

BBB 23

**O QUE NOSSA COMUNIDADE ONLINE DA
IPSOS ESTÁ ACHANDO SOBRE A CASA
MAIS VIGIADA DO BRASIL**

Co.lab Ipsos Brasil

10 February, 2023



GAME CHANGERS



**NOSSA
COMUNIDADE
SINDICALIZADA**



Co.Lab:
Community Direct

UM POUCO SOBRE O CO.LAB

Com nossa Comunidade Sindicalizada, temos ~400 membros de diferentes perfis prontos para engajar e responder pesquisas sobre diferentes temas.

ALWAYS ON!

Acesso direto a uma base de consumidores que já estão conectados em um ambiente digital, como uma plataforma de rede social, para interagir e responder pesquisas

INFINITAS POSSIBILIDADES DE PESQUISA

Vamos além das pesquisas mais tradicionais qualitativas ou quantitativas, aqui a troca entre os participantes e a moderação do nosso time de experts faz com que a conversa seja uma troca entre participantes e moderadores

AGILIDADE

Temos um menu de atividades já pronto, o que nos permite agilidade no início do projeto. Mais do que isso, a taxa de resposta e engajamento da nossa base é alta

OBJETIVO COM ESSA PESQUISA

Entender se as pessoas estão acompanhando a edição 23 do Big Brother Brasil, quais os sentimentos e associações depois de quase 2 semanas de programa.

DETALHES DA PESQUISA:

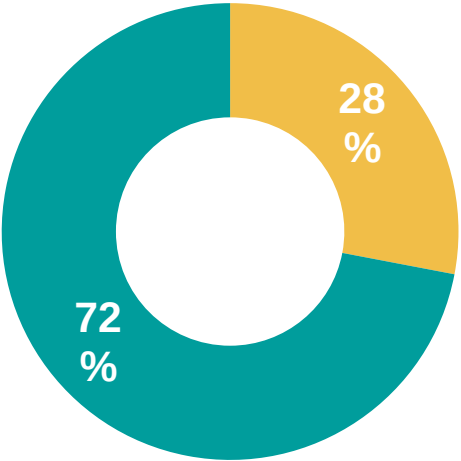
- Atividade dentro da Comunidade Co.lab
- 11 perguntas
- 114 membros
- 3 dias de campo, no qual os participantes podiam interagir uns com os outros através de comentários e um moderador mantinha o assunto do engajamento ativo



