

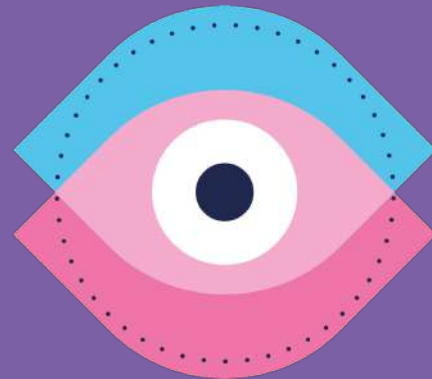


STILINGUE

# PLANTÃO

Dois brothers no paredão e  
uma liderança inédita no game

Período Analisado: de 28/02 a 02/03



# CONFRAR.IA / BBB23

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



# NUNCA FALTA ASSUNTO!

Sabe quando rola aquele climão quando não se tem o que falar no meio de uma conversa? Pois é, quando o tema é BBB isso, definitivamente, não acontece.

Entre os dias 28 de fevereiro e 02 de março, nós monitoramos **aproximadamente 1,5 milhão de ocorrências sobre o reality em nosso painel de pesquisa** e, como vemos abaixo, por mais que o maior volume de publicações se concentre na faixa das 22h às 00h - que é quando o programa vai ao ar na TV Globo - existe **volumetria considerável durante todo o dia!**



E aí, bora pra mais insights? 💡



# NO MULTIVERSO DO MÉQUI

## Lançamento de produto em pleno Big Brother Brasil? Temos!

Na última terça-feira (28), os brothers foram divididos em tribos para conhecer o Multiverso do Méqui e o novo **McChicken Legend**, com succulento peito de frango temperado e empanado, molho do CBO, cebola crispy e outros ingredientes especiais.

A ação da marca na casa mais vigiada do Brasil aconteceu por volta da hora do almoço - para felicidade da galera da Xepa, né? - e gerou cerca de **1,2 mil conversas na internet**, com **800 itens mencionando diretamente a patrocinadora**.

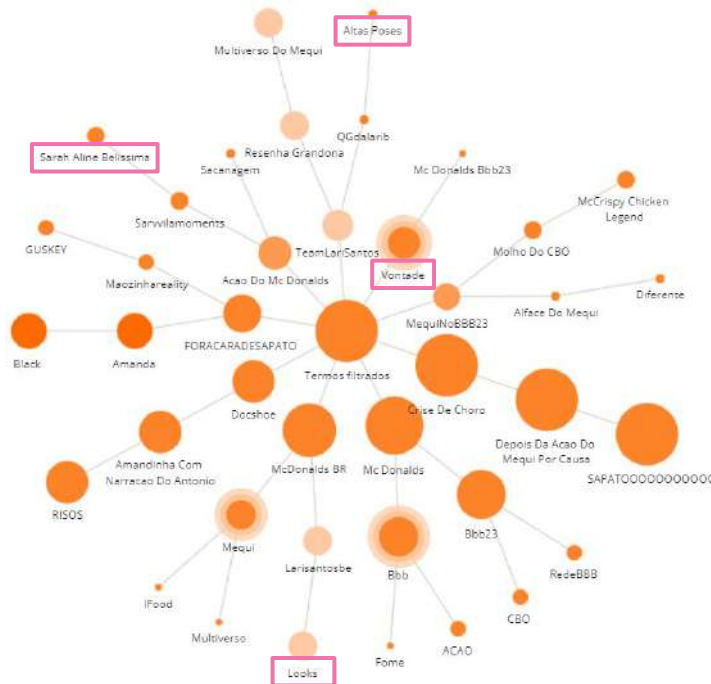
E além de termos encontrado algumas mensagens movimentando a temática sobre o paredão que seria resolvido ainda na noite daquele dia, a **produção dos participantes** para a ocasião e o **desejo de consumo dos sanduíches** que foi despertado no público fora da casa foram assuntos que chamaram a atenção entre as narrativas.

E a sua marca, está planejando algum super lançamento para breve?  
Não deixe de monitorar as percepções do seu target através do **Social Listening**: a metodologia é capaz de te trazer **dados riquíssimos e facilmente acionáveis**.  
**Fale com um dos nossos especialistas** para saber mais!

