

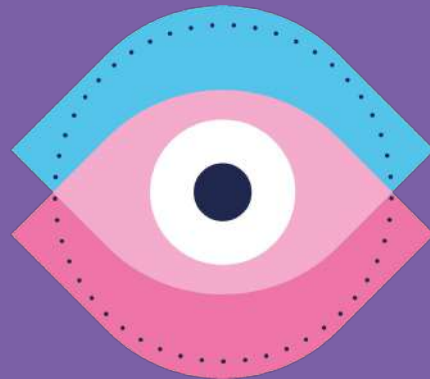


STILINGUE

PLANTÃO

Isso tudo é verdade ou apenas um replay?

Período Analisado: de 07 a 09/02



CONFRAR.IA/BBB23

Insights da casa
mais vigiada para
sua marca **assumir**
a liderança



E aí, bora para mais insights? 🏃





MAIS UMA PREVISÃO CORRETA!

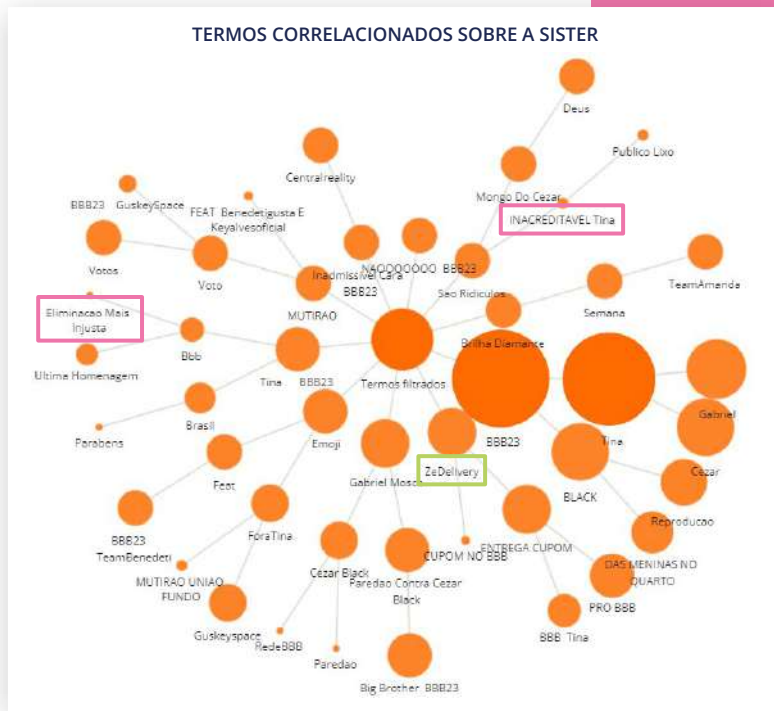
Na noite da última terça-feira (07), **nossa previsão #ForaTina se concretizou**, com a angolana deixando a casa mais vigiada do país com **54,12% dos votos**.

No entanto, apesar de termos visto, no último #PlantãoBBB, que, entre os emparedados, a sister era a mais mencionada negativamente, a **sua eliminação gerou certa comoção** na internet, viu?

Como mostra o grafo ao lado, muitos consideraram **injusta, inacreditável** e houve até **questões raciais** sendo levantadas, principalmente em comparação com a eliminação de Gabriel Fop, na semana anterior.

INACREDITAVEL Tina saindo p gabriel e cezar black.
Vcs sao ridiculos, q publico lixol Twve gnt torcendo
pro deserto e q votou p tina sair, enfraqueceu o grupo
TODO SEUS IMUNDOS. #88823

INACREDITÁVEL! Tina é eliminada do BBB com porcentagem maior que a do Gabriel Flop. O privilégio de ser branco... #BBB23





VAI UM ZÉ DELIVERY AÍ?

Como sinalizamos em verde no gráfico da página anterior, **a marca patrocinadora gerou buzz em meio à eliminação de Tina do maior reality do país.**

Mas por que? Bem, a anunciante soube **aproveitar o momento**; tanto para gerar **engajamento** nas redes sociais, quanto para atrair **tráfego para o seu app**: em uma ação relativamente simples - e com relação direta com noite de decisão do público - como mostra a publicação ao lado, o Zé Delivery acabou alavancando bastante a sua **média de interações por post e de índice de engajamento no Twitter**, segundo o nosso STILINGUE Benchmarks - sendo essa a publicação de maior destaque do mês, até então.