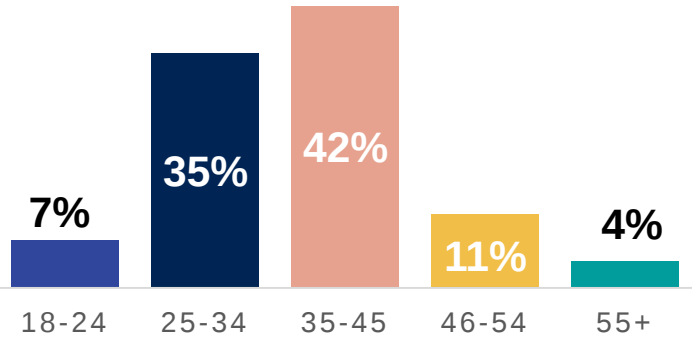
RAIO-X DEMOGRÁFICO

Gênero

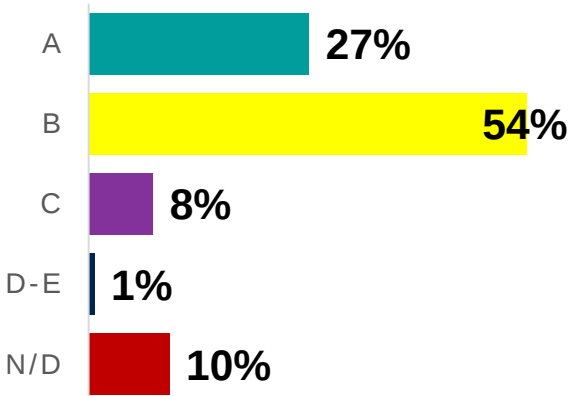
Mulher
Homem



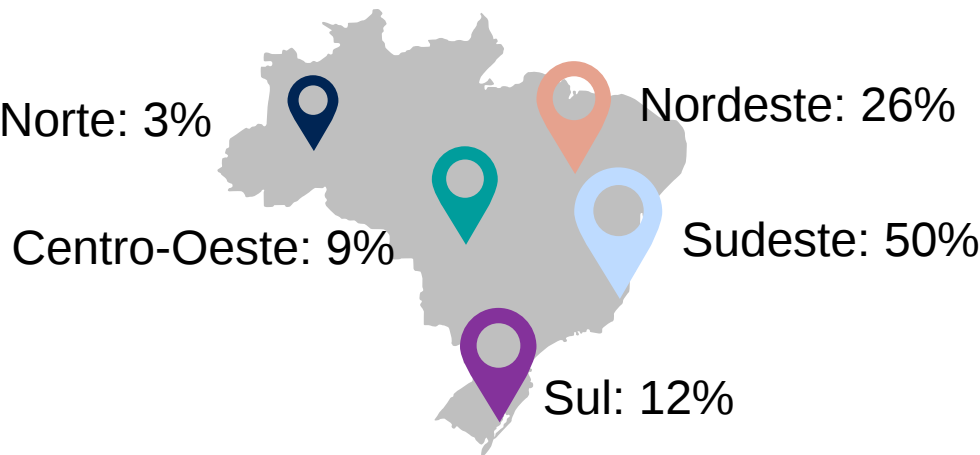
Idade



Classe Social



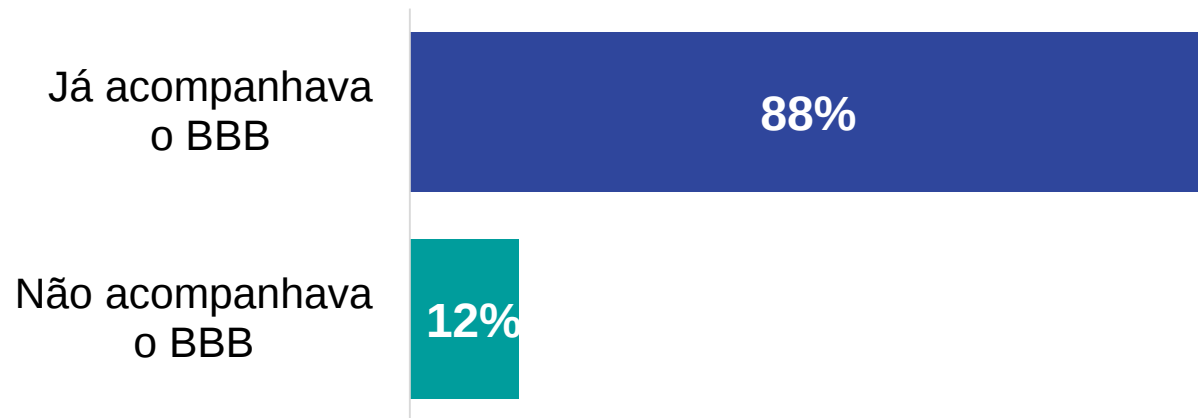
Região



Base: 114



A EMPOLGAÇÃO PELO BBB É QUASE UNÂNIME: 88% DOS RESPONDENTES JÁ ACOMPANHARAM ALGUMA EDIÇÃO ANTERIOR DO PROGRAMA



*“Sim, estava muito ansiosa! **Já estava em abstinência** rsrsrsrs Faz falta vigiar essa casa!” –Mulher, Região Nordeste.*

