

Big Numbers - BBB'25 (Semana 11)

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 20 de março a 08:59h de 27 de março de 2025.

Volumentria Coletada

- **1.958.077** de conversas sobre o universo BBB (aumento de 41%), com um alcance potencial de mais de **183 milhões** de usuários.
- **193.145** publicadores.
- Média de **279.725** publicações por dia, sendo o dia **26 março** o dia com mais publicações (**417.356**).

Shares

- **83%** das conversas estão no **X**, **16%** no Facebook e **0,8%** no Instagram.
- Por meio de IA, em uma classificação amostral de 19,9% da base, encontramos **63,5%** do buzz sendo gerado por mulheres, **35,8%** por homens e apenas **0,53%** por organizações.

Top 10 Marcas + Comentadas

- **41.779** das publicações em BBB foram sobre marcas, um aumento de 43,5% em relação à semana anterior.
- **iFood** seguiu em primeiro lugar na quantidade de menções, mas também seguiu recebendo comentários negativos sobre a falta de parcialidade depois de ter feito um comentário sobre a última eliminada Aline. Ao mesmo tempo, usuários têm demonstrado interesse nos cupons de desconto e entrega grátis divulgados em publicações do programa que envolvem a marca.

- **Downy** ficou em segundo lugar por conta do lançamento do novo perfume Downy Alfazema, que tem sido associado a boas memórias. Os usuários também comentaram o jogo marcando Downy ou relacionando com a dinâmica realizada pela marca.
- **MRV** levou o terceiro lugar, pois os participantes comemoraram a aquisição de novos apartamentos, que são dados pela marca, e os usuários comentaram sobre isso. Ao mesmo tempo, MRV acaba ganhando bastante menções pois muitas conversas acontecem no Apartamento do Líder, e isso repercute.

Ranking das Top 10 marcas mais citadas

	Menções	%	Usuários únicos
iFood	8.347	15,19%	2.282
Downy	7.165	13,04%	3.630
MRV	5.658	10,30%	2.238
Mercado Livre	4.102	7,47%	1.768
Rexona	3.813	6,94%	2.093
Stone	3.199	5,82%	1.501
Nestlé	2.938	5,35%	1.202
Electrolux	2.527	4,60%	1.194
McDonald's	2.190	3,99%	2.093
Kwai	2.073	3,77%	1.285