## DESTAQUE DE TERÇA



## TERMOS CORRELACIONADOS SOBRE A MARCA NA OCASIÃO





DESTAQUE  
DE TERÇA



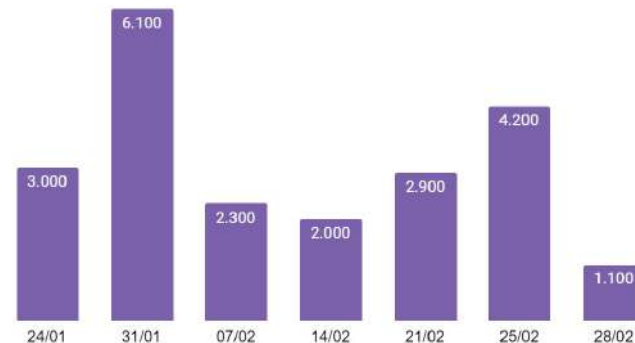
# MAIS PALPITES ERRADOS NO MODO STONE DO ÚLTIMO PAREDÃO

Enquanto, através de análise de dados e métricas, nós continuamos com **100% de aproveitamento nas nossas previsões para os paredões** dessa temporada, parece que os confinados estão sendo surpreendidos a cada resultado, viu?

Na última terça-feira (28), com a eliminação de Fred Nicácio, os palpiteiros sorteados para o Modo Stone foram Domitila e Sarah - que acreditavam que Cara de Sapato seria o eliminado da noite -, além de Fred Bruno, que arriscou em Cezar Black como o sétimo eliminado do game. Dessa forma, eles **voltaram a zerar na dinâmica**, acrescentando apenas os R\$ 40 mil que foram adicionados pela própria patrocinadora ao prêmio final.

E como vemos no gráfico ao lado, **a repercussão sobre a ação da marca ainda apresenta oscilações** - performando, inclusive, com o menor buzz desde o começo da edição essa semana -, e até mesmo com relação ao sentimento das mensagens, que seguem aparecendo **bastante divididas entre positivas, negativas e neutras**.

BUZZ SOBRE AS ATIVAÇÕES DESDE O INÍCIO DO PROGRAMA



O gente, cá entre nós quem bolou essa merchandising da stone no BBB 23 merece um prêmio, é isso, dona @globo sabe vender o peixe! Aprendam emissoras

a coisa mais bizarra sobre esse #bbb23 é a propaganda negativa da Stone com essas moedas caindo logo após a eliminação de alguém, alô produção, não funcionou esse clima de velório. #stone

Mais um dia que ninguém acerta o modo stone #BBB23



# EU OUVI PAREDÃO?

O Big Boss não para! O **Big Fone** já **tocou outra vez** e parece até que a gente está tendo um déjà-vu.

Porque foi **MC Guimê quem voltou a atender** ao telefone, que dessa vez lhe deu o direito de **indicar dois brothers direto ao paredão** - em plena quarta-feira (01).

Dessa forma, são os confinados **Key Alves e Cezar Black** que já estão na berlinda - mas o telefone voltará a tocar no sábado (04) e **um deles ainda poderá ser salvo**.

Com tudo isso, monitoramos **mais de 21 mil citações ao termo "Big Fone"** e **22 mil mencionando a expressão "paredão"**.

E o que vimos foi um **clima de comemoração entre os internautas**, por conta do MC ter tido, novamente, uma atitude corajosa, indicando Key ao paredão - e, ao que tudo indica, o público quer ver ela lá mesmo.

Será que vem aí? **Vamos ter que ficar espiando...**👁👁

+++

DESTAQUE  
DE QUARTA





# CLARO NO BIG TERAPIA

Nessa quarta-feira (01), a Claro voltou a fazer um **merchan** em meio ao humorístico apresentado por Paulo Vieira no BBB 23 - e essa foi a **terceira vez** que assistimos a presença da marca por lá.

Paulo e o seu quadro, de fato, seguem sendo os mais comentados entre os da modalidade no reality; em contrapartida, **o buzz com relação às ativações da marca se apresentaram em queda a cada merchan** - como vemos ao lado -, **além de ter crescido o share negativo entre as mensagens.**

Nesse caso, apesar do comediante já ser o garoto propaganda da patrocinadora, a estratégia de ações no programa, basicamente, **não está emplacando, por conta de quebrar o clima da ocasião divertida**, para fazer propaganda.

Provavelmente o Social Listening não é uma métrica de sucesso para a anunciante, com relação às suas ativações dentro do BBB 23, e ela pode até estar atingindo os seus principais KPIs, no entanto, vale ficar de olho em um **mix de métricas** para entender a satisfação real do público com a marca e a sua publicidade, hein?