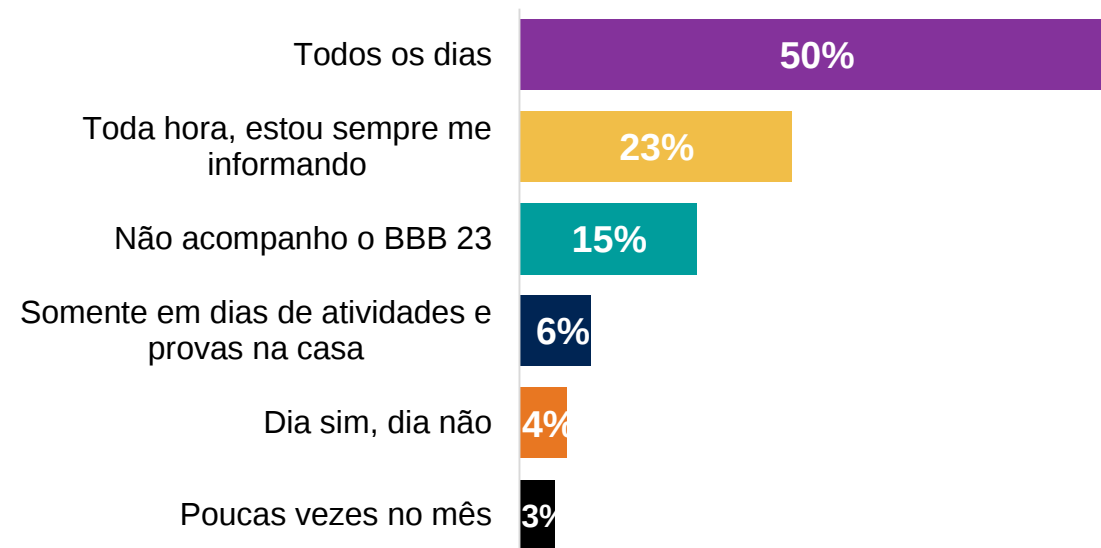


ASSISTIR AO BBB FAZ PARTE DA ROTINA DA MAIORIA.

APENAS 15% DOS RESPONDENTES AFIRMAM NÃO ACOMPANHAR O PROGRAMA



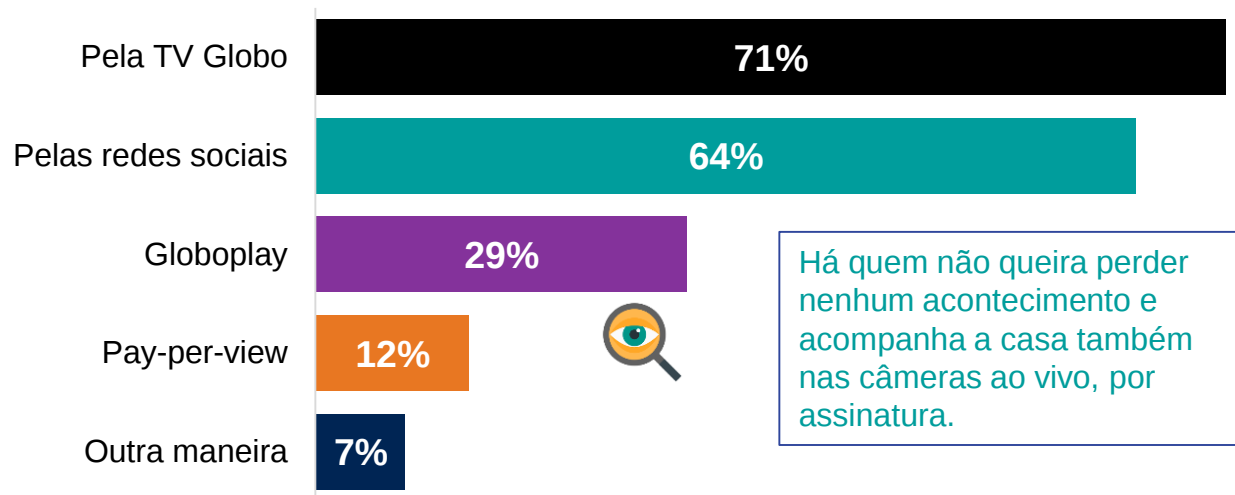
Com que frequência acompanham o BBB 23



ASSISTIR AO BBB NA TV ABERTA É DE LEI, MAS **AS REDES SOCIAIS TAMBÉM TÊM UM PAPEL IMPORTANTE**

Seja para comentar ao vivo com amigos e no Twitter, ou para acompanhar momentos extras durante o dia pelo Instagram e Facebook, **a audiência faz um uso combinado de mídias, um comportamento comum em grandes programas ao vivo.**