E você, seria capaz de dar um palpite tão certo assim, @? Valendo quinhentos reais em compras no Zé, hein!

DESTAQUE
DE TERÇA





DESTAQUE
DE TERÇA



BOTA PRA GIRAR NO MODO STONE

No BBB 23, se tem jogador deixando a disputa, o modo Stone precisa ser ativado, para que os sobreviventes do game conheçam o **novo valor do prêmio** - que será o maior da história do programa.

Dessa vez, a patrocinadora adicionou - por sua conta - mais R\$ 30 mil ao montante, enquanto cada palpite correto dos confinados poderia adicionar mais R\$ 20 mil; no entanto, cada um dos sorteados opinou que um dos emparedados deixaria a casa e, por isso, **o prêmio cresceu em “apenas” R\$ 50 mil essa semana, chegando a R\$ 1,75 milhão.**

Sobre a ação da marca, percebemos que o buzz tem oscilado bastante desde o início da edição, com **pouco mais de 2,2 mil itens coletados na ocasião da última terça** (07) e, mesmo que a opinião dos internautas ainda se mostre bastante dividida, notamos que **o sentimento positivo cresceu em 12 pontos percentuais**, quando comparado com a semana anterior.

Acho o timing do modo stone perfeito. Tem q lembrar que é um jogo mesmo e q vale dinheiro [#BBB23](#)

Amo o Modo Stone é uma forma de lembrar que é jogo, é vida que [segue.so](#) um que ganha!!! [#BBB23](#)

A galera chorando e o modo Stone torando com as moedas caindo é a melhor coisa desse BBB

Esse modo Stone é sinistro demais. Parabéns aos envolvidos. [#BBB23](#)

Quem do marketing da Stone aprovou essa ativação logo após um momento caótico chamado eliminação no [#bbb23](#) ?

Eu ODEIO esse momento Stone pós-paredão! Acho até desrespeitoso. [#BBB23](#)



ORAL-B GENGIVA DETOX

Na terça (07) também rolou a **estreia da Oral-B** na telinha dessa edição do reality!

Em uma **ação comandada por Bruno de Luca e Vivian Amorim**, os brothers aprenderam um pouco mais sobre saúde bucal, a importância de uma escovação completa - que deve durar, em média, dois minutos - e ainda puderam conhecer, e ganhar, a **escova de dentes elétrica** da marca e a **pasta de dentes Gengiva Detox**.

Verificamos **mais de 1,5 mil conversas sobre o assunto no nosso painel de pesquisa**, porém, em uma análise qualitativa, percebemos que, na verdade, cerca de **80% do volume monitorado se trata de retweets de publicações feitas pela própria marca em seu perfil oficial no Twitter**, destacando alguns momentos da ativação na casa mais vigiada - como mostram os exemplos ao lado.

Além disso, outro ponto que chamou a atenção dos consumidores foi o **preço da escova elétrica**.

DESTAQUE
DE TERÇA



Como adoro essas coisas, fui eu, olhar o preço da escova elétrica da oral b... sério... pra quem é essa propaganda? 🦷 #bbb23

A oral b fez a propaganda da escova de milhões e ela realmente custa milhões q eu fui pesquisar na amazon @oralbbrasil não dá olha #BBB23

2mil reais em uma escova..... deve ser bom dmais ser rico neh? (Inclusive, queria) #ORALBnoBBB #BBB23