## BUZZ SOBRE OS HUMORÍSTICOS E HUMORISTAS ESSA SEMANA

CAT BBB

500

DANI CALABRESA

900

RAFAELLA TUMA

550

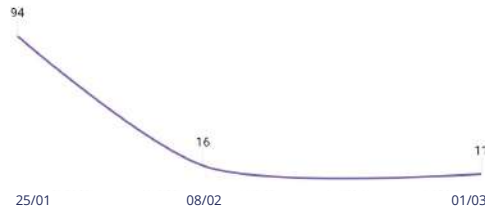
BIG TERAPIA

500

PAULO VIEIRA

3.200

## VOLUME DE MENÇÕES AOS MERCHANTS DA MARCA NO QUADRO



+++

DESTAQUE  
DE QUARTA

Acho uma falta de respeito cortar tempo do melhor quadro do bbb pra fazer merchan da claro, pqp.

A propaganda da Claro deu uma quebrada no ritmo do Big Terapia hoje. #BBB23

Esse merchan da Claro só me fez passar raiva pq meu wifi não tá funcionando desde as 18h #BBB23

eu sendo cliente da Claro, o BBB fazendo propaganda da Claro como a internet mais estável do país, a internet oscila e a qualidade do globoplay cai na hora absurdamente, ficando tudo embaçado.



# UMA FESTA NA GRÉCIA

Para comemorar e encerrar a segunda liderança de Bruna Griphao - lembrando que a primeira foi compartilhada com a sua amiga Larissa - a sister ganhou uma **Festa do Líder** para chamar de sua, **patrocinada pela Coca-Cola**.

Dessa vez, a atriz escolheu o tema Grécia, porque é descendente do país - e pra experiência ficar completa, os brothers puderam até fazer a **tradicional cerimônia da quebra de pratos**, quando aproveitaram para colocar algumas coisas que estavam “engasgadas” pra fora.

O evento movimentou **pouco mais de 19 mil conversas na web**, sendo que apenas 500 citaram diretamente a marca; mas, em contrapartida, **1.800 usaram a sua hashtag oficial, #AMagiaAconteceNoBBB** - através da qual a patrocinadora, inclusive, exibe algumas mensagens para os brothers durante a festa.

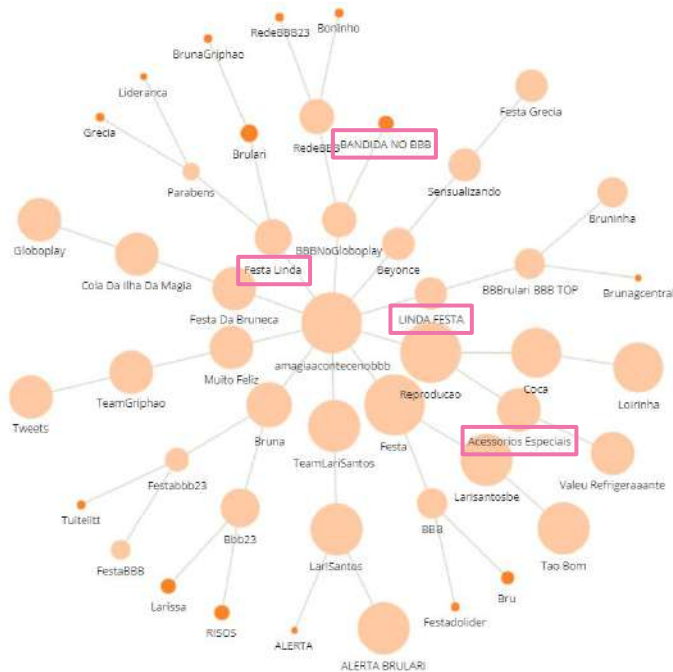
E mesmo em meio a tantas mensagens direcionadas à sister, **ainda percebemos elogios diretos à Coca-Cola** entre as publicações que fizeram o uso da hashtag, por conta de termos como “linda festa”, “acessórios especiais” e “bandida no BBB”, por exemplo, que se referem às ações específicas da marca durante o evento.

A **criação de uma hashtag para campanha** exige uma estratégia muito bem pensada, como essa da Coca, que gera estímulo entre os internautas para o uso. E o **Social Listening** vai ser, justamente, o **seu grande aliado** para entender a dimensão da repercussão da sua ativação nas redes!