Por onde acompanham o BBB 23



“Acompanho na Globo e na Globoplay. Para não perder nenhum momento.” – Mulher, Região Sul

“As mídias sociais são ótimas para criar memes e torna a jornada ainda mais divertida” – Mulher, Região Nordeste

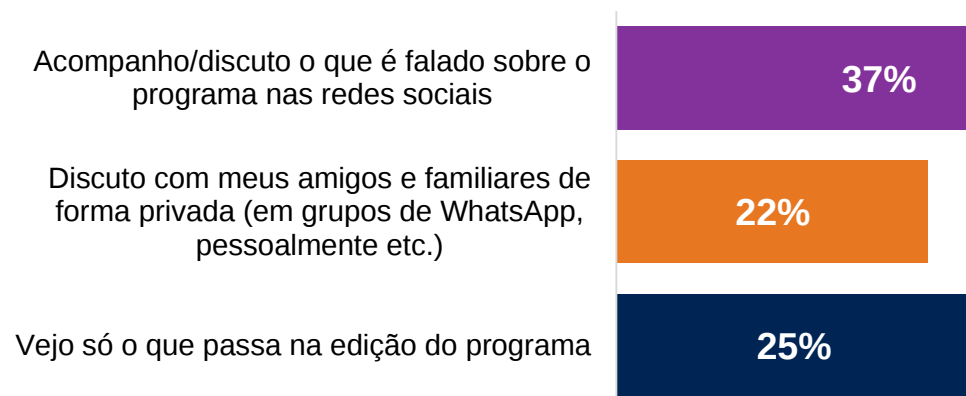
“Acompanho na programação da Globo em TV aberta, (...) mas o dia inteiro acompanho no Twitter sobre o que está acontecendo, trechos do programa, momentos gravados que não vai ao ar.” – Homem, Região Norte.

“Costumo assistir pela TV na hora da transmissão e costumo acompanhar as notícias e ler comentários pelas redes sociais, Facebook e Instagram” – Mulher, Região Nordeste

A EXPERIÊNCIA DE **DISCUTIR O QUE ACONTECE NA CASA É UM EVENTO COLETIVO** COM DIREITO A LIKES, COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS

O consumo em comunidade é de extrema importância para o BBB. Seja em rede social ou em rede pessoal, a casa mais vigiada do Brasil rende assunto e conteúdo transmídia.

