

Karol Conká, Lumena e Projota são os mais citados no Twitter na última semana, aponta estudo da Knewin

Ferramenta Knewin Social monitorou mais de 3 milhões de tuítes na segunda semana reality show entre os dias 01 e 07 de fevereiro

São Paulo, 09 de fevereiro de 2021 - A segunda semana de confinamento do Big Brother Brasil foi ainda mais movimentada do que a primeira. O termo “Cultura do Cancelamento”, ato de cancelar alguém por algum comportamento, bombou no Twitter após o ator e cantor Lucas Penteadado ter deixado o *reality* no último domingo (7). Para entender a repercussão do assunto na mídia social, a Knewin, maior PRTech da América Latina, analisou 3.391.975 tuítes entre os dias 01 e 07 de fevereiro. O estudo apontou que os participantes mais comentados foram a cantora Karol Conká, com 280.431 tuítes, a psicóloga Lumena com, 248.233 tuítes e o rapper Projota com, 219.603 tuítes. Os comentários em geral envolvem a polêmica envolvendo os três confinados de terem acusado Lucas de ter se assumido bissexual no programa para se promover.

Segundo a ferramenta, Knewin Social, utilizada para a análise, indicou dois picos de menções, o primeiro em 04 de fevereiro, com 628.559 tuítes, cujos assuntos mais comentados foram: a prova do líder; o veto de Nego Di à participação de Lucas na disputa pela liderança e a repercussão sobre a fala de Gilberto sobre o termo “cancelamento” em relação à Karol Conká. Já o segundo pico se deu no dia 07, com 598.212 menções, data da saída de Lucas do programa. As palavras-chave mais citadas foram "cancelamento" (68.864 tuítes), "cancelar" (64.137 tuítes) e "cancelado" (62.423 tuítes). Quanto às hashtags mais utilizadas estão: #bbb21 (1.301.291 tuítes), #redeb主 (254.141 tuítes) e #bbb (126.334 tuítes).

A Knewin também analisou a visibilidade do programa na imprensa, utilizando a ferramenta Knewin News e constatou um aumento de 47,77% de repercussão midiática (8.816 matérias) se comparado à primeira semana de exibição, com 5.966 notícias entre 25 a 31 de janeiro, o que mostra o crescimento da pauta nas redações de jornais (online e impresso), bem como em blogs.

Sobre a Knewin: Fundada em Florianópolis em 2011, a Knewin tem como missão democratizar o acesso à informação a partir de tecnologia de ponta. A maior empresa em faturamento de PRTech da América Latina é responsável por desenvolver soluções de monitoramento de notícias e de redes sociais para cerca de mil clientes de vários segmentos, incluindo comunicação e marketing, em quatro países. A Knewin tem uma estratégia de crescimento consistente e já fez doze aquisições desde 2016 (Informa Brasil, Zubit, Oficina de Clipping, Myclipp, DataClip, Editorial Link, Varjão Clipping, Monitori, MITI, Plugar e Armazém Digital, NewsMonitor), que ajudaram na construção de um portfólio ainda mais robusto.

Informações para a imprensa - FSB Comunicação

Tárcila Galdino - (11) 98183-7181 - tarcela.galdino@fsb.com.br

Maria Izabel Guimarães - izabel.silva@fsb.com.br