadêmicas e organizações sem fins lucrativos que foram financiadas ou participaram de programas da GNI de março de 2018 a junho de 2020, incluindo o Fundo de Auxílio Emergencial ao Jornalismo. A soma não combina organizações de notícias e seus grupos nos casos em que cada uma tenha participado de programas diferentes da GNI. Não incluímos, ainda, parceiros operacionais e fornecedores ou organizações de notícias alcançadas por meio de treinamentos.



Desde 2018, apoiamos 1.190 organizações de imprensa com US\$ 26 milhões em 18 países da América Latina.

Elevando o jornalismo de qualidade

Oferecer fontes diversas de jornalismo de impacto é algo crítico para a sociedade e fundamental para a missão do Google. Para isso, oferecemos programas regionais de treinamento com foco em habilidades digitais para o jornalismo, fizemos parceria com organizações que trabalham no combate à desinformação, contribuimos para programas regionais de educação midiática e implementamos programas de apoio a um ecossistema de notícias mais diverso e inclusivo.



Treinamento para jornalistas

Nosso Centro de Treinamentos oferece sessões presenciais e virtuais para ajudar jornalistas a desenvolver conhecimento e habilidades digitais em uma série de áreas: o uso de grandes conjuntos de dados para descobrir novas pautas, a verificação da origem de vídeos e imagens e uma introdução ao aprendizado de máquina.

Desde o lançamento de um programa global de treinamento de jornalistas por meio do News Lab em 2015, já treinamos mais de 72.500 jornalistas pessoalmente na América Latina e possibilitamos mais de 178.300 treinamentos online por meio do [Centro de Treinamento da GNI](#).

Treinamentos GNI Live

Em 2019, lançamos os [Treinamentos GNI Live](#) para profissionais da imprensa de língua espanhola. O programa oferece sessões remotas ou presenciais, interativas e ao vivo, com professores que cobrem uma série de ferramentas do Google para jornalistas – entre elas News Consumer Insights, Google Trends, Google Analytics, Data Visualization e outras. Mais de 40 mil jornalistas de 20 países participaram das [sessões gratuitas](#) e baixaram os materiais complementares.

72.500+
jornalistas treinados
pessoalmente desde 2015



178.300+
treinamentos online

Combate à desinformação

Enfrentar a desinformação é uma tarefa complexa, que exige ações coordenadas envolvendo diversos especialistas e organizações. Trabalhamos em parceria com redações, entidades de verificação de fatos, organizações da sociedade civil e pesquisadores, todos dedicados a desenvolver iniciativas que visam limitar a desinformação e dar destaque ao jornalismo de qualidade.

Nosso esforço coletivo para combater a desinformação levou a parcerias com mais de 250 veículos de imprensa.

BRASIL

Comprova

Lançamos o Comprova, que reúne 28 organizações de imprensa no combate à desinformação. Além disso, diante da pandemia, reativamos o projeto que verificou mais de 130 afirmações falsas compartilhadas nas redes.



ARGENTINA

Reverso

Apoiamos a Reverso, coalizão que reúne 130 veículos de 20 províncias argentinas no combate à desinformação. A iniciativa já treinou mais de mil jornalistas no uso de ferramentas e técnicas.



1.000

jornalistas treinados
na Argentina

Educação midiática

Desinformação não é algo novo. Com o avanço tecnológico, entretanto, esse tipo de conteúdo enganoso pode se espalhar rapidamente e enganar até mesmo usuários experientes. Para combater o problema, temos o compromisso de apoiar programas de educação midiática, ajudando os leitores a diferenciar fatos de ficção na internet.

AMÉRICA LATINA HISPÂNICA

DigiMente

Lançamos o “[DigiMente](#),” programa de educação midiática que atende alunos de países latinos de língua espanhola, centrado em comunidades carentes. O programa reforça as habilidades de análise crítica, reflexão, interpretação, comunicação e tomada de decisões, permitindo consumir conteúdo online de forma mais consciente e bem-informada.

BRASIL

EducaMídia

Contribuímos com US\$ 1 milhão com o [Instituto Palavra Aberta](#) para criar o [EducaMídia](#), um programa de educação midiática que apoia professores e alunos do país no desenvolvimento da capacidade de identificar desinformação disseminada na internet.

