

# Big Numbers - BBB'25 (Semana 10)

## 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 9h de 13 de março a 08:59h de 20 de março de 2025.

## Volumentria Coletada

- **2.099.103** de conversas sobre o universo BBB (aumento de 41%), com um alcance potencial de mais de **205 milhões** de usuários.
- **182.367** publicadores.
- Média de 299.871 publicações por dia, sendo o dia **17 março** os dias com mais publicações (**482.435**).

## Shares

- **84%** das conversas estão no **X**, **15,2%** no Facebook e **0,8%** no Instagram.
- Por meio de IA, em uma classificação amostral de 68,19% da base, encontramos **62,9%** do buzz sendo gerado por mulheres, **36,5%** por homens e apenas **0,54%** por organizações.

## Top 10 Marcas + Comentadas

- **28.978** das publicações em BBB foram sobre marcas, um aumento de 36,9% em relação à semana anterior.
- **Ifood**, apesar de estar em primeiro lugar nesta semana, obteve muitas publicações negativas. A marca fez um comentário sobre a participante Aline que desagradou muitos usuários. Uma parte dos internautas está pedindo por retratação e chamaram o app de delivery de imparciais.
- **Pantene** ficou em segundo lugar após a ação dentro da casa onde deu um dia de cuidados capilares aos participantes. Usuários consideraram que esta ação elevou a

auto estima dos participantes, e as torcidas de Vilma e Vitória agradeceram a marca por deixarem as duas mais animadas.

- **Rexona** apareceu em terceiro lugar com usuários falando dos benefícios dos produtos da Rexona, e como a marca é importante nos momentos de tensão. Rexona também teve muitos retweets de internautas pedindo por transparência nas edições do programa, cobrando junto outros patrocinadores.

#### Ranking das Top 10 marcas mais citadas

	<b>Menções</b>	<b>%</b>	<b>Usuários únicos</b>
iFood	8.687	21,11%	2.728
Pantene	4.059	9,86%	1.930
Rexona	3.805	9,25%	1.269
Stone	3.536	8,59%	1.891
Mercado Livre	3.183	7,74%	1.408
CIF	2.350	5,71%	938
Nestlé	1.980	4,81%	578
Kwai	1.673	4,07%	788
MRV	1.630	3,96%	1.100
Downy	1.497	3,64%	588