Como preferem acompanhar discussões do BBB

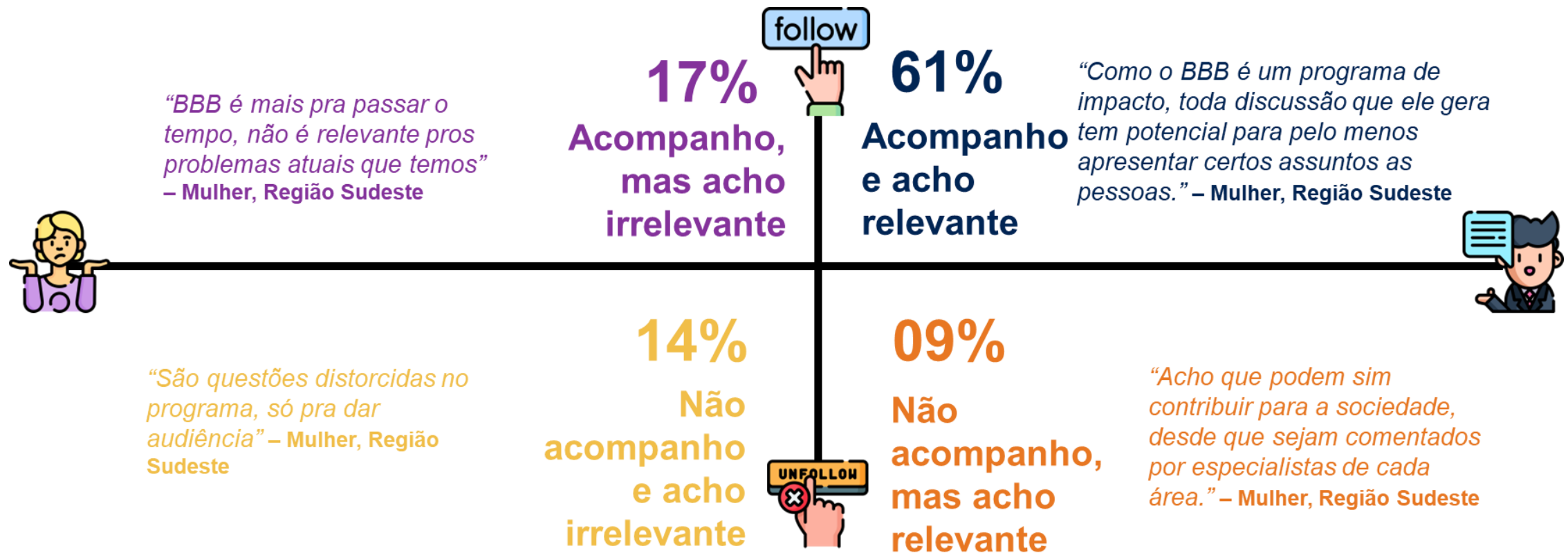


59% levam a discussão do programa para além da telinha da TV



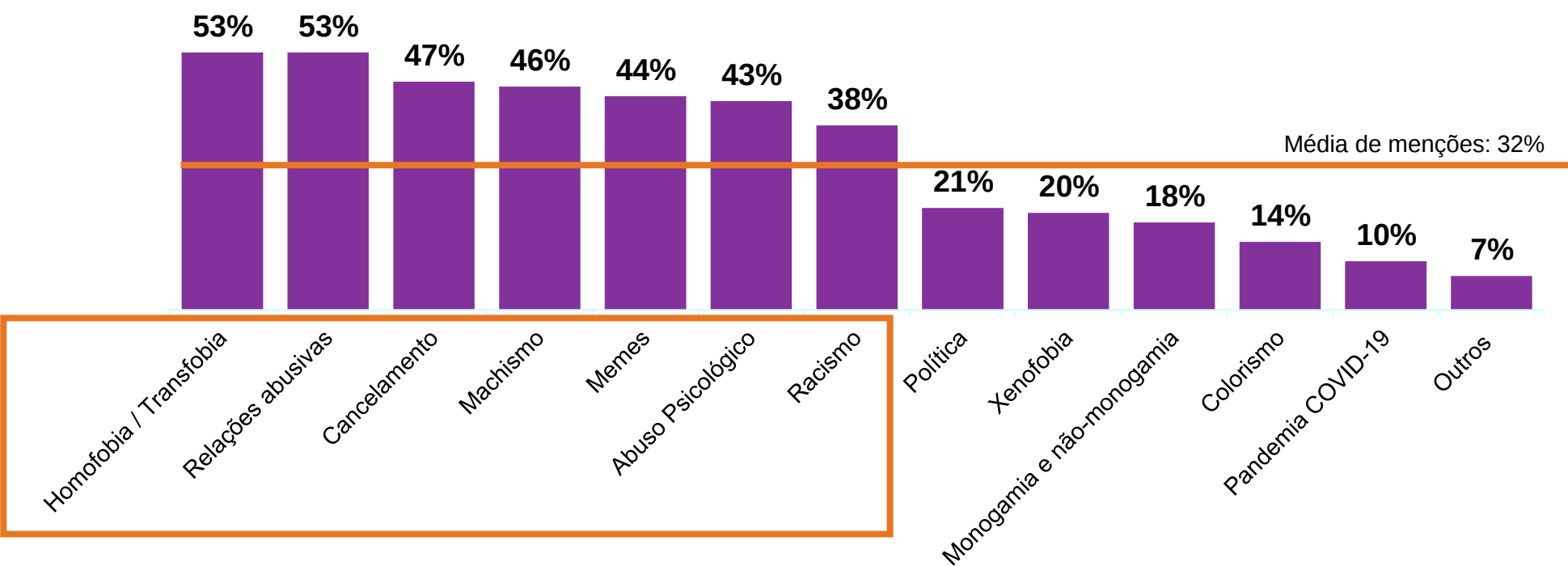
6 EM CADA 10 PESSOAS QUE ACOMPANHAM O PROGRAMA AFIRMAM QUE O BBB É UMA FONTE DE TEMAS IMPORTANTES PARA A SOCIEDADE