ARGENTINA

Verdadero/Falso

Como parte do compromisso de ajudar crianças a identificarem desinformação, lançamos o game [Verdadero/Falso](#) junto com o UNICEF e a organização Red/Acción. De forma divertida, o jogo incentiva os alunos a identificar informações enganosas.



Diversidade, Igualdade e Inclusão

Um setor jornalístico próspero, que representa a sociedade como um todo, depende de um cenário que também abrigue veículos diversos. Com isso, reportagens e notícias que não aparecem na grande imprensa também têm espaço, e as comunidades minoritárias se veem retratadas pela mídia.

Trabalhamos em prol da diversidade, da igualdade e da inclusão também no jornalismo, graças a esforços combinados: pesquisa, desenvolvimento de fluxos, apoio a talentos e transformação digital de organizações de imprensa.

Mulheres, Poder e Mídia

Lançamos o curso “Perspectivas de Gênero nas Redações”, em parceria com o Knight Center e a IWMMF (Fundação Internacional de Mulheres no Jornalismo), oferecido a 450 veículos em 25 países. Apoiamos o curso “Mulheres, Poder e Mídia”, da entidade Chicas Poderosas, com 5 mil mulheres jornalistas da América Latina.

Énois

Com a Énois, ajudamos a criar a editoria de diversidade no jornal Folha de S.Paulo. Em 2020, apoiamos a Énois na criação do [Diversidade nas Redações](#). O programa proporcionará treinamento e intercâmbio entre redações de jornalistas de diversas origens, com foco na produção jornalística inclusiva.



Fundo de Auxílio Emergencial ao Jornalismo

No início de 2020, a indústria de notícias enfrentou demissões, licenças compulsórias e reduções de custos como resultado da desaceleração econômica imposta pela pandemia. O [Fundo Emergencial de Auxílio ao Jornalismo](#) foi criado para apoiar a cobertura essencial realizada em todo o mundo, e ofereceu recursos emergenciais para pequenas e médias redações neste momento difícil.

COLÔMBIA

O [Punto de Vista RDB](#) se comprometeu a cobrir casos de corrupção que podem ocorrer com recursos públicos, monitorando e supervisionando o governo para que o dinheiro investido em programas sociais chegue de fato à população durante a pandemia.

BRASIL

A [Revista Amazônia](#), a mais antiga da região amazônica, usou os recursos para garantir que ninguém fosse demitido e suas operações prosseguissem mesmo durante a quarentena.

CHILE

O [La Discusion](#) financiou uma plataforma integrada de rádio digital, desenvolvendo conteúdo informativo, interpretativo e opinativo sobre uma série de temas como saúde, minorias, educação e esportes – áreas afetadas diretamente pela COVID-19.



US\$ 10,3M

em fundo repassado
a 1 mil redações na
América Latina

Lançamos o Programa de Apoio a Nativos Digitais, que ofereceu auxílio a 49 veículos da região responsáveis por atender comunidades e temas sub-representados com conteúdo investigativo (sobre direitos humanos, feminismo, pobreza).



Evoluindo modelos de negócios

O modelo de negócios da imprensa segue evoluindo constantemente. Pensando nisso, criamos programas e recursos para lidar com os desafios presentes no centro desse movimento. Na América Latina, lançamos programas baseados em grupos, chamados laboratórios, com foco em ajudar os veículos a criarem modelos de assinatura e contribuição, aumentar o número de leitores e de engajamento, e ainda aumentar a receita de publicidade.

Recentemente, trabalhamos com especialistas do setor para compartilhar os aprendizados, as melhores práticas e as percepções desses programas com veículos em toda a região por meio do [Programa de Crescimento Digital GNI](#).



Monetização de audiência

Trabalhamos com veículos de notícias para criar e aumentar os modelos de receita oriunda dos leitores, bem como desenvolver tecnologias para apoiar esse processo.

Laboratório de Assinaturas

As edições reuniram veículos, especialistas e associações durante meses, com o objetivo de traçar planos para garantir sucesso a longo prazo, implantar estratégias que aprimorem o desempenho na jornada de assinatura, e identificar boas experiências a curto prazo.

