

Big Numbers - BBB'25 (Semana 3)

Sobre o Monitoramento

A coleta e classificação das publicações sobre o BBB 25 ajudam a contextualizar o que está sendo falado nas redes sociais sobre o evento.

Primeiro, coletamos publicações orgânicas, respeitando as APIs das plataformas, utilizando palavras-chave de contexto relacionadas ao programa, como BBB e "bbb25" e suas variáveis.

As menções às marcas através de hashtags de campanha, como #MarcaNoBBB, NÃO são contabilizadas no ranking a não ser que contenham as palavras-chave de contexto no texto da publicação. Após essa coleta, as publicações são classificadas em mais de 200 temas, permitindo uma análise detalhada dos principais assuntos, como atrações, temáticas e marcas citadas.

Usamos a metodologia da STILINGUE by Blip para fazer um social listening abrangente, monitorando canais como X (Twitter), Facebook, Instagram, Blogs, Portais, BlueSky, Fóruns, Reclame Aqui e YouTube.

Os rankings que apresentamos refletem o volume de menções associadas ao evento. E há também a contabilização do número de usuários únicos.

Para mais detalhes sobre as regras que determinam a coleta e classificação do universo analisado acesse o [link](#).

Período Analisado

De 08:59h de 23 de janeiro a 09h de 30 de janeiro de 2025.

Volumentria Coletada

- **1.753.839** de conversas sobre o universo BBB, com um alcance potencial de mais de **194 milhões** de usuários.
- **208.706** publicadores.
- Média de **250.550** publicações por dia, sendo o dia **27 de janeiro** o dia com mais publicações (**326.835**).

Shares

- **97%** das conversas estão no **X**, **1,7%** no Instagram e **0,8%** no Facebook.
- Por meio de IA, em uma classificação amostral de 54,7% da base, encontramos **61,6%** do buzz sendo gerado por mulheres, **37,7%** por homens e apenas **0,6%** por organizações.

Top 10 Marcas + Comentadas

- **36.284** das publicações em BBB foram sobre marcas.
- A marca **Nestlé** alavancou em menções nas redes sociais após a festa oferecida no BBB com os cantores Gustavo Miotto, Luan Pereira e Thierry. Os fãs clubes de Miotto agitaram as redes sociais e marcaram a marca, elevando o número de posts. Além disso usuários falaram bastante sobre o produto Choco Trio, que apareceu também no Cine BBB.
- O app de vídeos, **Kwai** ficou em segundo lugar no ranking de menções pois o fã clube de Vitória Strada pediu em peso que as pessoas salvassem ela e sua dupla, marcando o app na publicação. Além disso, usuários comentaram sobre a prova



Bate e Volta, patrocinada pela marca, afirmando que Kwai entregou tudo nessa prova.

- **Ifood** conquistou o terceiro lugar, com muitas menções dos usuários com expectativas para a próxima festa patrocinada pela marca com a cantora Ivete Sangalo. Além disso, usuários falaram com RTs que gostariam de ganhar os prêmios secundários do programa, como 5 mil reais no Ifood.

Ranking das Top 10 marcas mais citadas

	Menções	%	Usuários únicos
Nestlé	24.705	60,68%	1.647
Kwai	2.520	6,19%	1.251
Ifood	1.887	4,63%	930
Mercado Livre	1.829	4,49%	736
Downy	1.413	3,47%	830
McDonald's	1.287	3,16%	688
MRV	1.220	3,00%	873
Rexona	887	2,18%	512
Stone	759	1,86%	646
Seara	727	1,79%	368

*Agora deixamos os dados disponíveis num dashboard da STILINGUE by Blip, e por isso os números também aparecerão brutos nos próximos rankings. Para pedir acesso ao dash, fale com seu gerente de contas Blip.