## DESTAQUE DE QUARTA

### TERMOS CORRELACIONADOS COM RELAÇÃO A HASHTAG DA MARCA





# SEARA GOURMET NO BBB

Patrocinando a **sua quarta prova na temporada** - sendo a terceira disputa por uma liderança - dessa vez a Seara aproveitou a ocasião para divulgar a **mortadela da linha gourmet** de produtos.

A mecânica consistia, basicamente, em um **jogo de batalha naval**, mas o que os competidores precisavam encontrar no tabuleiro eram **diferentes tipos de sanduíches de mortadela** - o que foi chamado pela marca de Batalha de Sabores.

Ao final, houve um **empate entre Fred e Aline** mas, na rodada de desempate, **o influencer acabou levando a melhor** rapidamente e é o novo líder do reality!

Com isso, contabilizamos **13,4 mil menções sobre a prova** - que ficou entre as menos comentadas entre as que valiam liderança nessa edição -, mas **2,7 mil ocorrências, aproximadamente, abordaram diretamente a anunciante**.

Nesse caso, notamos que alguns **posts dos perfis @Seara\_Brasil e @GourmetSeara acabaram recebendo muitos retweets** e inflando o buzz, além de **publis com influenciadores** e novas lembranças dos telespectadores com relação a participantes de outras edições em provas da marca.

Ademais, é preciso mencionar também um certo **share negativo entre as menções**, porque parte dos internautas acharam a **prova chata e muito demorada**.

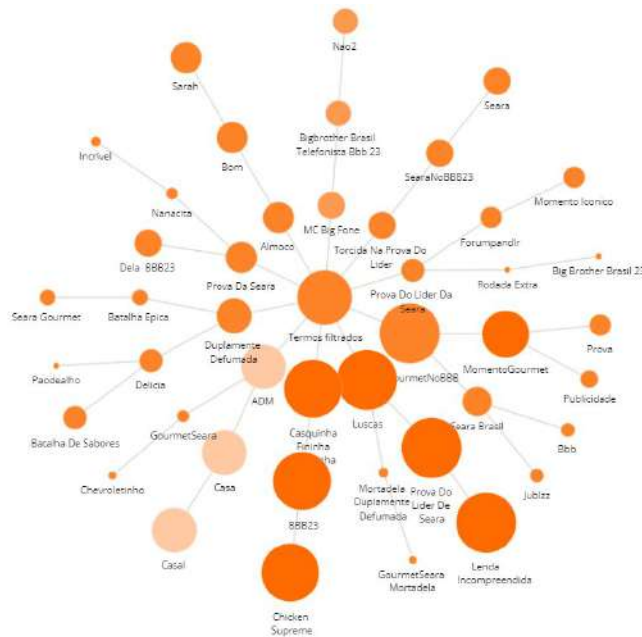
Que prova chata meu pai kkkkk a Seara deve ter pagado milhões pra ficar nesse lenga-lenga. #BBB23

Prova chata e eterna! #SearaGourmetNoBBB 🍷 #SearaNoBBB23 🍷

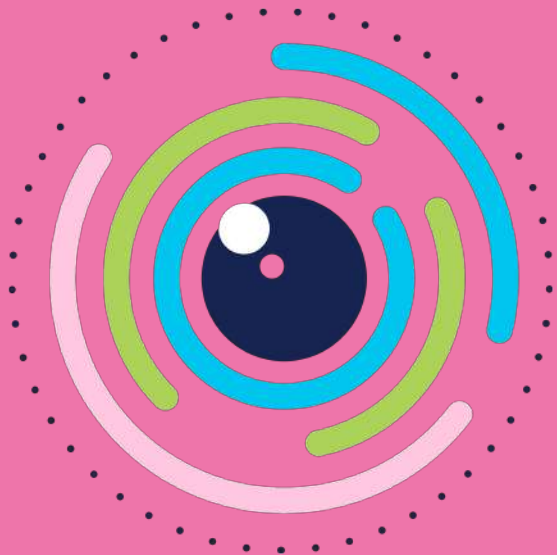
DESTAQUES  
DE QUINTA



## TERMOS CORRELACIONADOS SOBRE A MARCA NA OCASIÃO







STILINGUE

CONFRAR.IA/BBB23

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

[Clique aqui para falar com um especialista](#) ➔

[stilingue.com.br](https://stilingue.com.br)