



REALITY SHOW 2026



PATROCI

Principais

NADORES



Dados de MERCADO

O **Reality Show da Globo®** é o **mais esperado** pelos brasileiros e o **mais assistido** no país.

Movimenta **milhões** de investimento em publicidade, e traz para as marcas resultados fora da curva.



O BBB 2025 alcançou **126,7 milhões de pessoas** entre 13/01 e 15/04 — 80% dos lares brasileiros.



Maior audiência da TV aberta no período, com **77% mais audiência que todas as concorrentes somadas.**



Audiência **38% maior** que a soma de todos os streamings e outros conteúdos de vídeo.



Dados de MERCADO



Líder absoluto também no Multishow e Globoplay, com recorde histórico de consumo.



Hashtag #BBB25 ficou 41 horas nos Trending Topics Mundo, com **37 milhões de tweets e +1 bilhão de views nos conteúdos da edição.**



No Globoplay, proporcionou **crescimento de 13% na média de usuários diários**, o maior consumo trimestral da história da plataforma.



Dados de MERCADO

O BBB 26 já nasce com **14 cotas principais, faturamento previsto de R\$ 1,35 bilhão, maior plano comercial da TV brasileira.**

Na edição anterior, havia 21 marcas patrocinadoras antes da estreia - recorde histórico.

Marcas ativadas geraram **resultados expressivos de vendas, awareness e engajamento digital, comprovando o potencial de ROI do reality.**

O BBB é hoje a principal vitrine de mídia integrada do país, combinando streaming, redes sociais e ativações ao vivo.



Dados de MERCADO



Influência em compras

66% dos espectadores impactados pelas ações das marcas **relataram ter comprado produtos por influência**



Marcas mais lembradas

Mercado Livre foi a mais lembrada, enquanto **iFood** se destacou no "buzz" das redes sociais.



Impacto geral

73% dos telespectadores foram impactados pelas ações das marcas



Venda de produtos

O Mercado Livre viu um crescimento de **77% nas vendas do setor de supermercados durante a edição.**



Principais motivos de lembrança

Ações no dia a dia dos participantes, provas do líder e festas foram os formatos mais lembrados.

Dados de MERCADO

Saiba mais sobre o consumo de Reality Shows no Brasil

- ✓ 1 em cada quatro brasileiros é espectador regular desses programas;
- ✓ 72% acompanham pela TV aberta, mais que o dobro dos streamings;
- ✓ 69% já assistiram ao BBB, que é líder dentro dessa categoria no País;
- ✓ 83% consideram atraentes os produtos e serviços promovidos em Reality Shows.

O consumo desse tipo de conteúdo se dá sobretudo pela TV aberta — 72% dos respondentes acompanham dessa forma. Os streamings, como o Globoplay, aparecem em seguida, com 31%. A televisão por assinatura (29%) e o YouTube (28%) são outros meios populares.

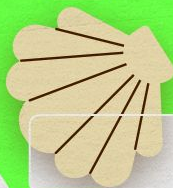


Termos mais pesquisados no Google **DURANTE O BBB**

- **BBB®**
- **Big Brother®**
- **Nomes dos Participantes**
- **Monstro da semana**
- **Enquete Reality Show Uol**
- **Globo®**
- **Votação Reality Show**
- **Líder**
- **BigFone**
- **Prova do líder**
- **Prova do Anjo**



©PL



BOTANICA PLANTAS

R\$50.000,00

TV SYNC



Impactar usuários do target que assistem TV ou streaming enquanto navegam no smartphone, sincronizando com a programação do reality, filmes da marca, concorrentes ou conteúdos relacionados, mesmo em outras emissoras.

DISPLAY

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 1.500.000 (impressões)

Valor Final CPM: R\$20,00

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr

REALITY SHOW



CONTEXTUAL

Contextual

Impactar usuários do target que estiverem navegando em matérias, editoriais, publishers e notícias de conteúdos de reality show.