- Oito veículos da América Latina participaram do Laboratório sob comando de especialistas em dados e assinaturas da [Mather Economics](#). Cada participante contou com auditorias personalizadas, relatórios de comparação com outros players e recomendações sob medida. A Mather Economics também ajudou os veículos a realizar testes de paywall e retenção. Alguns resultados:
- Aumento de US\$ 29 milhões na receita de assinaturas na comparação ano a ano
- *Lifetime value* projetado de US\$ 10 milhões como resultado das experiências realizadas por todo o grupo de veículos

Laboratório de Contribuições

Ajudou 12 veículos da América Latina e do Canadá a construir e criar um fluxo de receita vindo de contribuições de leitores. O Laboratório também ofereceu aos veículos auditorias personalizadas sobre estratégias e táticas, bem como apoio à implantação de medidas.

- No Brasil, depois de apenas quatro meses no programa, o portal digital [Brasil 247](#) teve os seguintes resultados:
- **Crescimento de 23%** de contribuintes (17% a mais na receita de contribuições)
- Receita de contribuições cobriu cerca de 50% dos custos operacionais



LABORATÓRIO DE CONTRIBUIÇÕES

Creio termos encontrado a proposta de valor do La Prensa Grafica graças a esse processo.

Estou muito animado com o percurso como um todo e espero resultados excelentes durante todo o programa.

ALVARO SAGRER,
CTO DO LA PRENSA GRAFICA

Monetização de audiência

Trabalhamos com veículos de notícias para criar e aumentar os modelos de receita oriunda dos leitores, bem como desenvolver tecnologias para apoiar esse processo.

Subscribe with Google

Em 2018, anunciamos o projeto [Assine com o Google](#), que facilita a vida de leitores que querem assinar publicações e se manterem logados, aproveitando ao máximo suas assinaturas.

- Houve um aumento de 25% no tráfego para o site de parceiros vindos do módulo “Minhas assinaturas” na página de resultados na Busca.
- **22 veículos de 7 países** adotaram o Assine com o Google na América Latina, incluindo:
 - [Grupo Reforma](#) - A taxa de conversão de novos assinantes aumentou 43% depois de adotarem o Assine com o Google. Usuários do programa também aumentaram em 13% a visualização de páginas, em comparação com assinaturas digitais diretas. Ao todo, 37% de todas as assinaturas já acontecem pelo Assine com o Google.



22

veículos de
7 países

Receita publicitária

O panorama da publicidade digital não para de evoluir. Essas mudanças representam um desafio para veículos mais jovens – sobretudo pequenos e locais. Eles precisam estar prontos para aproveitar ao máximo a receita vinda do tráfego digital em diversas plataformas.

Queremos ajudar os veículos a aumentar a receita publicitária digital, oferecendo treinamento, consultoria e projetos que permitam testar e dar escala a soluções de publicidade inovadoras.

Laboratório de Publicidade GNI:

Trabalhamos com 35 veículos, oferecendo recomendações comerciais sobre anúncios programáticos, treinamento para editores, auditorias técnicas e desempenho de páginas.

Os resultados da primeira leva de participantes incluem:

- +32% na receita, na comparação ano a ano
- +11% na taxa de visualização de anúncios
- +30% na cobertura de compra dos anúncios



O Programa de Anúncios e Performance da GNI foi importante para compreender a situação da nossa estrutura de anúncios, vista por especialistas externos. Graças ao diagnóstico conseguimos refinar ainda mais os detalhes e abrir as portas para novas oportunidades de receita, já que até mesmo mudanças pequenas podem causar impactos consideráveis

Lucero Martinez,
Diretora de Digital da TV Radio Cadena Nacional

+18%

Assinaturas digitais cresceram para o Estadão por meio de engajamento direto

BRASIL

Impulsionando a transformação digital com o Estadão

Trabalhamos em parceria direta com o Estadão para impulsionar a transformação digital nas áreas de dados, anúncios e performance.