É um local onde afloram temas sensíveis e profundos sobre a convivência entre as pessoas



TEMAS IMPORTANTES SOBRE AS RELAÇÕES PESSOAIS E DA SOCIEDADE ESTÃO ALTAMENTE CONECTADOS AO BBB: PRECONCEITO E ASSÉDIO ESTÃO COMO PRINCIPAIS TEMAS

Embora a edição 2023 ainda esteja no início, **há um legado de temas discutidos nas edições anteriores que permanecem em voga ou ganharam ainda mais força**, como por exemplo a relação polêmica entre os participantes Gabriel e Bruna já na primeira semana da casa.



AINDA É CEDO PARA ESCOLHER UM FAVORITO AO PRÊMIO, MAS ALGUNS NOMES SE DESTACAM: **KEY, FRED NICÁCIO E FRED DESIMPEDIDOS, ALINE E LARISSA** SÃO OS MAIS MENCIONADOS

*“Imagino que seja o **Fred Desimpedidos**,
por ser um rapaz tranquilo, neutro, sem se
meter em confusão!”*

– Homem, Região Sudeste

*“O **Fred Nicácio**. Pois ele tem jogado muito
bem o game e falado o que pensa sem
medo de ser desclassificado!”*

– Mulher, Região Nordeste

*“No momento ainda não sei,
vamos esperar mais um pouco” –
Homem, Região Nordeste*

Bruna Griphao
Desimpedido
Cesar Fred
Guimê Key Alves
Nicácio
Tina
Não Sei Ainda
Aline Wirley
Sarah Larissa
Gabriel Santana



O QUE PODEMOS ENTENDER DEPOIS DE QUASE 2 SEMANAS DE BBB23:

**OS EXPECTADORES SÃO MULTI
TELAS E O CONTEÚDO É
ORGANICAMENTE
COMPARTILHADO NAS REDES**

A programação aberta da Globo segue sendo a principal, mas as redes sociais (principalmente Instagram) serve para acompanhar os memes e os principais acontecimentos e fofocas! As pessoas também estendem a discussão para outras plataformas para gerar conversa com amigos e família: WhatsApp é o mais mencionado. Globoplay também se beneficia entre os mais engajados com o programa!

**O BBB É UM PALCO PARA TEMAS
IMPORTANTES NA SOCIEDADE**

Preconceito e Assédio foram os temas mais discutidos frente a essa edição – é importante um posicionamento do programa frente a esses temas, que são discutidos e “cobrados” fora da casa.

**AINDA NÃO TEMOS
PARTICIPANTES PREFERIDOS**

Os participantes são a chave do sucesso ou da frustração da audiência com o BBB. As primeiras semanas têm um teor de “descoberta”, com o público ainda conhecendo os participantes antes de proclamarem seus favoritos e engajar em torcidas apaixonadas. O ritmo e carisma dos “brothers” em edições anteriores deixou um legado de expectativas – a audiência está ansiosa para ver jogadores que entrem de cabeça no game.

**AINDA QUE ESTEJA NO COMEÇO,
O PROGRAMA ESTÁ GERANDO
ENGAJAMENTO**

Depois de uma edição que dividiu opiniões em 2022, a nova edição traz às pessoas uma animação e empolgação pelo novo elenco que se anima com os participantes tanto do Camarote quanto os Pipocas – UMA EDIÇÃO COM POTENCIAL!

OBRIGAD_ ;-)



Co.Lab:
Community Direct

QUER SABER MAIS? CONTATE O TIME CO.LAB



PEDRO CAPUANI
Director



CÁSSIA FRANCO
Manager



BRUNA GUIMARÃES
Analyst