VÍDEO

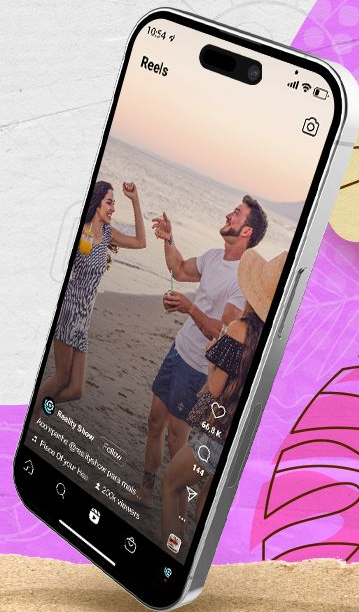
Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPCV

Estimativa de Entrega: 90.909 (visualizações)

Valor final CPCV: R\$0,22

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr





COTA

BROTHER

R\$100.000,00

TV SYNC

TV Sync

Impactar usuários do target que assistem TV ou streaming enquanto navegam no smartphone, sincronizando com a programação do reality, filmes da marca, concorrentes ou conteúdos relacionados, mesmo em outras emissoras.

DISPLAY

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 3.333.333 (impressões)

Valor Final CPM: R\$15,00

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr

REALITY SHOW



CONTEXTUAL

Contextual

Impactar usuários do target que estiverem navegando em matérias, editoriais, publishers e notícias de conteúdos de reality show.

VÍDEO

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPVC

Estimativa de Entrega: 138.889 (visualizações)

Valor Final CPVC: R\$0,18

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr



SEARCH *Target*

Impactar usuários do target que estiverem pesquisando por notícias e conteúdos de Reality Show.

DISPLAY/NATIVE

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 1.666.667 (impressões)

Valor final CPM: R\$15,00

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr





R\$200.000,00

TV SYNC

TV Sync

Impactar usuários do target que assistem TV ou streaming enquanto navegam no smartphone, sincronizando com a programação do reality, filmes da marca, concorrentes ou conteúdos relacionados, mesmo em outras emissoras.



VÍDEO

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPCV

Estimativa de Entrega: 666.667 (visualizações)

Valor Final CPCV: R\$0,15

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr



SEARCH *Target*

Impactar usuários do target que estiverem pesquisando por notícias e conteúdos de Reality Show.

DISPLAY/NATIVE

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPM

Estimativa de Entrega: 4.166.667 (impressões)

Valor final CPM: R\$12,00

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr



ÁUDIO *Ads*

Impactar usuários do target que falarem palavras e termos relacionados ao Reality Show.

VÍDEO

Praça: Nacional

Modelo de Compra: CPCV

Estimativa de Entrega: 333.333 (visualizações)

Valor final CPCV: R\$0,15

Período de Veiculação Sugerido: Jan-Abr



*Para esta solução precisamos lista de palavras e termos-chave para a campanha.

Fontes de DADOS

<https://www.meioemensagem.com.br/marketing/o-que-o-bbb-25-rendeu-de-resultados-para-as-marcas>

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2024-11/Patroc%C3%ADnio%20BBB25%20-%20Sindicaliza%20do_1.pdf

https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/17/1007202423581967049fcb441a8.pdf

<https://cndl.org.br/varejosa/bbb-por-que-pagar-milhoes-para-anunciar-no-programa>

<https://www.isaacioseph.com/post/marcas-e-big-brother>

<https://www.negociossc.com.br/blog/veja-as-marcas-mais-lembradas-pelo-publico-do-bbb-25/>

<https://mercadoeconsumo.com.br/22/04/2025/noticias-varejo/na-reta-final-o-bbb-25-segue-sendo-uma-vitrine-de-alto-impacto-para-marcas/#:-:text=Chegando%20%C3%A0%20sua%20reta%20final%2C%20mais%20de,influ%C3%Aancia%20direta%20dessas%20ativa%C3%A7%C3%B5es%20no%20reality%20show>

<https://valor.globo.com/empresas/marketing/noticia/2025/04/21/acoes-publicitarias-do-bbb25-influenciaram-73percent-do-publico-e-impulsionaram-compras.ghtml>

<https://propmark.com.br/bbb-25-impulsionou-mais-de-28-milhoes-de-conversas-nas-redes-sociais/>



Informações de CONTATO

Site: www.opldigital.com

Email: comercial@opldigital.com

Endereço: Av. Engenheiro Luís Carlos Berrini, 105 - Itaim Bibi, São Paulo - SP, 04571-010