- As assinaturas digitais aumentaram **18% ano a ano**, e o Assine com o Google foi responsável por **62% dos novos assinantes**.
- Depois de implementar as AMPs (Accelerated Mobile Pages), o tráfego aumentou mais de **340% ano a ano**, sobretudo com novos usuários.
- A receita com mídia programática aumentou **135% ano a ano**, com alta de **50% na visualização** em comparação com o ano anterior.
- O tráfego vindo da Busca Orgânica **aumentou 75%** em relação ao ano anterior

ENGAJAMENTO DIRETO COM ESTADÃO

Começamos nossa transformação digital em 2017 com o objetivo de entender as necessidades do leitor.

Os leitores estão cada vez mais exigentes, e para satisfazê-los precisamos usar inteligência de dados e tecnologia. O Google foi um parceiro fundamental nesse processo.

LUCIANA CARDOSO,
DIRETORA DE DIGITAL DO ESTADÃO

Inovando nas redações

Ao passo em que trabalhamos com os veículos para encararmos os desafios do setor, elevando o jornalismo de qualidade e evoluindo modelos de negócios, fica claro que ideias e estratégias inovadoras serão fundamentais para desenvolver e dar escala às soluções para o futuro digital. Ajudamos organizações de todos os lugares do mundo a demonstrar e testar ideias novas e diferentes, investindo em iniciativas que aceleram a inovação no setor de notícias e trabalhando em parceria com organizações jornalísticas interessadas em ampliar seus serviços para outros formatos.



Desafios da Inovação

O Desafios da Inovação da GNI é um programa aberto a organizações de todos os portes que produzem conteúdo original. Cada edição se estrutura ao redor de um tema relacionado às necessidades específicas da região, apoiando diversas estratégias que, na opinião dos veículos, são necessárias para enfrentar os desafios característicos do local.

O Desafios na América Latina recebeu mais de **300 inscrições** e financiou **30 projetos** em 10 países com um total de **US\$ 4,1 milhões**.

US\$ 4,1 milhões
de apoio a projetos

30
projetos em
10 países

BRASIL

Aos Fatos:

A agência criou um monitor de plataformas de redes sociais chamado Radar, que busca potenciais conteúdos desinformativos sobre saúde durante a crise do coronavírus.

- 541 assinantes um mês depois do lançamento e uma newsletter atingiu uma taxa de abertura superior a 40%.

O objetivo do Radar Aos Fatos é criar um só conjunto de dados capaz de mostrar como se constrói uma narrativa enganosa em diferentes redes sociais e saber quem ajuda a disseminar essas informações. É um projeto complexo, ambicioso e extremamente necessário.

Carol Cavaleiro,
Diretora de inovação do Aos Fatos

541
assinantes um mês
depois do
lançamento do
Radar Aos Fatos

Desafios da Inovação

O Desafios da Inovação da GNI é um programa aberto a organizações de todos os portes que produzem conteúdo original. Cada edição se estrutura ao redor de um tema relacionado às necessidades específicas da região, apoiando diversas estratégias que, na opinião dos veículos, são necessárias para enfrentar os desafios característicos do local.

CHILE

Mecenas:

Criou o [Reveniu](#) para veículos que queiram lançar ou aumentar as contribuições de leitores por meio de pagamentos recorrentes. O projeto permitiu atrair novos membros, assinantes e doadores em questão de minutos.

- 10 veículos independentes usam o Reveniu regularmente, incluindo [La Voz de Maipú](#) e [Interferencia.cl](#).
- A iniciativa trouxe eficiência, pois reduziu em 50% o tempo gasto com tarefas administrativas, permitindo que os editores se concentrem em crescimento e comunidade.

ARGENTINA

Croma:

Construiu um mecanismo gratuito e open source de recomendações para veículos latinos, usando inteligência artificial. O sistema contou com a contribuição de até 10 anos de conteúdo vindo de seis veículos de três países.



Fundo de Inovação em Jornalismo do YouTube

Apoiou 12 veículos da América Latina em projetos para reforçar as capacidades de usar vídeos online, experimentar novos formatos de vídeo-jornalismo e testar novos modelos de negócios.

BRASIL

MyNews:

Aumentou a audiência experimentando diferentes formatos de conteúdo noticioso, incluindo entrevistas, debates e explicações. O canal lançou um programa para atrair membros e aumentar a receita gerada por usuários.