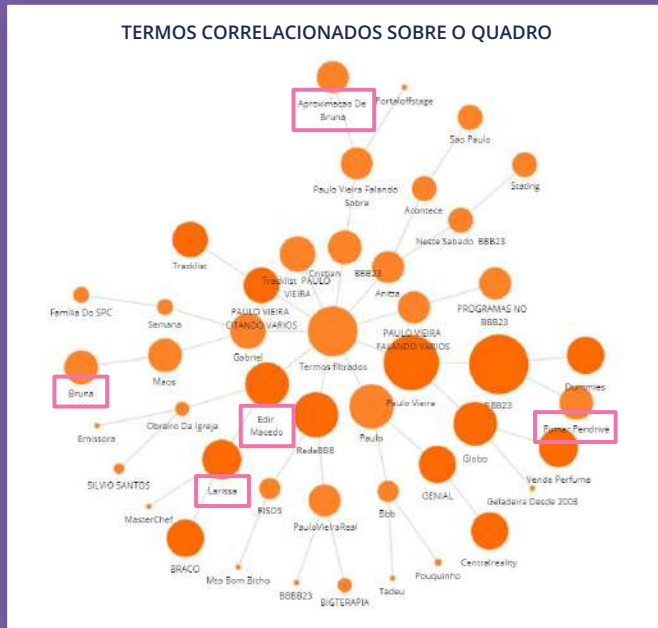


CLARO DE VOLTA AO BIG TERAPIA

Depois de aparecer em um primeiro merchan no humorístico, no dia 25/01, na última quarta-feira (08), **a operadora de telecom voltou a ser mencionada no quadro apresentado por Paulo Vieira** - que segue sendo o de maior buzz entre os da modalidade, tendo somado **cerca de 2,5 mil citações** essa semana.

No entanto, ao contrário do que vimos acontecer da primeira vez - quando a presença da marca acabou gerando um buzz tímido, porém positivo, dessa vez, **nem podemos dizer que houve buzz relevante** - afinal, foram apenas cinco menções ao nome da anunciante.

Como vemos ao lado, as piadas que mais acabaram repercutindo foram as que o comediante fez com situações envolvendo as sisters **Bruna e Larissa**.



+

**+ DESTAQUE
+ DE QUARTA**



AGRO BBBROTHER



+++
+ DESTAQUE
+ DE QUARTA

Mais uma liderança chegando ao fim no BBB 23 e, para comemorar o reinado de Gustavo, **Coca-Cola deu aquela turbinada na Festa do Líder.**

A patrocinadora levou o **chapéu de estimação** do brother para a casa, além de possibilitar que os confinados brincassem de corrida ao estilo videogame durante a noite.

Em Social Listening, verificamos **24,5 mil mensagens sobre a noite**, no entanto, **apenas 500 citaram diretamente a anunciante** - e, dessa forma, essa se tornou **uma das festas menos comentadas** entre os telespectadores.

Porém, como vemos nos exemplos, os eventos patrocinados pela marca de refrigerantes seguem sendo bastante elogiados e, dessa vez, a **#AMagiaAconteceNoBBB** ainda **apareceu entre os top termos** mais mencionados relacionados à Coca!

Que festa é essa minha gente, AGRO é BBB AGRO É COCA COLA AGRO É TUDO **#AMagiaAconteceNoBBB**

eu perderia mil apostas pra ter uma festa da Coca-Cola dessas! **#AMagiaAconteceNoBBB #BBB23**

a magia realmente acontece com a coca-cola, porque nessa edição temos os melhores casais: guskey, sapanda e laries 🥰 **#AMagiaAconteceNoBBB #bbb #bbb23**

Apostei 10 mil com a minha irmã que todas as festas do BBB com a Coca Cola só vão terminar de manhã! Se continuarem nesse ritmo vou ganhar meio milhão já já kkkkkk

BBB e Coca Cola arrasando na festa do líder como sempre. **#AMagiaAconteceNoBBB**

EU NÃO SEI SOU MAIS VICIADO EM BBB OU EM COCA COLA ! DE OLHO NESSA FESTA DE MILHÕES **#amagaacontecenobbb #BBB23**

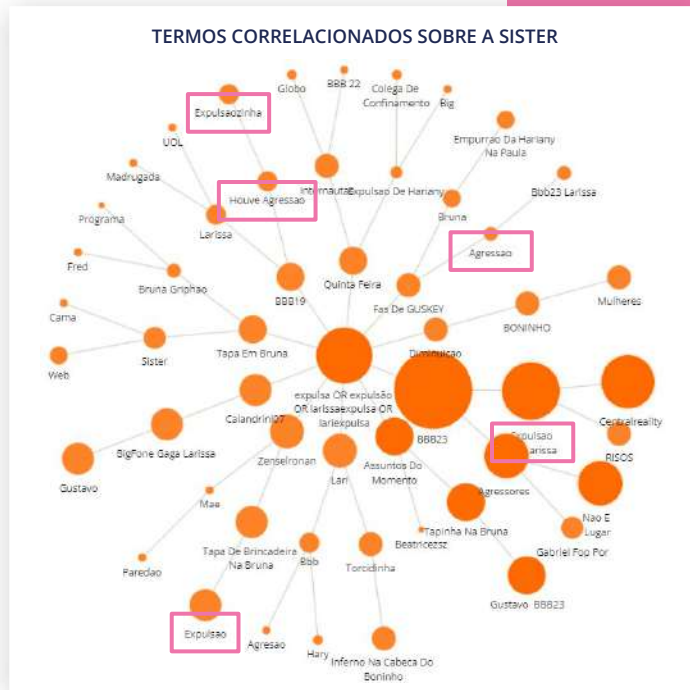


EXPULSA OU NÃO?

