

## Big Numbers - BBB'25 (Semana 2)

### 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 08:59 de 16 de janeiro a 09h de 23 de janeiro de 2025.

### Volumentria Coletada

- **1.339.193** de conversas sobre o universo BBB, com um alcance potencial de mais de **329 milhões** de usuários.
- **236.169** publicadores.
- Média de **191.313** publicações por dia, sendo o dia **20 de janeiro** o dia com mais publicações (**267.152**).

### Shares

- **96%** das conversas estão no **X**, **2,7%** no Instagram e **0,8%** no Facebook.
- Por meio de IA, em uma classificação amostral de 53,91% da base, encontramos **59%** do buzz sendo gerado por mulheres, **40,7%** por homens e apenas **0,7%** por organizações.

### Top 10 Marcas + Comentadas

- **23.587** das conversas em BBB foram sobre marcas.
- A marca **Rexona** levou o primeiro lugar do ranking pelo buzz gerado pelos usuários em forma de retweets expressando os desejos dos telespectadores em ganhar os prêmios secundários do programa, como os 2 anos de produtos da marca Rexona.
- A universidade **Estácio de Sá** ficou em segundo lugar no ranking na segunda semana do programa devido a prova de Bate e Volta realizada após a formação do paredão. Além disso, estava presente na prova, a participante Vitória Strada, que é uma das sisters com mais menções relacionadas ao programa nas redes sociais. Seu

fã clube comentou em peso sobre a prova, visto que a envolvia decorar imagens e a participante é atriz e está acostumada a decorar textos.

- Já a construtora **MRV** gerou buzz por patrocinar a reforma do quarto do líder, que agora chama Apê do Líder e simula um apartamento completo, com cozinha integrada, sala de estar e jantar. Além disso, a participante Aline ganhou um apartamento da construtora.

#### Ranking das Top 10 marcas mais citadas

	Menções	%	Usuários únicos
<b>Rexona</b>	4457	20,85%	2.685
<b>Estácio de Sá</b>	4385	20,51%	3.688
<b>MRV</b>	2729	12,77%	1.704
<b>Ifood</b>	2471	11,56%	1.561
<b>Electrolux</b>	2215	10,36%	1.432
<b>Mercado Livre</b>	1802	8,43%	943
<b>Stone</b>	1264	5,91%	941
<b>Dove</b>	1208	5,63%	686
<b>Kwai</b>	845	3,95%	261
<b>Claro</b>	821	3,72%	304