

Big Numbers - BBB'25 (Semana 4)

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 30 de janeiro a 09h de 6 de fevereiro de 2025.

Volumentria Coletada

- **1.606.302** de conversas sobre o universo BBB, com um alcance potencial de mais de **267 milhões** de usuários.
- **205.652** publicadores.
- Média de **229.471** publicações por dia, sendo o dia **3 de fevereiro** o dia com mais publicações (**407.266**).

Shares

- **93%** das conversas estão no X, **5,3%** no Instagram e **1%** em portais de notícia.
- Por meio de IA, em uma classificação amostral de 63% da base, encontramos **62%** do buzz sendo gerado por mulheres, **37,4%** por homens e apenas **0,53%** por organizações.

Top 10 Marcas + Comentadas

- **21.281** das publicações em BBB foram sobre marcas.
- **Ifood** saiu do terceiro lugar no ranking da semana passada para o primeiro lugar nesta semana. Patrocinando a festa onde a cantora Ivete Sangalo cantou, usuários lotaram as redes falando da festa e das comidas oferecidas pela marca.
- **Kwai** conquistou o segundo lugar nas menções em virtude dos usuários usarem a hashtag da marca ao comentar a última eliminação do programa. Além disso, a hashtag #bomprakwai foi usada pelos usuários para elogiar o Sincerão de segunda feira.

- Stone** chegou ao terceiro lugar com usuários comentando vários eventos promovidos pela marca. A prova do líder de quinta passada gerou movimento nas redes, por lembrar outras edições. Os publicadores também comentaram bastante sobre o Modo Stone ter voltado a ser ao vivo, o que gerou bastante buzz, majoritariamente positivo. Além disso, a dinâmica realizada na terça-feira, onde as participantes Camila e Thamiris escolheram ficar com o dinheiro oferecido pela marca patrocinadora arrancou boas risadas dos usuários.

Ranking das Top 10 marcas mais citadas

| | Menções | % | Usuários únicos |
|---------------|----------------|----------|------------------------|
| Ifood | 8.836 | 34,71% | 2.462 |
| Kwai | 3.530 | 13,87% | 811 |
| Stone | 2940 | 11,55% | 1.977 |
| MRV | 2.315 | 9,09% | 1.866 |
| Ton | 1398 | 5,49% | 898 |
| Rexona | 1320 | 5,19% | 1.083 |
| Mercado Livre | 1118 | 4,39% | 343 |
| Chevrolet | 1022 | 4,01% | 708 |
| Pantene | 511 | 2,01% | 385 |
| Sazon | 444 | 1,74% | 228 |