Na madrugada entre quarta (08) e quinta-feira (09), depois da festa, Bruna Griphao estava **“enchendo o saco”** da sua amiga Larissa, que não gostou da brincadeira e acabou dando um tapa de volta na loira.

A catarinense foi a **segunda participante mais comentada do período analisado** - ficando atrás apenas de Tina, que foi recentemente eliminada do game - sendo que **30% dessas mensagens citam expressões relacionadas a expulsão**, que foi um tema que explodiu rapidamente entre as conversas dos telespectadores, que alegaram que esse foi um caso de **agressão**, como mostra o grafo ao lado.

No entanto, até o diretor do programa, **Boninho, acabou se posicionando**, alegando, mesmo que indiretamente, que o caso não chegou a essa dimensão.





ENGOV AFTER PARA OS INIMIGOS DO FIM

Depois de mais uma super festa na casa mais vigiada do país, **nada como uma ajuda de Engov After para recuperar os brothers em dia de Prova do Líder**, né?

Nesta quinta-feira (09), logo depois de serem acordados pelo tradicional despertador do BBB, os confinados receberam um **cooler cheinho dos mais variados sabores da bebida na despensa**, e o assunto foi tema para, aproximadamente, **800 mensagens na internet**.

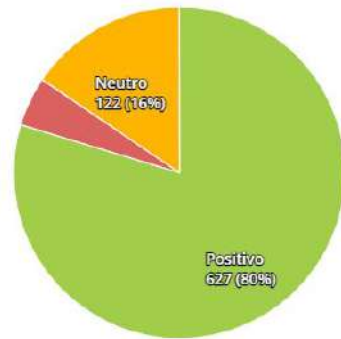
Apesar de ter sido um buzz discreto, **a saúde das menções foi surpreendentemente positiva**, como mostra o gráfico de pizza ao lado.

E, em análises qualitativas, ainda percebemos que **a maioria dos comentários citou que o produto realmente funciona e elogiou seu sabor**.

DESTAQUE
DE QUINTA



SAÚDE DAS MENSAGENS



O pessoal do BBB está recebendo um cooler de engov after. Eu queria aproveitar e espalhar a mensagem de que o negócio é bom e funciona mesmo pra ressaca. O gosto é bom, parece um suquinho, mas tem que beber bem gelado.

todos bebendo engov after assim (o laranja presta e é um santo remédio) [#bbb23](#)

esse engov é uma delícia mesmo [#BBB23](#)

Gente, esse Engov after já salvou altas ressacas minhas [#BBB23](#)

esse engov after funciona benzão! [#bbb23](#)





NÃO DEU NEM TEMPO DE SENTIR SAUDADE!

Porque o **Big Fone** já tocou de novo e mandou **dois brothers direto para o paredão**, viu?

O **caubói**, que estava comemorando a liderança poucos dias atrás, acabou atendendo a ligação, foi emparedado e escolheu levar consigo o **Bruno Gaga**.

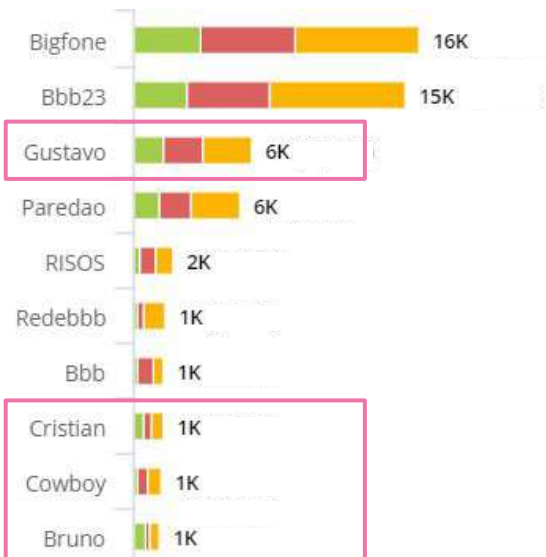
E como o Brasil gosta de ver, dessa vez o telefone acabou gerando ainda mais conversas digitais, do que em seu primeiro toque - que aconteceu no último sábado (04) -; **foram 20 mil itens coletados**, o que representa um crescimento de, aproximadamente, 25% em comparação com a ocasião anterior.

