

Big Numbers - BBB'25 (Semana 13)

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 03 de abril a 08:59h de 10 de abril de 2025.

Volumentria Coletada

- **1.169.629** de conversas sobre o universo BBB, com um alcance potencial de mais de **199 milhões** de usuários.
- **145.855** publicadores. (queda de 16% em relação a semana anterior)
- Média de **167.089** publicações por dia, sendo o dia **7 de abril** o dia com mais publicações (**202.505**).

Shares

- **97,8%** das conversas estão no **X**, **1,2%** no Instagram e **0,8%** em Portais de Notícia.
- Por meio de IA, em uma classificação amostral de 68,7% da base, encontramos **63,2%** do buzz sendo gerado por mulheres, **35,8%** por homens e apenas **0,91%** por organizações.

Top 10 Marcas + Comentadas

- **41.027** das publicações em BBB foram sobre marcas, uma queda de 35,1% em relação à semana anterior.
- **iFood** levou o primeiro lugar após comentários sobre a última prova do líder, que envolveu desafios com alimentos, como almôndegas e molho de tomate. Além disso, as ações da marca com o ex participante Davi geraram bastante buzz, e usuários estão pedindo para que iFood o leve para dentro da casa em alguma ação.
- **McDonald's** ficou em segundo lugar no ranking devido a festa do Méqui, que foi um dos momentos mais aguardados pelos participantes, que aproveitaram com gosto as

comidas oferecidas pela marca. Além disso, a parceria fechada com a Aline, participante eliminada, gerou buzz positivo.

- **Stone** gerou buzz com a sua nova maquininha, a Tap Ton. Usuários falaram sobre ela e marcaram o programa. Além disso, usuários estão fazendo comentários sobre o programa, e usando a hashtag da marca junto.

Ranking das Top 10 marcas mais citadas

| | Menções | % | Usuários únicos |
|---------------|---------|--------|-----------------|
| iFood | 15.244 | 33,79% | 2.697 |
| McDonald's | 9.066 | 20,10% | 2.617 |
| Stone | 6.491 | 14,39% | 860 |
| Seara | 2.804 | 6,22% | 711 |
| Rexona | 2.037 | 4,52% | 722 |
| Mercado Livre | 1.932 | 4,28% | 903 |
| MRV | 1.597 | 3,54% | 779 |
| Delícia | 1.162 | 2,58% | 782 |
| Claro | 1.015 | 2,25% | 758 |
| Pantene | 689 | 1,53% | 507 |