- Receita aumentou 16 vezes
- Crescimento de 130% nas assinaturas do canal
- Visualizações do canal dobraram



16x
mais receita

130%
aumento do número
de assinantes do canal

Tecnologias emergentes

Novas tecnologias trazem novas oportunidades. Ajudamos os parceiros a reagir às mudanças nos hábitos de consumo de notícias testando novas estratégias de apuração e narrativa de fatos.

MÉXICO

Jornalismo de dados: Uso de aprendizado de máquina para identificar homicídios não registrados

- O crime organizado e violento é um dos maiores problemas do México, e com frequência coloca os jornalistas em risco. Em várias regiões do país os assassinatos acontecem diariamente, e [pesquisas mostram](#) que o México é o país do mundo que mais mata jornalistas, à exceção de zonas de guerra.
- O país vive sob um código tácito de silêncio. Por isso, suspeita-se que em várias áreas os jornalistas não tenham coberto os casos de violência, ameaça, intimidação e assassinato – que, sabidamente, fazem parte da rotina.
- Com o [El Universal](#), usamos o poder do aprendizado de máquina para [analisar lacunas](#) na cobertura desses fatos no México, criando uma [visualização dos dados](#) resultantes.



BRASIL

Visualizando a difusão da COVID-19 no Brasil

Trabalhamos com a [Agência Lupa](#) para publicar uma ferramenta que coloca os leitores no centro da pandemia do coronavírus, simulando como seria sua vizinhança se todas as mortes pela doença no Brasil estivessem ao seu redor.



Engajamento com a comunidade jornalística

Todo o nosso trabalho só pode ser realizado por meio de ampla colaboração, através da construção de conexões entre editores, jornalistas, acadêmicos e associações por meio de eventos, grupos de trabalho, pesquisa e apoio.

Além de nossos programas, nosso alcance no setor tem sido fundamental para manter um diálogo aberto com o ecossistema e continuar a aprender com os veículos sobre seus desafios e como o Google pode ajudar.

Desde o lançamento da GNI, patrocinamos mais de 25 eventos relacionados a jornalismo, incluindo eventos como o Simpósio Internacional de Jornalismo Online (ISOJ), Media Party e Congresso ABRAJI.



Engajamento com a comunidade jornalística

Todo o nosso trabalho só pode ser realizado por meio de ampla colaboração, através da construção de conexões entre editores, jornalistas, acadêmicos e associações por meio de eventos, grupos de trabalho, pesquisa e apoio.

Apoiamos oito associações do setor na América Latina, por meio de eventos e programas patrocinados. Essas entidades incluem: Associação Mundial de Jornais e Editoras de Notícias ([WAN-IFRA](#)), Associação Colombiana de Veículos de Informação ([AMI](#)), Associação de Entidades Jornalísticas Argentinas ([ADEPA](#)), Foro de Periodismo Argentino ([FOPEA](#)), Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo ([ABRAJI](#)), [Grupo de Diários América](#), Associação Internacional de Veículos de Imprensa ([INMA](#)), Sociedade Interamericana de Imprensa ([SIP IAPA](#)) e [Fundação Gabo](#). Além disso, criamos uma nova associação de veículos nascidos no universo digital, em parceria com o [Centro Knight para Jornalismo](#).



Por fim, organizamos seis GNI Summits – na Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e México – que reuniram mais de 700 membros da indústria para aprender mais sobre nosso trabalho e compartilhar desafios que podemos enfrentar em conjunto.



O que vem agora?

Conforme aprendemos, vamos consolidando insights do trabalho em desenvolvimento e encontrando maneiras de escalar esse aprendizado para publicações em todo o mundo por meio de iniciativas como o [Programa de Crescimento Digital](#).

A indústria de notícias ainda está em meio a uma transição difícil. Mas este período de evolução apresenta oportunidades para repensar o papel que as notícias desempenham na vida das pessoas e como o ecossistema pode prosseguir para atender às necessidades de informação sob constante mudança.

Continuaremos a colaborar com organizações em todo o mundo que trabalham para criar um ecossistema de notícias saudável, diversificado e sustentável, e estamos ansiosos para compartilhar mais no próximo ano.

[Acesse o Relatório de Impacto Global](#)