Como vemos no gráfico ao lado, **o fazendeiro foi quem acabou gerando o maior buzz**, justamente, por ter atendido ao Big Fone, e os internautas repercutiram esse seu momento “do céu ao inferno”; já o seu colega emparedado, Bruno, gerou o mesmo volume de publicações que Cristian, que correu junto com Gustavo para o telefone, mas não conseguiu chegar a tempo para atender.

DESTAQUE
DE QUINTA



TOP 10 TERMOS MAIS FALADOS NA OCASIÃO





NO BAR COM AMSTEL

A **Prova do Líder** da semana foi patrocinada pela marca de cervejas Amstel e aconteceu em **duas fases**: num primeiro momento, os 16 competidores foram separados em grupos de quatro pessoas e, algemados, precisavam montar um **quebra-cabeças** em uma mesa de bar.

Depois disso, o grupo mais rápido na primeira etapa, disputava, entre si, a liderança, em uma fase que misturava **força e mira**, quando os brothers precisavam lançar uma bola de uma catapulta até uma plataforma, sendo que, dependendo de onde ela caísse, eles somavam diferentes valores de pontuação.

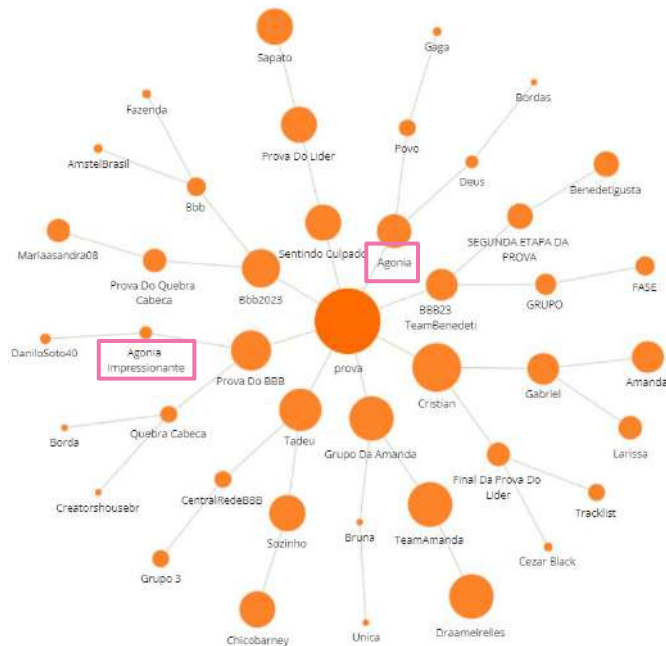
E se mais cedo **Gustavo** tinha ido do céu ao inferno, ao atender o Big Fone, ele voltou ao céu, viu? Pois **acabou vencendo a prova**, ao marcar mais pontos, **se livrando do paredão e voltando à liderança**! Que tal?

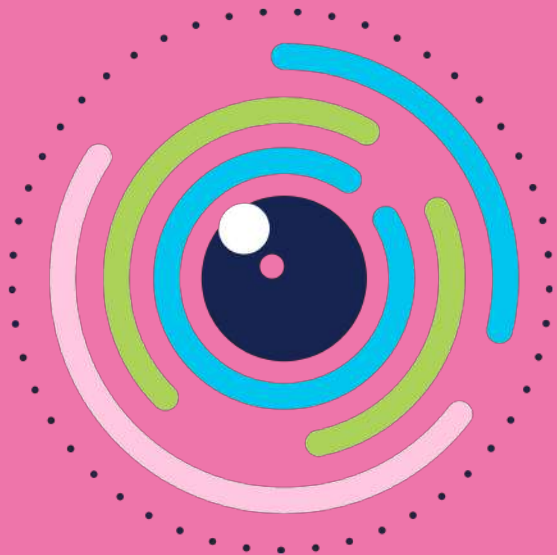
Com tudo isso, encontramos **cerca de 22 mil conversas sobre a disputa** na internet e o que chamou a atenção foi a agonia dos telespectadores com a fase do quebra-cabeças, quando os brothers tiveram muita dificuldade, com um dos grupos sendo, inclusive, desclassificado por montar de forma errada.

DESTAQUE
DE QUINTA



TERMOS CORRELACIONADOS SOBRE A PROVA





STILINGUE

CONFRAR.IA/BBB23

*Uma plataforma inteligente para administrar
conversas digitais em tempo real.*

stilingue.com.br